

# Las necesidades de información y formación: perspectivas socio-psicológica e informacional

Dr.C. Israel Núñez Paula<sup>1</sup>

## Resumen

Con el propósito de explicar los mecanismos psicológicos y sociales que generan las llamadas necesidades de información y formación, desde la perspectiva de las ciencias psicológicas, se analizan las categorías "actividad" y "comunicación", como sustrato del sistema conceptual relativo a las necesidades y como puntos de partida para deducir los principales determinantes de dichas necesidades y de sus niveles de existencia. Se presenta, además, el tratamiento concedido a este sistema conceptual en las ciencias de la información y se exponen los principales modelos, enfoques y métodos empleados en los estudios de usuarios y de necesidades.

Palabras clave: necesidades de formación, necesidades de información, enfoque socio-psicológico, actividad, comunicación.

## Abstract

Aimed at analyzing the psychological and social mechanisms that generate the so called information and formation needs, the categories "Activity" and "Communication" are analyzed as they are used in psychological sciences, as a conceptual system substratum related to needs, as well as the starting points to deduce the main determining of needs and existing needs. The treatment of this conceptual system in informational sciences is also presented. The main models, approaches and methods applied in researches for users and their needs are also exposed.

Keywords: formation needs, information needs, social-psychological approach, activity, communication.

La teoría del reflejo, de la gnoseología materialista, explica que el reflejo psíquico surge como resultado de la interacción de la realidad externa y el aparato sensorial, de su reelaboración analítico-sintética -por el sistema nervioso y el cerebro- y del empleo de los productos reelaborados, en calidad de sustitutos, representaciones o modelos de los objetos. Gracias a los modelos de las cosas y de sus propiedades, existentes en la psique, el hombre regula -induce, ejecuta y controla- su actividad en el medio que le rodea.

La naturaleza social del hombre, cuyas relaciones se basan en el lenguaje, en la conciencia y en la

transformación consciente de la realidad, condiciona que la relación sujeto-objeto ocurra mediatizada por, e integrada cognoscitiva y afectivamente a, la historia de sus relaciones con otras personas o grupos y con su contexto organizacional y social, mediante la comunicación. En otras palabras, la relación sujeto-objeto, en cuyo contexto se forman los conocimientos y la personalidad, se produce en la realidad, en la forma sujeto-sujeto-objeto.

La actividad, en su sentido más amplio, es la forma en que transcurre la vida. En este trabajo solo es de interés referirse a la vida, y a la actividad, humanas. La actividad tiene un carácter continuo e inexorable y en ella, se produce la relación comunicativa sujeto-sujeto-objeto. Así, la actividad tiene un componente relativamente externo, observable de modo directo -actividad externa, también llamada conducta o comportamiento -en inglés, behaviour- y un componente relativamente interno -actividad interna o propiamente psíquica, con su función reguladora de la actividad en general. Se ha introducido el término "relativamente" porque "...la actividad interna, por su forma, que se origina a partir de la actividad práctica externa, no se separa de ella, sino que conserva una relación fundamental y bilateral con ella."<sup>1</sup>

No es objetivo de la presente contribución dilucidar el carácter primario o no de la actividad y la comunicación en la formación de la personalidad del hombre, sino que simplemente se acepta la unidad dialéctica entre las manifestaciones fenoménicas de ambas categorías en cada momento de la vida humana. Se describirá, a continuación, una explicación de la macroestructura de la actividad desarrollada por A. N. Leontiev,<sup>1</sup> pero con la ayuda de un sistema terminológico diferente, que acerque aquella teoría a los propósitos particulares de este informe.

Es el objeto de la actividad, su motivo, lo que le confiere determinada dirección e impulso. Puede ser, tanto externo como ideal, perceptual o existir sólo en la imaginación, en la idea. El elemento que confiere la carga afectiva del motivo y su función de impulso es la necesidad, mientras que el reflejo cognitivo de la realidad aporta los elementos que, al asociarse con determinada necesidad permiten regular la dirección de la actividad. La actividad no existe sin un motivo; aunque no exista un motivo consciente o aparente, este existe en forma oculta o no totalmente consciente.

La actividad de aprendizaje -abarca la informativa, la generadora de conocimientos y la formación de hábitos, habilidades, capacidades, valores, etc.- de las personas y los grupos en las organizaciones y comunidades, se realiza mediante un sistema de acciones y operaciones, dirigido e impulsado por una jerarquía de motivos vinculados al dominio personal.

Las acciones mediante las que se realiza la actividad, constituyen subsistemas de ella, cuya dirección está determinada por objetivos, los que se subordinan -en tanto fines parciales- al motivo que impulsa y dirige al sistema (actividad). La función de objetivo general lo realiza un motivo consciente, que se transforma, en virtud de su carácter consciente, en un motivo-objetivo.

La determinación de los objetivos o fines parciales en los que se descompone la meta final, definida por el motivo-objetivo general, y de las acciones dirigidas a conseguir dichos objetivos, es un proceso

dialéctico, iterativo y continuo, en el que, la acción iniciada y los resultados que esta tiene, inciden en la reformulación de su objetivo y en la reconfiguración de la acción, y así sucesivamente. La función de impulso no se traslada a los objetivos, estos sólo dirigen, el impulso es inherente al motivo final de la actividad.

Una misma acción puede formar parte de distintas actividades, puede pasar de una actividad a otra, debido a su propia independencia relativa; del mismo modo, una misma actividad, puede realizarse mediante diferentes subsistemas de acciones que responden a un subsistema de objetivos también diferente.

Para determinar los objetivos específicos de una meta, en un momento determinado, deben considerarse las condiciones objetivas, materiales y sociales disponibles o accesibles en ese momento. De acuerdo con estas condiciones de la actividad, se determinan los métodos y formas que se utilizarán para realizar las acciones. Al subsistema de las formas específicas de realizar las acciones, se le llama operaciones. Un mismo objetivo puede alcanzarse en presencia de condiciones diferentes; en ese caso, puede ser que se mantenga la misma acción, pero que lo que varíe sea el subsistema de operaciones mediante el que se realiza aquella. En las acciones con instrumentos -p. e. programas informáticos y herramientas tecnológicas-, la falta de una correspondencia rígida entre acciones y operaciones se hace particularmente evidente. En los instrumentos y herramientas se concretan los métodos, las técnicas, las operaciones, y no las acciones, ni los objetivos. Al igual que las acciones con respecto a la actividad, una operación puede formar parte de diferentes acciones, mientras que una misma actividad puede realizarse mediante diferentes subsistemas de operaciones (figura 1).

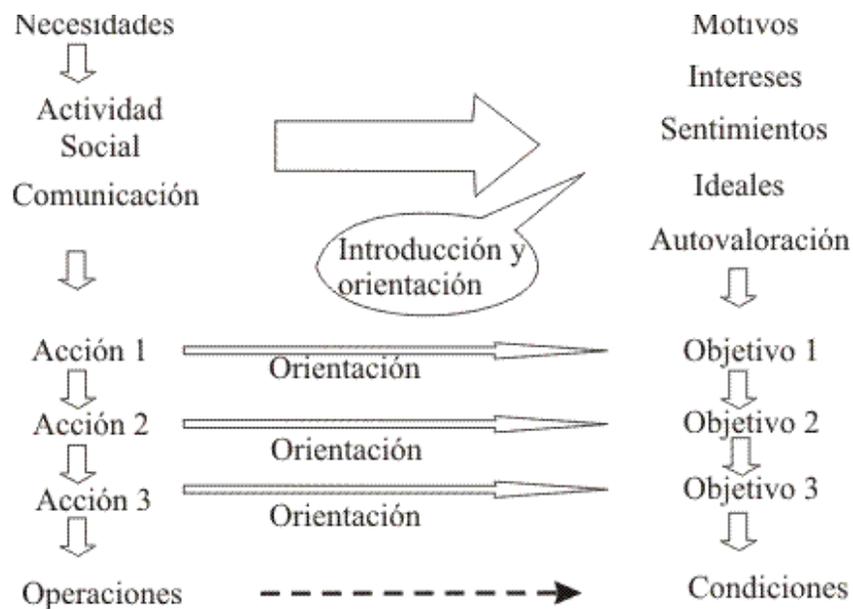


Fig. 1. Macroestructura de la actividad.

El estudio de la actividad requiere precisamente analizar sus relaciones sistémicas y dinámicas internas. La actividad puede perder su motivo original y transformarse en una acción dentro de una actividad de

orden mayor, una acción puede adquirir una fuerza motivacional propia y convertirse en actividad específica; la acción puede transformarse también, en un procedimiento para alcanzar el objetivo, en una operación, que coadyuva a la realización de distintas acciones. La movilidad de los distintos "componentes" del sistema de la actividad se manifiesta, por otra parte, en el hecho de que cada uno de ellos puede fraccionarse, o por el contrario, integrar unidades que anteriormente eran independientes.

Existen distintas actividades cuyos eslabones son todos de carácter interno; así es, por ejemplo, la actividad cognoscente. Otras veces, la actividad interna que responde a un motivo cognoscitivo se realiza mediante procesos esencialmente externos por su forma. También puede suceder que, en la actividad externa, algunas de las acciones y operaciones pueden asumir la forma de procesos mentales, internos. El fundamento de tal estado de cosas, ante todo, estriba en la propia naturaleza de los procesos de interiorización y exteriorización -obsérvese que estos procesos están en la base de la "interiorización" del conocimiento explícito y la "exteriorización" del tácito, desarrollado por la escuela japonesa de gestión del conocimiento.

Identificar los subsistemas de objetivos, acciones, operaciones y condiciones es imprescindible para comprender las necesidades de información, conocimiento, habilidades, capacidades, valores, etc. de las personas y grupos en las organizaciones y comunidades, porque éstas se encuentran determinadas por este sistema contextual de la actividad social en condiciones histórico concretas específicas (figura 2).



Fig. 2. El sistema y su contexto.

"Un aspecto que se debe considerar con respecto al usuario es que su actividad general siempre responde a varias necesidades y, por consiguiente, es estimulada por varios motivos. Sin embargo, en una actividad concreta se puede distinguir un motivo rector, que imprime a la conducta un sentido determinado. La presencia de motivos rectores no niega la existencia de motivos complementarios que directamente estimulan la conducta. Sin embargo, sin motivos rectores el contenido de una actividad carece de sentido para la personalidad. Precisamente el motivo rector es el que garantiza la posibilidad de la mediatización y jerarquización de los motivos. Se debe señalar que la jerarquía de los motivos tiene un carácter estable relativo, lo que incide en la mayor o menor estabilidad de toda la personalidad:

sus intereses, actitudes, valoraciones. Por tanto, los cambios en los motivos rectores se reflejan en las actitudes, intereses y valoraciones de la personalidad... Si existe una organización jerárquica de los motivos es porque el individuo posee determinados motivos que le son de primordial importancia, a los que se subordinan todos los demás. Esto determina el carácter y orientación de su conducta", señaló *Enrique González Suárez*.<sup>2</sup>

Conocer cuáles son los motivos fundamentales, rectores, de la conducta y la jerarquía de los motivos en el proceso de aprendizaje personal y organizacional -a partir de la observación de la organización como un organismo vivo, como una personalidad, como estableció *Nonaka*- es muy importante para la comunicación y satisfacción de sus necesidades de aprendizaje. En ello, está la clave para la comprensión de su comportamiento.

Si se identifica a la actividad como el contexto donde se forman y transforman los conocimientos, habilidades, hábitos, capacidades, emociones y sentimientos -la personalidad como un todo-, en la comunicación con el entorno y en la interna de las organizaciones, puede considerarse que el aprendizaje o la educación -actividad formativa e informativa-, en su forma y contenido, tienden a coincidir con los procesos generativos, productivos y representativos del conocimiento en su sentido más amplio, es decir, con los procesos de creación de valor. Si tal es el presupuesto, cabe afirmar que el motivo de la actividad formativa e informativa de una persona, grupo u organización, en cada una de sus manifestaciones posibles, coincide con el de la actividad dirigida a lograr determinados valores específicos -motivo rector de la actividad. A su vez, esto implica que los objetivos específicos de las acciones de generación, producción o representación del conocimiento son, al mismo tiempo, los del aprendizaje individual, grupal u organizacional y, por supuesto, que las condiciones objetivas materiales y sociales que determinan el sistema de las operaciones a realizar para lograr los objetivos, son también los mismos.

## **Tratamiento de las necesidades y los motivos en la Psicología**

Para comprender la importante relación entre las necesidades y la actividad, la comunicación y la personalidad, es imprescindible estudiarla en su perspectiva dinámica y contradictoria, y analizarla más allá del contexto individual, en el contexto de las condiciones histórico-sociales concretas, no sólo en el nivel de la sociedad, sino además, de las organizaciones y los grupos.

Las necesidades en el hombre son una cualidad de la personalidad, portadora de un contenido emocional que impulsa y orienta la actividad social-objetal del sujeto. En esta actividad, las necesidades que surgen y se desarrollan, se interpretan por la personalidad y reciben un sentido más específico y una valoración, a la luz del sistema integral (histórico y actual) de relaciones sociales-objetales y de ello, surgen los motivos -por ello, éstos tienen un sentido específico que la propia necesidad no posee.

Las necesidades superiores en el hombre impulsan la actividad no sólo por la falta o carencia de algo -lo que es común en las necesidades inferiores, de los animales- sino también por la búsqueda de nuevas sensaciones o vivencias o la consecución de algo, que puede formar parte de la realidad exterior o de formaciones interiores (imágenes, ideas, sentimientos, emociones, etc.); es decir, que la fuente de la vivencia de satisfacción de la necesidad puede no ser un objeto propiamente dicho, sino incluso, los

propios procesos y vivencias interiores, o determinados efectos emotivos de las relaciones sociales - amor, amistad, afecto, reconocimiento, etcétera. *Obujovsky*, planteó que existen tres necesidades específicamente humanas: las necesidades de conocimiento, de contacto emocional y del sentido de la vida.<sup>3</sup>

Es importante considerar, en la dirección de la actividad de los sujetos individuales y grupales, que en la interinfluencia de las necesidades y los motivos en los que éstas se concretan y la actividad, las vivencias positivas y negativas asociadas con la satisfacción de las necesidades, no tienen un valor o efecto absoluto. En la actividad orientada a la satisfacción de las necesidades, pueden producirse diversos momentos de insatisfacción generados por la imposibilidad de alcanzar, total o parcialmente, algunos objetivos; pero en ciertos casos, se produce una reflexión y reorientación de la dirección de la actividad, que puede convertirse, incluso, en un incentivo o impulso mayor en la actividad orientada a la satisfacción de la necesidad. Esto se debe al carácter activo de la personalidad que en su ontogénesis forma contenidos propios, que constituyen los puntos de partida para la interpretación de las vivencias y experiencias ulteriores y, consecuentemente, la orientación de la actividad.

En realidad, aunque en la actividad se obtienen vivencias de satisfacción, las necesidades superiores son insaciables, porque la actividad es continua y en las relaciones sociales-objetales, surgen constantemente nuevas sensaciones de inquietud y ansiedad por conocimientos, por contactos emocionales o por definir y reorientar el sentido de la vida. Es por ello, que el término satisfacción de las necesidades tiene un significado relativo y lo que se produce es una transformación de los motivos o formas de satisfacción de las necesidades.

Desde la perspectiva de la concepción expresada de las necesidades en la Psicología, este autor coincide con la definición que González Rey presenta del motivo:

"Es la forma en que la personalidad asume sus distintas necesidades, las que, elaboradas y procesadas por ella, encuentran su expresión en sus distintas manifestaciones concretas, de tipo conductual, reflexivo y valorativo, las que le dan sentido, fuerza y dirección a la personalidad."<sup>3</sup>

El motivo es una formación que integra el componente afectivo-volitivo de la necesidad -que induce la actividad-, con el reflejo cognitivo de las relaciones sociales-objetales, que, potencialmente, se corresponde con aquella -que orientan la dirección en que se ejecuta la actividad. Para este autor, el complejo sistema de influencias que actúa sobre el sujeto en el contexto de su actividad, determina que no siempre el sujeto está consciente plenamente de sus motivos. Algunas regularidades motivacionales, producto de las relaciones sociales-objetales, se forman durante la vida y se asientan, salen entonces, total o parcialmente de su reflejo consciente y sólo con técnicas adecuadas, se les puede hacer aflorar en el plano verbal comunicativo.

En el caso de los motivos superiores no siempre el objeto de la necesidad -como se ha explicado antes- es un objeto exterior sino que el sujeto puede conseguir la vivencia de satisfacción con el propio proceso de obtención de conocimiento o de formación de nuevas ideas, valores o convicciones y mediante

acciones de estimulación provenientes de las relaciones sociales.

La dinámica de transformación de las necesidades y motivos superiores genera que el producto final de la acción, devenido en meta, se conforme y perfeccione durante la propia actividad, de modo que el resultado final puede ser muy diferente del originalmente concebido y producir, no obstante, la vivencia de satisfacción del sujeto y del grupo.

El concepto de motivo es básico, de gran amplitud, y abarca desde la necesidad vinculada a un objeto particular, hasta las formaciones más complejas como los ideales, por lo que requiere un tratamiento más específico de sus niveles de complejidad o integración o por el nivel de influencia en el comportamiento. Para comprender adecuadamente los distintos niveles jerárquicos de los motivos en la personalidad, *González Rey* estableció una clasificación en forma de escala de complejidad, basada no en el contenido de los motivos, sino en su alcance funcional en la regulación de la actividad. Según esta escala, los motivos pueden tener cinco niveles diferentes, desde su forma más simple y de influencia más limitada en la regulación de la actividad, hasta su forma más desarrollada y compleja:

- a) De carácter objetal.
- b) Presentes ante condiciones actuantes sobre el sujeto.
- c) Orientadores de la actividad y de las relaciones del hombre.
- d) Orientadores del sentido de la vida.
- e) Tendencias orientadoras de la personalidad.

Dentro de la concepción de la gestión del aprendizaje en las organizaciones y comunidades, el aspecto de la motivación de las personas y grupos hacia: la propia organización, la profesionalidad, el éxito, el aprendizaje como modo de ser, la satisfacción de los usuarios/clientes, la utilización constante y perfecta de la información, el compartir los conocimientos, el trabajo en equipo, etc. ocupan un lugar destacado. Para determinar lo que la organización, las personas y los grupos necesitan en cuanto a la formación de los motivos, resulta muy importante identificar las características de los cinco niveles de complejidad y participación en la regulación de la actividad, que ha presentado *González Rey* y que se pueden sintetizar en la forma siguiente:

a) Motivos de carácter objetal: Son aquellos objetos, situaciones o resultados concretos -que, en mayor o menor medida implican también una determinada relación interpersonal, que al reflejarse, son interpretados por la personalidad como formas concretas de satisfacción de una necesidad, por lo que se convierten en motivo de la actividad. En este caso, la vivencia de satisfacción de la necesidad se alcanza mediante la relación esperada del sujeto con el objeto, la situación, etcétera.

Constituyen las formas más simples de inducción y orientación del comportamiento y se encuentran, por lo general, integrados a formaciones motivacionales más complejas como las que se explican en los niveles siguientes.

b) Motivos presentes ante condiciones actuantes sobre el sujeto: Son los que surgen cuando

determinadas condiciones del tipo de relaciones sociales -valoraciones, reconocimientos, placeres estéticos, situaciones organizativas, ventajas económicas, etc.-, se perciben por el sujeto como circunstancialmente posibles, y se interpretan, por la personalidad, como relacionadas con ciertas necesidades superiores. En ese caso, el comportamiento del sujeto se orienta a la realización de las acciones cuya consecuencia sea obtener estas valoraciones, situaciones, ventajas, etc., y la vivencia de satisfacción de las necesidades se obtiene ante el logro de dichas condiciones. En este caso, el objeto -en el sentido amplio en que se ha utilizado el término en la explicación del nivel precedente- no tiene suficiente fuerza de relación intrínseca con la personalidad del sujeto para desencadenar, por su propia presencia, la actividad, y sólo adquiere su fuerza motivacional en el contexto de condiciones actuantes como las que se han descrito. Así, por ejemplo, los motivos para el uso de la información, para compartir conocimiento, para aprender, de una persona o grupo en la organización, pueden asociarse fundamentalmente con la obtención de ciertas valoraciones, imagen, recompensas de diferente tipo, etc. y no tener un valor intrínseco, real, para la persona o grupo. Cuando estos motivos son intrínsecos, la labor educativa no requiere grandes incentivos para que se desarrolle una actividad intensa y con un control consciente de su calidad, mientras que si se trata de una motivación extrínseca, producida por las condiciones actuantes, el sistema de estímulos debe tener estas condiciones muy en cuenta. El predominio o no, en forma más estable, de la motivación intrínseca o extrínseca puede ser el resultado del abuso, por exceso o defecto, de las fórmulas de estimulación de la actividad de los sujetos por parte de la gerencia y constituye importante objeto de gestión del aprendizaje -y por ende de determinación de su necesidad.

c) Motivos orientadores de la actividad y de las relaciones del hombre: Son los motivos que se interiorizan por la persona durante la vida, como sistemas de reglas elementales de comportamiento ante determinadas situaciones y que, al interiorizarse o automatizarse, se salen parcial o totalmente de la conciencia, no obstante lo cual, regulan el comportamiento del sujeto en las situaciones actuantes concretas. Su efecto en la regulación del comportamiento puede o no ser estable, porque, de estar presentes formas más reflexivas, estables y conscientes de la personalidad que entren en conflicto con estos sistemas de reglas, es muy posible que la reflexión produzca las valoraciones necesarias para compensar las posibles vivencias negativas por el rompimiento de la norma. Este es el caso de las normas morales, las reglas disciplinarias, las predisposiciones poco reflexivas hacia determinadas esferas de la vida, etc. Según sus características esenciales, se considera conveniente llamarle en lo sucesivo motivos derivados de la interiorización de reglas. A juicio de este autor, el nombre dado por González Rey a esta categoría de motivos, no es adecuado, en tanto puede entenderse, en otro plano más general del análisis, que todos los motivos, independientemente de su nivel de complejidad o de regulación de la actividad de la personalidad, son `orientadores de la actividad y de las relaciones del hombre´.

d) Motivos orientadores del sentido de la vida: Son los que tienen un carácter más abstracto y consciente, como las valoraciones, las convicciones, las actitudes, que regulan fundamentalmente el comportamiento del sujeto en la situación presente, pero bajo el control interactivo de la reflexión sobre el sentido del comportamiento para la vida. Son formaciones motivacionales que no se consiguen con entrenamientos o aprendizajes puntuales sino con influencias permanentes y prolongadas sobre el sujeto. Para ser coherentes con el sistema clasificatorio de los motivos que se presenta, y al margen de la

polémica relativa al tratamiento del concepto de actitud, en la Psicología, se utilizó el término, según la concepción del propio autor del sistema clasificatorio, el que lo define como "motivo estructurado y estable hacia objetos, situaciones u otras personas, que se expresa coherentemente en comportamientos, valoraciones y estados emocionales".

e) Tendencias orientadoras de la personalidad: Son los motivos que forman el "... nivel superior de la jerarquía motivacional de la personalidad, formado por los motivos que la orientan hacia sus objetivos esenciales en la vida, lo que supone una estrecha relación entre la fuerza dinámica de ellos con la elaboración consciente, realizada por el sujeto, de sus contenidos. Como consecuencia de este proceso, los motivos adquieren un sentido consciente personal para el sujeto, el que determina la organización de complejas formaciones motivacionales, como los ideales, las intenciones, la autovaloración, etc., y que conducen a la aparición de un poderoso sistema de autorregulación." Este tipo de formación motivacional compleja implica una proyección hacia el futuro, consciente y bien estructurada, con una fuerte carga motivacional, que mediatiza todas las expresiones de los niveles inferiores de los motivos en cada momento actual, y establece la relación entre cada comportamiento actual del sujeto, con sus perspectivas futuras.

Estas formaciones motivacionales se expresan, además de, en la conducta concreta, en forma de juicios, valoraciones, puntos de vista, etcétera. Puede suceder que el comportamiento presente del sujeto, aparentemente no se corresponda con sus tendencias orientadoras, pero ello se debe a que la conducta presente puede ser sólo un momento dentro de una estrategia más compleja, orientada a una meta a mayor plazo.

El problema de lo objetivo y lo subjetivo en la investigación de las necesidades de formación e información (aprendizaje)

La eliminación de la subjetividad es imposible en términos absolutos, e inconveniente además, porque es la personalidad de los usuarios, su conocimiento, su inteligencia cognoscitiva y emocional, la que interviene protagónicamente en los procesos de generación, producción y representación de valor en la organización o comunidad. El profesional de la información sólo constituye un facilitador o, en el mejor de los casos, un líder, de esos procesos, que desembocan en el mejoramiento continuo de la organización o comunidad, y en su sentido más amplio, de la sociedad como sistema.

La determinación dinámica de las necesidades de formación e información en una organización o comunidad se realiza, entonces, para tratar de compatibilizar los principios, la imagen, misión, visión y los objetivos de la organización o comunidad, con la subjetividad de las personas y grupos en la organización. El proceso requiere determinar con los usuarios, en forma dinámica, los valores específicos y coyunturales de las variables que definen esencialmente al sistema de las necesidades de la organización, así como de mostrar a sus integrantes la información obtenida en la consulta de las otras fuentes, documentales y no documentales, para provocar una toma de conciencia sobre determinadas aristas o especificidades de dichas necesidades. Es decir, el proceso de determinación (dinámica) de las necesidades de aprendizaje (DNA), en forma interactiva con el usuario, consiste en un proceso continuo de transformación dialéctica de sus necesidades.

## Enfoque socio-psicológico de los determinantes de las necesidades de formación e información

Cualquier necesidad en particular, de la organización como un todo, de cualquiera de sus grupos o personas, surge en un contexto socio-histórico concreto, en un entorno socio-económico, cuyos aspectos a considerar son los de carácter científico, tecnológico, económico-financiero, comercial o de mercado, jurídico, político y social en general, en los que la organización surge y se desarrolla, y que se refleja en las comunicaciones con otras organizaciones y personas en la sociedad, que cumplen con respecto a ella una o más de las siguientes funciones: reguladores, proveedores, colaboradores, distribuidores, usuarios o clientes, competidores o formadores de opinión (figura 3).

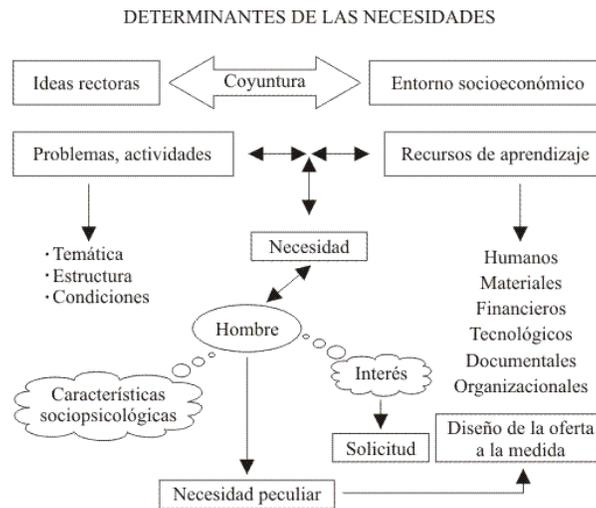


Fig. 3. Determinantes de las necesidades.

El carácter histórico de ese contexto se basa en la huella de la vida pasada de la organización, su presente y las tendencias futuras, todo lo cual, conforma una determinada coyuntura. El entorno socio-económico y coyuntural constituye, para la macroestructura de la actividad de la organización y de cada persona o grupo, las condiciones objetivas, materiales y sociales que determinan el sistema jerárquico de objetivos generales y específicos. En tal coyuntura -cuyo dominio es muy importante para la organización y origina la necesidad de poseer un sistema de vigilancia- la organización determina sus ideas rectoras, según la terminología de *Senge*, que comprenden: misión, visión, objetivos, valores y principios -obsérvese la relación de éstos con los motivos y objetivos de la actividad de la personalidad.

Estas ideas rectoras equivalentes a la esfera motivacional de la personalidad -cultura, en el nivel de la organización- son el punto de partida para la interpretación de las necesidades de formación e información porque las necesidades son una expresión de la personalidad en un contexto histórico-social particular. Por supuesto, que al igual que en las personas, mientras más claras están estas ideas -en este caso para todos los miembros de la organización- y mientras más sentidas sean, más logran la intensidad y unidad de acción -impulso y dirección- necesarias para el éxito de la organización. Así, estas ideas

deben ser claras, conocidas, compartidas, generar compromiso y ser flexibles, para adecuarlas dinámicamente según lo sugiera la coyuntura de comunicación con el entorno. Si estas cualidades de las ideas rectoras no están suficientemente desarrolladas, constituirían las primeras necesidades de formación de la organización como un todo y sus disfunciones se reflejarían en toda la organización. También la ausencia o insuficiencia de un sistema de vigilancia y comunicación -búsqueda, localización, análisis, valoración, comunicación- con el entorno, deja a la organización sin una orientación adecuada para cada coyuntura y limita las relaciones sociales de la organización, que son indispensables para cumplir o actualizar sus ideas rectoras. De acuerdo con la alta dinámica que impone el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, se considera como una necesidad de la organización un nivel aceptable de desarrollo de su sistema de vigilancia y comunicación con el entorno.

De los determinantes de las necesidades de aprendizaje expuestos en los párrafos anteriores, surgen otros más específicos: de una parte, los problemas y actividades que aborda y desarrolla la organización para cumplir con sus ideas rectoras y de otra, los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos, documentales y organizacionales -capital estructural-, que la propia organización posee, o que están al alcance de su sistema de vigilancia y comunicación, potencialmente útiles para la solución de los problemas y la realización exitosa de sus actividades, para desarrollar en forma continua el aprendizaje organizacional.

Hasta este punto, las necesidades analizadas están en el nivel de la organización como un todo y son menos dependientes de la personalidad concreta de las personas o grupos de la organización, aún cuando debe recordarse lo que se ha explicado acerca de la dialéctica de la interacción de lo individual y lo social, de lo objetivo y lo subjetivo en el estudio de las necesidades.

Para el estudio de los problemas y actividades y la forma en que sus características determinan las necesidades de formación e información, se han identificado tres variables genéricas: la temática o contenido semántico de la actividad, la estructura de la actividad -descomposición en acciones y operaciones más específicas, cada una de las cuales, determina necesidades de formación e información diferentes en contenido o forma- y las condiciones en que se desarrolla la actividad -biofisiológicas de las personas, así como científicas, tecnológicas, geográficas, políticas, económicas, sociales, de mercado, regulatorias, etcétera.

"La percepción de un problema de formación y de información en un grupo social debería llevar a la evaluación de sus necesidades mediante el conocimiento del problema", señaló Rodrigo Vega,<sup>4</sup> quien más adelante reafirmó: "Una vez establecido y conocido el problema, es necesario buscar un referente externo adecuado, que pueden ser las tendencias en el desarrollo actual más elaborado, que permita conocer la diferencia entre lo que es y debería ser, en materia de formación y que permita resolver, por lo menos parcialmente, las necesidades que, en materia de información, acusa la sociedad. Y se establece parcialmente porque, en no pocas ocasiones, lo perfecto no es lo posible; significa esto que los objetivos deben definirse con realismo, para resolver así un problema técnico de planificación y un problema práctico de la sociedad."<sup>4</sup>

Como puede observarse, Vega identificó los problemas, las tendencias del entorno multifacético -determinables por los sistemas de vigilancia y a los recursos disponibles, que establecen qué es lo

posible y permiten planificar con realismo- como determinantes de las necesidades de formación e información.

Cuando el hombre y los grupos particulares asumen las actividades de la organización, las necesidades de aprendizaje se manifiestan, además, por medio de sus cualidades personales o grupales -actitudes, conocimientos, habilidades, hábitos, capacidades, etc.- que determinan, su comportamiento. Es por ello, que las características socio-psicológicas de las personas o grupos se consideran también determinantes de sus necesidades específicas o peculiares, que son su manifestación. La determinación de las necesidades, por tanto, implica, obligatoriamente, determinar las características de los problemas que enfrenta y las actividades -contenido semántico, estructura y condiciones para su realización- que realiza el usuario, el diagnóstico de los recursos potencialmente útiles y las características socio-psicológicas del usuario.

De ello se deduce, en un plano más específico, que el nivel alcanzado de los recursos y de la gestión de la comunicación como bases para el aprendizaje, en una organización, en un contexto histórico concreto, son determinantes de, y existen indisolublemente ligados a, las necesidades de formación e información. Por ello, una importante parte de la metodología de determinación dinámica de dichas necesidades se debe dedicar a identificar y mapear los recursos y determinar el nivel de gestión alcanzado por los sistemas de comunicación con el entorno -incluye sistema de vigilancia, actividad de benchmarking, etc.- y comunicación interna.

La actividad toma un significado psicológico específico bajo la influencia de diversos factores, dentro de los que se deben destacar: la organización de la actividad -su estructura de acciones y operaciones, sus plazos de realización, etc.-; el sistema de relaciones sociales-objetales -grupos reales, convencionales, de referencia, de contacto, etc. sus subculturas y su dinámica, los niveles y tipos de compatibilidad, etc.- y la forma en que esta actividad es dirigida u orientada -estilos de dirección y liderazgo.

Estos factores influyentes deberán considerarse muy bien en las variables a emplear en el estudio de las necesidades de formación e información.

Es importante concebir que en la gerencia de una organización, los líderes o dirigentes de las comunidades, los grupos, y las organizaciones y comunidades en su totalidad, son sujetos cognoscentes de sus ideas rectoras, de los problemas y actividades a realizar y de las condiciones para la realización de las acciones, así como de sus propias características socio-psicológicas.

Mientras más domine la organización o comunidad, en forma compartida, el conocimiento multifacético de sí, en el contexto de sus objetivos y de su entorno, más garantía existirá para el éxito. Para conseguir ese conocimiento, se realiza la gestión del aprendizaje (GA) en forma continua, sobre la base del conocimiento permanente de la transformación dialéctica de las necesidades de formación e información.

## **Tratamiento del concepto de necesidad en las Ciencias de la Información**

Desde el punto de vista de los objetivos de esta contribución, el dominio de los diferentes niveles de integración o complejidad de las formaciones motivacionales, tiene importancia para poder interpretar adecuadamente, dentro de una estructura coherente, lo que constituye el objeto de estudio de una metodología para el estudio de las necesidades de información y formación en las organizaciones o comunidades. Es fácil comprender, después del tratamiento de las categorías necesidad y motivo en la Psicología que la denotación necesidades de formación e información no responde a su connotación en el campo de aquella ciencia. La licencia terminológica que se utilizará responde a que, si bien se tratará de ampliar y profundizar el significado atribuido al término necesidad dentro del campo de las Ciencias de la Información, hacia una comprensión de lo que se quiere formar en la personalidad de aquellos que integran la organización o comunidad, o en las características socio-psicológicas de los grupos, no se considera conveniente, por razones de comunicación con el segmento profesional fundamental al que van dirigidas las ideas de este trabajo, mover bruscamente la terminología y apartar la familia de términos asociados a las necesidades de información o de conocimiento de acuerdo con la estructura categorial de la Psicología.

El autor reconoce, y acepta como alternativa, el riguroso tratamiento que ofrece Enrique González Suárez sobre este problema, al presentarlo adecuadamente como la formación de los motivos de la actividad informacional mediante la comunicación en condiciones de actividad grupal, conducida por un profesional de la información en cumplimiento de sus funciones en la organización.<sup>5</sup> Para definir correctamente la posición que se sostendrá, con respecto a la de *Enrique González Suárez*, se suscribirá como representante de la posición de este trabajo, un párrafo de este autor, al cual, simplemente se le realizarán algunos comentarios para ajustar su idea original a la que se desea exponer ahora. Expresa el autor:

"El objetivo de las reuniones informativas (RI) consiste en crear, mediante ellas, el motivo de la actividad informativa de los participantes, principalmente con el auxilio de la dinámica de grupo; y mostrarles la posibilidad de encontrar el objetivo de la actividad informativa -información requerida y el modo de usarla. El funcionamiento de este diseño se materializa en la interrelación y la comunicación usuario-sistema informativo bibliotecario (SIB)... El motivo informativo se crea al relacionar la información que se disemina en la RI con las Necesidades de Información del grupo según el tema en que está trabaja el grupo.

De esta forma, la información adquiere una función impulsora y rectora de la actividad científico-informativa (ACI) del usuario. La posibilidad de los usuarios de obtener y usar la información requerida se muestra mediante los servicios informativos y la información contenida en los documentos que se diseminan en el transcurso de la RI."<sup>6</sup>

Las RI constituyen una actividad grupal organizada y dirigida por el profesional de la información -que, en otro sentido, podría ser visto como el gestor del aprendizaje; los participantes conforman grupos de contacto (reales) que se integran por quien dirige la actividad de acuerdo con los objetivos a lograr en la formación e información del grupo. "El motivo informativo es aquello por lo que el usuario trata de lograr los objetivos de sus actividad informativa... El objetivo informativo es la imagen consciente del

resultado anticipado a la acción informativa.

Ahora bien, las necesidades constituyen el objeto de estudio de diferentes disciplinas como la Psicología, la Sociología, la Pedagogía, las Ciencias de la Información y de la Administración, entre otras. Por tanto, cuando se trata el concepto de necesidad, se hace con diferentes enfoques, además de que, como observara S. Crawford, las necesidades de información resultan "... un concepto difícil de definir, de apartar, y especialmente de medir."<sup>7</sup> Durante años, este concepto fue objeto de estudio y tratamiento en el contexto de las ciencias y profesiones de la información, por lo que no es posible reseñar exhaustivamente en esta contribución una historia de tales dimensiones.

*Maria Nélide González*, citó a uno de los principales expertos es esta área, T. D. Wilson quien planteó: "Una necesidad de información se constituye a partir de otras necesidades originadas en los diferentes contextos de la experiencia y la acción; a partir del contexto físico y biológico y de los contextos de trabajo, sociales, políticos, etc."<sup>8</sup>

Esta definición considera, tanto la actividad -con sus diferentes características: estructura, contenido y condiciones histórico-concretas en las que se realizan- como las características del sujeto de la necesidad. Además, reconoce la dinámica de las necesidades de información, como producto de las diferentes necesidades que se originan durante el transcurso de las acciones que componen la actividad del individuo.

Por su parte *Francis Jawajar Devadason y Pandada Pratap Lingam*, explicaron:

"En el trabajo diario, la carencia de autosuficiencia genera necesidades de información. Estas necesidades de información representan lagunas en el conocimiento actual del usuario. Además de las necesidades expresadas o articuladas, existen necesidades inexpresadas de las que el usuario está consciente pero no las expresa. La tercera categoría de necesidad es la necesidad latente, de la que el usuario no está consciente... Una necesidad es específica y generalmente temporal - sea mediata o inmediata."<sup>9</sup>

Los autores apuntaron, de acuerdo con *Crawford*, que las necesidades de información dependen de: <sup>9</sup>

· La actividad laboral.

- La disciplina/campo/área de interés.
- La disponibilidad de facilidades.
- La posición jerárquica de los individuos.
- Los factores motivacionales de la necesidad de información.
- La necesidad de tomar una decisión.
- La necesidad de buscar nuevas ideas.
- La necesidad de validar las ideas correctas.
- La necesidad de hacer contribuciones profesionales.
- La necesidad de establecer prioridad para la creación

Y agregaron:

"Una serie de factores afectan las necesidades de información como: la gama de fuentes de información disponibles, los usos que se le dará a la información, la experiencia, motivaciones, orientación profesional y otras características individuales del usuario, los sistemas sociales, políticos, económicos, legales y reguladores que circundan al usuario y las consecuencias del uso de la información."<sup>3</sup>

*Devadason y Lingam*, realizan una diferenciación entre necesidad, interés y demanda de información, que se analizará más adelante. Además, aunque en forma un poco dispersa, plantean una serie de factores que inciden en las necesidades de información, que se pueden agrupar dentro de los determinantes principales definidos antes; destacan el carácter específico o peculiar de la necesidad de información y reconocen, a partir de los factores mencionados y del planteamiento referido a la existencia de las necesidades latentes, que éstas no dependen sólo de la conciencia (subjetividad) que el sujeto de la necesidad tenga de ella.

También *Diane Tobin Jonson*, ha apuntado la no coincidencia de las necesidades, vistas desde un punto de vista intersubjetivo o social, con el reflejo subjetivo de estas, en la conciencia del sujeto individual:

"La norma de los servicios bibliotecarios se construye no sólo sobre lo que los usuarios desean en un momento específico sino de lo que los profesionales han determinado que los usuarios necesitan a largo plazo... Aún más, muchas bibliotecas y profesionales de la información tienen una experiencia considerable con lo que los usuarios son capaces de decir acerca de lo que quieren (*Katz*, 1992). Tal experiencia sugiere que las personas frecuentemente no solicitan lo que realmente quieren -aún si conscientemente se deja de lado el punto de qué necesitan realmente."<sup>10</sup>

*Gloria J. Leckie, Karen E. Pettigrew y Christian Sylvain*, se refirieron a las necesidades de información en la siguiente forma:

"La necesidad de información emerge de situaciones pertenecientes a una tarea específica que está asociada con una o varias funciones de trabajo desempeñadas por el profesional. Por tanto, una necesidad de información no es constante y puede verse influenciada por una serie de factores... La naturaleza de la profesión específica y factores como la edad, área de especialización, ubicación geográfica y nivel profesional pueden influenciar la formación de la necesidad de información."<sup>11</sup>

En esta definición, se presenta el surgimiento de las necesidades de información a partir de la actividad que realiza el usuario, se reconoce el carácter dinámico de las necesidades y, al destacar la especificidad de la tarea y de la profesión, se reconoce además, su carácter peculiar. Por otra parte, limita las características socio-psicológicas del usuario a su edad, especialidad y nivel profesional y como condiciones para la realización de la actividad que influyen en las necesidades, sólo considera la ubicación geográfica.

*Enrique González Suárez* es uno de los autores que en el ámbito nacional se destacan por su concepción sobre las necesidades de información. En uno de sus trabajos, puede consultarse la siguiente definición:

"En el proceso de la actividad del hombre pueden surgir momentos de falta de conocimientos que se reflejan como necesidades de información."<sup>6</sup>

El autor reconoce la actividad del individuo como base para la formación de las necesidades de información, así como su carácter dinámico, esto es, como la actividad no es estática, las necesidades cambian en el desarrollo de ella. Asimismo, el hombre, como ejecutor de la actividad, reúne una serie de características que definen su personalidad e influyen en su realización y, por tanto, en sus necesidades de información; así adquieren un carácter peculiar. Además, en la definición en forma implícita, se alude a las condiciones en que se desarrolla la actividad y su carácter subjetivo. También, al observar a las necesidades como estados de ausencia o insuficiencia de conocimientos, *Belkin* desarrolló el concepto del estado anómalo del conocimiento (*Anomalous State of Knowledge*) el que parte de la hipótesis de que la necesidad de información surge del reconocimiento de una anomalía (carencia o insuficiencia) en el estado de conocimiento del usuario en relación con algún tópico o situación en general;<sup>12</sup> entonces, la búsqueda de información -actividad informativa del sujeto, según *E. González Suárez* o comportamiento de búsqueda, según *Wilson*- es vista como la relación entre la conciencia de sí -de su conocimiento- del usuario, y su modelo ideal o subjetivo de realidad -implícitamente, la actividad en la que se manifiesta el tópico o situación general.

Esta es también la forma en que *Prasad*, interpretó el carácter de las necesidades de información, lo que se evidencia en su definición: "... la necesidad de información es una condición en la que cierta información contribuye al logro de un propósito genuino. La necesidad de información es una relación que se establece entre la información y el propósito de la información".<sup>12</sup>

La necesidad se interpreta como el motivo-objetivo general de la actividad informativa del sujeto, donde se integran el impulso por la carencia de una información, con el reflejo cognoscitivo de dicha información, que le confiere la condición de meta para la actividad informativa del sujeto o "propósito de la información".

En todos los casos de los autores antes citados, puede observarse la idea de identificar la necesidad con estados de carencia de conocimientos o de información, sean considerados anómalos o no. Al respecto, se considera conveniente explicar la posición de principios de *A. D. Ursul*, que se comparte en este trabajo. El problema de las necesidades de formación e información, está muy relacionado con el problema de la incertidumbre. Al respecto, *Ursul* plantea:

"La incertidumbre objetiva surge debido a que el objeto de cognición se desarrolla, cambia; sobre él influyen otros objetos que constituyen condiciones de su existencia y, al mismo tiempo, las condiciones de la cognición, etcétera. En el proceso cognoscitivo, es imposible deshacerse de la incertidumbre objetiva... la tarea no reside, ni mucho menos, en librarse de ella... sino en fijar esta incertidumbre en el conocimiento y en partir de la existencia de incertidumbre de la información... en el ulterior incremento y utilización del conocimiento... Por cuanto la incertidumbre objetiva se refleja en el conocimiento, es en este sentido que se convierte, por su forma, en incertidumbre subjetiva."<sup>13</sup>

Con respecto a los elementos propiamente subjetivos que, al reflejar el objeto, se incorporan a la incertidumbre subjetiva puede decirse que se producen por las conceptualizaciones o patrones cognoscitivos, o por determinadas formaciones motivacionales que producen actitudes o predisposiciones, adecuadas o no, para la interpretación de la situación presente. El problema de la incertidumbre se presenta aún con mayor grado de complejidad, si se considera que a la incertidumbre inherente al objeto y al sujeto, se incorpora la incertidumbre de la relación, del vínculo específico entre ambos, que no equivale a la sumatoria mecánica de las incertidumbres de los objetos y sujetos que intervienen en la relación -p. e. en la actividad grupal.

*Ursul*, desarrolló una clasificación de este tipo de incertidumbre de la relación, basada en los diferentes lenguajes que, para representar las ideas, utilizan los creadores de la información, o los usuarios, al interactuar con los trabajadores de la información, al interpretar y traducir a un lenguaje de búsqueda, al crear ese propio lenguaje y los modelos de búsqueda que, supuestamente, representan, en una forma adecuada, a la información primaria, además de los propios errores que se pueden cometer durante el proceso de ajuste de la estrategia de búsqueda informativa.

Cabe señalar entonces:

- a) La información existente en las fuentes y portadores contiene una incertidumbre objetiva, determinada, en parte, por ser el resultado de la objetivación de la incertidumbre del conocimiento al transformarlo en información para la comunicación -que, como proceso, nunca genera una certidumbre absoluta- y por el propio movimiento o dinámica de sus unidades de contenido con los diferentes sistemas interactuantes.
- b) El conocimiento que se genera a partir de la información, incorpora la incertidumbre objetiva de ésta y le incorpora otros elementos que son productos de la interacción de la información con las características de la personalidad histórico-concreta del sujeto; se conforma así la incertidumbre subjetiva.
- c) Las propias relaciones sociales-objetales son portadoras de incertidumbre, que se convierte, dinámicamente, en incertidumbre subjetiva.
- d) En el proceso de comunicación consciente y planificado en las organizaciones y comunidades, la incertidumbre constituye un aspecto inherente a las necesidades de formación e información y, según *Ursul*, la tarea no consiste en tratar de eliminar la incertidumbre -lo cual sería dialécticamente imposible- sino en fijarla como conocimiento sobre la incertidumbre y considerarlo en las aplicaciones ulteriores del conocimiento. Al mismo tiempo, se presentan diversas formas de incertidumbre subjetiva, teóricamente eliminables -aunque muy difícil de conseguirlo en la práctica-, que son las que la gestión del aprendizaje organizacional o social debe intentar, no reducir, sino transformar en incertidumbre motivadora del desarrollo de la organización.

De todo lo explicado, se deduce que la necesidad de formación e información es considerada aquí como conocimiento sobre la incertidumbre, y que el proceso comúnmente llamado de "satisfacción de las

necesidades mediante los servicios" no es otra cosa, en realidad, que un proceso de transformación y ajuste dinámico y permanente de las necesidades, en la organización o comunidad como resultado de la comunicación interna, la cultura y las ideas rectoras de la organización, con el entorno social. Todo parece indicar que *Enrique González Suárez* resolvió este problema en un trabajo más reciente, en el que redefinió a la necesidad informativa como "... el estado del usuario que refleja la falta de correspondencia de sus conocimientos respecto a las condiciones de su actividad"<sup>2</sup>

*Jesse H. Shera*, apuntó una visión particular sobre el término cuando expresó: "... el término necesidades de información se interpreta generalmente como algo que se relaciona con clases de mensajes en función del sujeto, el uso general, el lenguaje o la fuente para suministrar esos mensajes."<sup>14</sup> En esta perspectiva, que comparten otros autores, las necesidades no se presentan como fenómeno interno sino en términos de aquellas acciones y recursos o cualidades de la información necesitada, que se requieren para satisfacerlas y que aparecen, entonces, como concreciones de su manifestación. En tal sentido, *Prasad* coincidió, al expresar: "Además, las necesidades de información de los usuarios pueden expresarse en términos de tiempo; esto es, urgencia, contenido o cantidad de información. Las necesidades de información se han clasificado como necesidades de hechos simples o exhaustivos, información técnica o de negocios. Sin embargo, las necesidades de información son frecuentemente determinadas en términos del tipo de mensajes, es decir, naturaleza y tipo de información, los tipos de documentos y el propósito de uso."<sup>12</sup>

Si se interpreta clases de mensajes como la comunicación que se establece con el usuario por medio de los diferentes servicios bibliotecarios, puede inferirse que la necesidad de información se identifica con tipos de información que dependen del usuario, del soporte informacional y de la finalidad de su uso. De ser así, la definición se refiere a los requerimientos lógicos e informativos correspondientes a la estructura de la actividad que realiza el usuario; considera las características de este individuo -la finalidad que tiene el uso de esa información- y el contenido temático de la actividad, que son determinantes explicados anteriormente. No obstante, su limitante radica en que no se considera -explícitamente, aunque sí de modo implícito o deducible- las condiciones en que se realiza la actividad.

Asimismo, ocurre con los autores *Yu Yu Ujim*, *V. P. Scheglova* y *V. H Ergunov*, quienes entienden como necesidades de información:

"La necesidad de conocimiento condicionada por el carácter de la actividad profesional del especialista y que depende de sus características individuales (personales)... Características de las necesidades que no dependen del usuario: temática del trabajo a realizar, objetivos, problemas y tareas del trabajo, etapas del trabajo... cargo del especialista, deberes funcionales del especialista... Características subjetivas de las necesidades: edad, nivel cultural, antigüedad en el trabajo, conocimiento de una lengua extranjera, productividad informativa, especialidad y particularidades psicológicas del trabajo con la información científico técnica... Otros aspectos que se incluyen en las necesidades de información: temática de la información necesitada, su volumen, forma y fecha de presentación."<sup>15</sup>

En esta definición, se reflejan las características objetivas y subjetivas de la necesidad de información. A

pesar de limitar el concepto a la actividad profesional del individuo, excluir otros tipos de actividades que generan necesidades de información y de considerar sólo al usuario especialista, puede decirse que ésta es una de las definiciones más completas que se han encontrado en la investigación sobre el término. Ella reconoce las características personales del individuo como factor del que depende la necesidad informativa, con lo que subraya su peculiaridad; y está presente su carácter dinámico. Además, se refiere a algunas de las variables del servicio que se relacionan directamente con las necesidades. Sin embargo, no se consideran las condiciones en que se desarrolla el trabajo del profesional como factor que también incide en las necesidades.

*Juan José Calva*, enunció las definiciones que ofrecen algunos autores sobre necesidades de información, entre las que se retoma, para su análisis, la de *J. Durrance*:<sup>16</sup>

"Las necesidades de información surgen en las personas cuando se encuentran en una situación en la que requieren determinado conocimiento. Es entonces, cuando el sujeto recibe un estímulo, que resulta en la necesidad de información, la que el sujeto trata de satisfacer. De esta forma, las necesidades de información son el resultado de los problemas que se le presentan al individuo en una situación específica"

Como se ha planteado, la actividad del hombre se realiza en el contexto de determinados problemas. En esta definición, se reconoce el condicionamiento de la necesidad con respecto a los problemas, así como su dinámica; asimismo, puede inferirse una alusión indirecta a las características personales del individuo como factores que inciden en la formación de las necesidades de información. Al igual que en otras definiciones analizadas, se alude a la carencia coyuntural de algún conocimiento, la que se convierte en estímulo para la actividad.

Por su parte, el propio *Calva* reconoció el carácter peculiar de la necesidad de información, así como a la actividad y las características socio-psicológicas como factores determinantes, al declarar que las necesidades de información del usuario "...varían entre unos y otros, es decir, que dependen del nivel de estudios, actividad que realiza y la propia motivación interna del usuario" Sin embargo, en esta declaración, *Calva* limita las características del usuario a sus motivaciones internas y al nivel de estudios, pero excluye muchas otras características de la personalidad mencionadas; tampoco, se refiere a las condiciones objetivas y subjetivas para la realización de la actividad sino sólo a la actividad.

*Patricia Hernández Salazar*, estableció que:

"Las necesidades de información de un individuo son aquellos conjuntos de datos que este necesita para cubrir un objetivo determinado. Además de la estructura cognoscitiva del usuario, las necesidades de información están influidas por:

- El nivel de experiencia sobre la disciplina de interés.
- El tiempo de experiencia en la disciplina.
- La actividad individual o grupal del usuario.
- Su persistencia.
- Su motivación.

- Su manejo del lenguaje.
- Su capacidad de análisis de la información.
- La disponibilidad de los recursos de información.
- El medio en el que se desarrolla el usuario: situación social, política y económica de su entorno."<sup>17</sup>

En esta definición, en primer lugar, la autora identifica a la necesidad con el objeto que la satisface, más que con el estado interior de necesidad, con lo que se le puede clasificar dentro del grupo de autores analizados, que no presentan a las necesidades como un fenómeno interno sino en términos de aquellas acciones y recursos o cualidades de la información necesitada. En cuanto a los determinantes, puede observarse la presencia de algunas características socio-psicológicas entre las que resulta interesante que la autora apunta la actividad individual o grupal y la capacidad de análisis. También, reconoce a las condiciones para la actividad, donde correctamente se ubica la disponibilidad de los recursos de información y otras, de carácter más general, de orden social, político y económico en el entorno. Se siente la ausencia, en esta definición, de la importancia de las características de la propia actividad que realiza el usuario y de su estructura.

*Melvyn Morales*, aún cuando concede mayor peso en la necesidad, a los determinantes subjetivos, reconoce su carácter supraindividual:

Es el estado interno, más o menos consciente de la necesidad aguda de alguna información, cuya aspiración consiste en utilizarla como producto reproducible del trabajo con el propósito de mantener y desarrollar las bases espirituales y materiales del proceso social de la vida. En su formación, se destacan una serie de factores diferentes, con significado especial las facultades individuales del hombre, así como las relaciones objetivas entre el hombre y su entorno, es decir, el nivel de desarrollo del propio hombre, su independencia y la posibilidad de mantener una conducta alternativa en el entorno, todos ellos adquieren una importancia especial en la manifestación de las necesidades de información." (*Castellanos M. Aproximación al estudio de las necesidades informativas sobre salud en la tercera edad. [Trabajo de Diploma en la Licenciatura Información Científico-Técnica y Bibliotecología]. La Habana: Universidad de La Habana, 1996. pp. 14)*)

En esta definición, el autor, además del reconocimiento del doble condicionamiento de las necesidades de información, destaca como determinante de las necesidades, a las características socio-psicológicas del individuo, y diferencia entre lo subjetivo y lo consciente de la necesidad. También, puede deducirse de la definición, que el autor reconoce su carácter peculiar.

*Patricia Dewdney y Gillian Michell*, citaron a la reconocida *Brenda Dervin* quien conceptualizó la necesidad de información como "... una laguna del conocimiento en la percepción del usuario de una situación particular."<sup>18</sup> *Dervin*, al ubicar la carencia de conocimiento como parte del proceso de percepción de la situación particular y no a la consecuencia de la situación, se refiere, en forma explícita a su carácter subjetivo. La posición de esta autora, en diversas fuentes, sostiene un subjetivismo individual marcado, como esencia de las necesidades y de la estrategia para su estudio, dentro de la corriente, fundada por ella -el "*Sense making*". En esta posición, no se consideran las condiciones

objetivas, materiales y apenas, las sociales ("intersubjetivas" para la autora), donde se desarrolla la actividad del usuario, así como tampoco la estructura de dicha actividad. Además, se ignora la existencia de aquellas necesidades de las que el usuario no está consciente, es decir, las necesidades latentes (en términos de *Devadason y Lingam*).

Del análisis realizado, puede concluirse que la mayoría de los autores en el presente -de los analizados que dan definiciones, porque muchos utilizan el término necesidad y nunca lo definen- reconocen el doble condicionamiento (objetivo-subjetivo) que presentan las necesidades de información con respecto a la actividad que realizan los usuarios, sus temáticas, pasos componentes, condiciones objetivas y sociales de realización y a las características propias de los individuos (usuarios), lo que brinda un soporte más amplio y sólido para la identificación de variables inherentes a estas condicionantes, en la investigación de las necesidades de información -que en este informe se hacen extensivas a las necesidades de formación.

Por otra parte, es común el reconocimiento del carácter dinámico de las necesidades. No puede hablarse de consenso en estos aspectos, porque existen posiciones de autores significativos, cuyas definiciones enfatizan en el carácter subjetivo e individual de las necesidades, es decir, que colocan en un primer plano muy fuerte, o en único plano, a las características socio psicológicas del usuario como determinantes de su necesidad de información y eliminan o reducen el alcance de la influencia de las acciones del usuario y de las condiciones objetivas, materiales y sociales en las que se desarrolla su actividad. Las posiciones que asumen los diferentes autores, en relación con el carácter de las necesidades y de sus determinantes, tienen su consecuencia y evidencia, en la selección o identificación de los métodos y de las fuentes de información que proponen para la investigación de las necesidades.

## **Enfoque socio-psicológico de los niveles de existencia de las necesidades de formación e información**

Existe una unidad dialéctica entre las necesidades de formación e información -y la personalidad como un todo- y la actividad -esencialmente comunicativa y social- que realizan las personas, grupos y organizaciones, dirigida a su transformación en el sentido de desarrollo. En esta unidad dialéctica, debe entenderse que ambos polos influyen en los cambios que experimenta el otro, cíclicamente, y que produce un desarrollo en espiral ascendente. La deducción anterior puede servir para explicar la estrecha relación que muestran los estudios sobre las necesidades de formación e información con los que responden al enfoque orientado al comportamiento informacional -sinónimo de actividad informativa externa, observable- del usuario (*Wilson, Belkin* y otros). Así, las características coyunturales del entorno histórico y social concreto en que se desenvuelve la actividad de las organizaciones, grupos y personas y sus propias características estructurales, funcionales y socio-psicológicas, determinan, en su interrelación peculiar y dinámica, tanto la forma y el contenido de dichas actividades como de las necesidades de formación e información en su devenir.

Cuando la solución de un problema o exigencia social, se concreta en una actividad específica, un sujeto específico (individual o colectivo) y en condiciones específicas de realización, se generan tres niveles

posibles -los dos primeros inexorables- de existencia de las necesidades de información:

- Un nivel en que las necesidades de formación y de información existen "objetivamente", en el plano intersubjetivo o supraindividual, exterior al hombre, de forma relativamente independiente a la conciencia individual. Estas necesidades se deducen a partir de la estructura de la actividad (es) específica(s) que debe realizar el hombre, el grupo o la organización, de las condiciones específicas que existen para ello y de las características socio-psicológicas de la persona o grupo - al menos, de aquellas características que se relacionan con la actividad en cuestión y con la actividad informativa que ella requiere.
- Un nivel en que las necesidades de formación y de información existen en el plano ideal o psicológico, es decir, como reflejo subjetivo y consciente, como idea. Este reflejo interno, aunque tiene su origen en los factores enunciados en el párrafo anterior, se configura en la forma en que se da para el hombre, a partir de los respectivos reflejos subjetivos o ideas, que este tiene acerca de los determinantes mencionados, es decir, de: el problema o exigencia, la actividad a realizar - su estructura y organización-, las condiciones materiales y sociales para ello, los recursos de información que considera necesarios y de sus propias cualidades para realizar las tareas. Este nivel subjetivo de existencia de la necesidad se llamará interés de información, y se manifiesta en el deseo, la disposición del usuario de obtener la información cree que le falta, mediante su actividad comunicativa.
- Un nivel en que las necesidades de formación e información de la organización, de sus grupos y personas existe en forma consciente para los encargados de los procesos de gestión del aprendizaje -nivel metodológico- en la organización y en el que las necesidades no se expresan en cuanto a lo que son, sino, en términos de las acciones comunicativas, recursos, estrategias, requisitos del proceso de aprendizaje organizacional; es decir, en términos del diseño de la oferta continua de las actividades de educación y aprendizaje

Con estos elementos como premisa, se han definido en numerosos trabajos del autor y de sus colaboradores, los conceptos de necesidad peculiar de información -primer nivel descrito arriba-, interés de información -segundo nivel-, e incluso, se han expresado, en términos relacionados, el concepto de demanda o solicitud de información y los de demanda óptima o diseño de la oferta a la medida -tercer nivel.

Las necesidades peculiares de información son:

Necesidades de carácter objetivo, que para cada usuario o lector, en un momento particular, están determinadas por:

- El contenido semántico de la actividad que realiza el usuario o lector, lo que define la temática de la información que se necesita para la realización de dicha actividad -aspecto semántico-,
- La estructura de la actividad (de estudio, de recreación, creadora, etc.),
- Las condiciones objetivas y subjetivas, materiales y sociales, para su realización, y
- Las características socio-psicológico-culturales del usuario, lector, categoría (segmento) o comunidad de ellos.

La definición, utilizada durante años, como sustrato de una metodología para el estudio de las necesidades de información y formación, no sólo reconoce el carácter objetivo (intersubjetivo o supraindividual) y dinámico de las necesidades de formación e información, sino que, además, señala variables derivadas de los determinantes de las necesidades; destaca el carácter peculiar que adquieren las necesidades de formación e información para cada usuario en particular, grupo u organización, y además, en varios trabajos, se desglosan esas macrovariables en otras más específicas.

La necesidad peculiar de información, tiene una existencia dinámica debido a que sus características, para un sujeto específico, se transforman en la propia actividad, en parte como efecto del propio procesamiento interno de la información. Además, en dependencia del tipo de actividad que realiza el sujeto -cada una de las que tiene una estructura y condiciones determinadas, que exigen parámetros diferentes de la información y de la forma en que se debe hacer llegar al usuario o lector- la necesidad, refleja lo peculiar de cada momento, influido por su pasado. Con la transformación de la realidad que el hombre realiza para satisfacer sus necesidades, se transforma a sí mismo, produce, dentro de sí, nuevas necesidades, e idea nuevas formas de satisfacerlas (motivos y objetivos), en un proceso ininterrumpido.

*M. S. Mirimanova*,<sup>19</sup> reconoció este carácter dinámico, al señalar que cualquier sistema de búsqueda informativa, debe ser extraordinariamente móvil y flexible, y reaccionar paulatinamente a las necesidades de información cambiantes de los usuarios. También, *Manecke, Rückl y Tanzer*, enfatizaron: "La problemática de las necesidades de información, resultó más compleja y disímil de lo previsto... Los métodos que se aplicaron no fueron insuficientes de por sí, sino que los constantes cambios en las necesidades de información a causa del desarrollo de la ciencia, la técnica y la producción, no pudieron considerarse en toda su magnitud."<sup>20</sup>

"Estas necesidades peculiares de información pueden ser tanto individuales como grupales. Estas últimas diferencian a un grupo de contacto de usuarios de otro. En el suministro de información a estos grupos de contacto de usuarios, se produce la interrelación de las necesidades generales del grupo con las de los usuarios individualizados (necesidades específicas)... Ambas formas se pueden completar mutuamente. Si la UI tiene un servicio dirigido a grupos de contacto de usuarios que tienen un perfil temático común, puede suministrar información, tanto para satisfacer las NI comunes del grupo como las específicas de cada usuario individualizado", señala *Enrique González Suárez* en su tesis de grado;<sup>5</sup> destaca así, dos de los niveles de agrupación humana para los que resulta válido el estudio de las necesidades peculiares.

También, es válida la identificación de las necesidades peculiares de formación e información en el nivel de la organización o comunidad como un todo. El propio *Enrique González Suárez* definió el concepto de organización, en términos compatibles con el enfoque socio-psicológico que se presenta:

"La organización es una entidad con sus metas y objetivos, los que alcanza con el esfuerzo de un conjunto de especialistas y técnicos distribuidos en las distintas áreas de su estructura o concentrados en grupos de trabajo uni o multidisciplinares. Lo principal es que el esfuerzo del personal calificado está

dirigido a la consecución de las metas y objetivos... Un mismo especialista o técnico puede vincularse al cumplimiento de determinado ángulo del plan, o un grupo de ellos puede insertarse en el cumplimiento de un aspecto. Es decir, prácticamente es posible reunir a los involucrados en el plan, en grupos de contacto (reales) que trabajan en una o varias aristas de un tema."<sup>6</sup>

Se observa una correspondencia conceptual entre el sentido personal -de la personalidad en el caso individual-, con el sentido grupal o subcultura -en términos de *Schein*- y el "sentido personal" de la organización con la cultura organizacional. Puede establecerse un paralelismo casi perfecto entre el estudio del concepto de objetivo en la personalidad y los conceptos de misión, visión-(ideal, en la personalidad- y objetivos en las organizaciones. Para comprender esta idea, puede utilizarse la explicación que aportó *González Rey*, sobre el proceso de formación de los objetivos y relacionarla con el nivel de la organización:

El proceso de formación de objetivos es diferente, según el nivel que ocupan los motivos en la estructura de la personalidad.

"Los objetivos más característicos de la personalidad son aquellos que expresan una orientación futura, que trasciende las potencialidades presentes del individuo para alcanzarlos, y manifiestan un elevado nivel de elaboración consciente del sujeto acerca de sus contenidos... Por lo general aparecen... en ideales, intenciones, etc.,... que representan tendencias orientadoras de su personalidad y se concretan en toda una serie de objetivos más inmediatos en la actividad concreta del sujeto. Estos actúan en calidad de medios para los fines más distantes... El estudio de cualquier objetivo inmediato, que sea una expresión de las tendencias orientadoras de la personalidad, no puede emprenderse sin el conocimiento de lo que representan para el sujeto los objetivos más mediatos que se ha trazado. Esto implica estudiarlos en el contexto de la personalidad, considerando los aspectos conscientemente elaborados por el sujeto acerca de su contenido."<sup>3</sup>

Así, puede interpretarse en el nivel de la organización, que los objetivos o motivos más generales son aquellos que expresan una orientación futura, que trasciende las potencialidades presentes de la organización para alcanzarlos y que deben presentar un elevado nivel de conciencia colectiva, alcanzado mediante la participación de todos los miembros de la organización, es decir la misión, la visión, los principios y valores más generales de la organización, las ideas rectoras (en términos de Senge), que representan las tendencias orientadoras de la cultura de la organización y se concretan en una serie de objetivos más inmediatos -de carácter estratégico o táctico- en la actividad concreta de la organización. Estos últimos actúan en calidad de medios para los fines más distantes... El estudio de cualquier objetivo inmediato, que sea una expresión de las tendencias orientadoras de la cultura de la organización, no puede emprenderse sin el conocimiento de lo que representan para ésta sus ideas rectoras. Esto implica estudiarlos en el contexto de la cultura organizacional, considerando los aspectos conscientemente elaborados -conciencia compartida- por los miembros de la organización.

De acuerdo con lo explicado, se entiende por necesidades de formación e información (aprendizaje) peculiares de una organización, grupo humano o persona, los requerimientos de adecuados valores,

convicciones, motivación, entusiasmo, capacidades, habilidades, conocimiento, información, datos, para las actividades que garantizan el éxito en el cumplimiento con calidad, de las ideas rectoras y de los objetivos estratégicos, la solución o evolución de los problemas de la organización o comunidad, independientemente de que estas necesidades sean conscientes, en alguna medida, o no, por las propias personas o grupos.

Esta necesidad peculiar intersubjetiva de formación e información, determinada, en parte, por factores externos y de la propia organización, puede no ser consciente, total o parcialmente (o adecuadamente) para la organización, el grupo o el hombre particular. Por supuesto, que para conocerlas a cabalidad es imprescindible conocer en qué medida existe tal conciencia o imagen subjetiva de su propia necesidad de formación e información, que crea la disposición a la actividad, en otros términos, sus intereses conscientes. En el nivel de la organización estos serían, al decir de Schein, el nivel de los valores expuestos, que existen en el plano de la conciencia de los miembros de la organización -aunque con diferentes niveles de precisión o de compromiso. Es conveniente distinguir entre el concepto de necesidad de formación e información y el estado de necesidad como vivencia subjetiva, que es causa y efecto de la identificación de los motivos y objetivos y de la disposición para la actividad.

El interés de información o necesidad subjetiva, es el reflejo en la conciencia, tanto colectiva (de grupo) como individual, de las necesidades peculiares "objetivas" de formación e información.

El interés es una formación motivacional, que por tanto presenta, de una parte, un carácter cognoscitivo -el reflejo del objeto-meta de la actividad-, integrado con la carga afectiva de la necesidad subjetiva y que además, se manifiesta en forma consciente. Precisamente por su carácter subjetivo y consciente, no necesariamente refleja en forma exacta y total la necesidad peculiar "objetiva".

Estos se deben comparar con las necesidades, determinadas a partir del análisis de los elementos supraindividuales mencionados, y determinar si hay coincidencia o el usuario también necesita, y en qué medida, que se facilite la toma de conciencia de sus necesidades. El interés puede no coincidir exactamente con su necesidad, porque éste se construye a partir de su visión particular de las características del problema, de su idea personal sobre los recursos disponibles y de la imagen que tenga de sus propias características socio-psicológicas -la imagen de sí, su autovaloración. Algunos autores utilizan, por esta razón, el término necesidades subjetivas para designar a los intereses. Es a partir de ese interés -nivel subjetivo de existencia de la necesidad, que el sujeto, convertido por su necesidad en usuario de la información, puede formular su demanda o solicitud -nivel metodológico en que se trabaja la necesidad.

La demanda o solicitud es la expresión verbal a la entidad encargada del servicio, del interés, que unas veces ocurre espontáneamente y otras, es provocada por la propia entidad de servicio.

Como se conoce, tanto por los estudios realizados por los psicólogos y lingüistas en cuanto a la relación entre pensamiento y lenguaje, como por la propia práctica informativa y bibliotecaria, no siempre el hombre es capaz de expresar en forma clara, total y exacta sus intereses conscientes, tanto más en el

caso de las necesidades de formación e información, donde la demanda debe expresar lo que se sabe acerca de lo que no se sabe -el conocimiento acerca de la incertidumbre, en términos de Ursul. Por otra parte, en ocasiones -que el informador desconoce-, el usuario sólo pretende expresar lo que considera o cree que el sistema informativo le puede brindar y que él no puede conseguir por otras vías. En algunos casos, la actitud de subestimación hacia las posibilidades del sistema o entidad de información de satisfacer sus intereses, hace que no se expresen en la demanda, determinados aspectos del interés o simplemente no se realice tal demanda. En otras ocasiones, la errónea intención de no mostrar la magnitud total de la incertidumbre subjetiva ante el informador, en unos casos por un sentimiento de vergüenza, en otros por conservar o establecer una imagen propia de mayor dominio de la temática, premeditadamente no se expresan algunos elementos del interés.

Debe considerarse que, si el interés es impreciso en cuanto a las necesidades "objetivas" específicas, y la solicitud también lo es con respecto al interés, si se diseña la oferta para satisfacer sólo su solicitud, la efectividad en la satisfacción de sus necesidades reales puede ser muy baja. Estas y otras razones hacen que la demanda de información, en tanto criterio para conocer las necesidades peculiares de formación e información, deba utilizarse, principalmente, como indicador -aún con limitaciones- del nivel de conciencia que tiene el usuario acerca de sus necesidades. Justamente por ello, es que entre las características de la GA, se destaca el carácter proactivo, a partir de la determinación dinámica y permanente de las necesidades, aún cuando no se descarta que el servicio dé respuesta, circunstancialmente a una solicitud específica.

Puede observarse la coincidencia con este criterio en los trabajos de *M. S. Mirimanova*, quien describió el proceso de la toma de conciencia de la necesidad de información -formación de un interés consciente semejante o próximo a la necesidad objetiva-, en la siguiente forma:

"En la conducta del científico, dirigida a obtener el conocimiento necesario por el medio informativo, se destacan dos formas de reflexión: la profesional -sobre el nivel de su desconocimiento- y la metodológica -dónde y cómo se puede obtener el conocimiento necesario-... La formación de la necesidad de información, como uno de los posibles resultados de la reflexión profesional, es un proceso que posee una estructura compleja. Sólo en el curso de reflexiones frecuentes, puede formarse la necesidad de información, que representa, en la etapa inicial, sencillamente el interés por algún grupo de cuestiones y constituye una tarea no estructurada y socavada."<sup>21</sup>

Indiscutiblemente, estas ideas están formuladas para el trabajo con la información científica. No obstante, pueden considerarse, en tanto fenómeno psicológico e informativo, totalmente válidas, incluso para la actividad bibliotecaria, en la que el trabajo con los lectores se concibe como la actividad dirigida a precisar, orientar la demanda, o para modificarla en cantidad o cualidad hasta alcanzar los objetivos de volumen y variedad de la lectura. También coincide *H. N. Prasad*, cuando expresó: "... la demanda descansa sobre un juicio acerca del propósito de información del usuario. Es necesaria una valoración para ver si la información en cuestión contribuye al logro del propósito de información. Una simple curiosidad puede no ser una legítima necesidad de información."<sup>12</sup>

El diseño de la oferta "a la medida" se ha tratado en los trabajos del autor en el período 1986-1992 bajo la denominación de demanda óptima de información y diseño del servicio "a la medida". Las razones para el cambio de denominación son propiamente de evolución terminológica en el campo de las Ciencias de la Información y de la Administración.

El diseño de la oferta a la medida constituye, junto a la demanda o solicitud, el nivel metodológico o de trabajo de existencia de las necesidades de formación e información --tercer nivel descrito al inicio de este epígrafe; es decir, en la conciencia de los responsables de estudiar y transformar dialécticamente las necesidades de formación e información en la organización o comunidad, con vista a trazar la estrategia de comunicación, para la organización, para cada grupo o persona y garantizar los objetivos de la GA. Es la expresión, el diseño dinámico, en términos de acciones, recursos y estrategias, de la forma precisa de realizar la GA, de acuerdo con las características de las necesidades peculiares de formación e información de la organización como un todo, sus grupos y miembros individuales.

Las ventajas del desarrollo tecnológico permiten que el diseño de la oferta se realice con el usuario/cliente de la GA, a partir de todos los aspectos que la entidad de GA analizara en los procesos anteriores, relativos a la organización y a su entorno. De este modo, la entidad de GA penetra en la cadena de valor de sus usuarios/clientes, obtiene conocimiento de sus necesidades y, al mismo tiempo, le da participación a aquel en sus propios procesos generativos y productivos, en la construcción y ejecución de ofertas "a su medida". La oferta debe establecer, para cada etapa de la actividad del usuario/cliente los valores de las variables más importantes para hacer corresponder el servicio con las necesidades.

## **Los estudios de usuarios como contexto general de la investigación de las necesidades de formación e información**

Para *Charles H. Busha* y *Stephen P. Harter*, los estudios de usuarios "... están dirigidos a comprender, justificar, explicar o extender la utilización de la biblioteca y, consecuentemente, obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de comunicación en lo que se refiere a las bibliotecas y sus usuarios."<sup>22</sup>

Es interesante observar que los autores parten de un enfoque comunicacional del servicio informativo y bibliotecario. Por su parte, *Saray Córdoba* planteó que "Los estudios de usuarios se realizan para conocer al sujeto de un sistema de información, es decir, aquella persona que está implícitamente involucrada en el sistema, sea demandante o no."<sup>23</sup>

La autora sugiere en la cita no sólo el propósito básico de los estudios de usuarios, que es profundizar en el conocimiento de las características socio-psicológicas y conductuales de dichos usuarios, sino además, que se deben considerar como usuarios involucrados en el sistema no sólo a los denominados usuarios reales. Otro enfoque de las definiciones es el que propone *Elías Sanz*, quien se refiere a los estudios de usuarios como el: "Conjunto de estudios que tratan de analizar cualitativa y cuantitativamente los hábitos de información de los usuarios mediante la aplicación de diferentes métodos al estudio de su consumo de información."<sup>24</sup>

Se concentra el concepto de estudio de usuarios en sus hábitos de información. Lam, *Molina, Núñez y Mazar* definieron hábito como una "... formación psicológica estructurada que garantiza que las acciones para el desempeño de una actividad se realicen espontáneamente y que su control pueda ocurrir incluso fuera de la conciencia, y con un control de la calidad de dichas acciones."<sup>25</sup> Así, podría decirse que el hábito, como actividad que se automatiza -se incorpora al conocimiento tácito, aunque se manifiesta en el comportamiento observable-, presenta una función importante en la identificación de las necesidades de formación e información y viceversa, pero, el estudio de los hábitos de los usuarios, por sí solo, no permite determinar lo que antes se ha definido como necesidades peculiares de formación e información, porque los determinantes externos a la conducta de los usuarios no se contemplan en estos estudios.

Por su parte, *José A. Moreira* consideró que "... los estudios de usuarios, al igual que el marketing de la información, tienen su fundamento en el estudio científico de la información mediante la Bibliometría... se logran de este modo, unos indicadores empíricos que permiten medir el uso, las necesidades y el flujo de la información."<sup>24</sup> Con ello, el autor sugiere incorporar los estudios métricos como herramienta en los estudios de usuarios, lo que es importante contemplar, tanto en el sentido de la medición del comportamiento de las variables del entorno de la organización -tarea de los sistemas de vigilancia-, que el autor relaciona con el marketing de la información, sino también en la medición del comportamiento de los propios usuarios a partir de indicadores presentes en la información que generan éstos en su actividad dentro de las organizaciones o comunidades. Este es un factor a considerar en metodología para la determinación dinámica de las necesidades de formación e información.

Los estudios de usuarios abarcan las investigaciones relativas a las necesidades de formación e información de los usuarios y además, diferentes tipos de investigaciones como son: estudios de mercado, análisis estadísticos, estudios de circulación de los documentos, análisis de la demanda, etc.; están dirigidos a objetivos diferentes, en dependencia de lo que se desea evaluar sobre el usuario, desde la utilización que se realiza de la biblioteca, los servicios y las colecciones, hasta su preferencia por un tipo de servicio u otro. *Nice Menezes*<sup>26</sup> citó *Faibisoff y Ely*, quienes ofrecieron una lista de los objetivos que cumplen los estudios de usuarios: comportamiento del usuario; naturaleza, cantidad y fuentes de información buscada; calidad de la información; oportunidad de la información; necesidades de los usuarios.

*Iraset Páez Urdaneta*, planteó que "... los estudios de usuarios se orientan en términos específicos hacia el conocimiento de:

- Las necesidades de información del usuario.
- Los propósitos de un usuario al utilizar un servicio.
- Los modos como los usuarios satisfacen sus necesidades de información en el servicio.
- La frecuencia en la utilización de los servicios.
- la eficiencia/frecuencia en la utilización de las fuentes secundarias o terciarias de información.
- La eficiencia/frecuencia en la utilización de las fuentes de referencia de la colección del servicio.
- La eficiencia en el uso de los recursos automatizados.
- La eficiencia en el uso de la documentación convencional y no convencional.

- El nivel de acierto en la búsqueda/obtención de los recursos de información requeridos.
- El nivel de aprovechamiento de la información obtenida.
- El nivel de satisfacción sobre el servicio (personal del usuario).
- La opinión del usuario sobre la importancia del recurso informacional.
- La opinión del usuario sobre la efectividad de servicios específicos.
- Los requerimientos informacionales potenciales del usuario.
- El tipo de servicios adicionales o sustitutivos deseados por el usuario."<sup>27</sup>

*Rocío Herrera Cortés*, planteó: "...las cifras que tradicionalmente han servido para evaluar los resultados y mostrar el impacto de la biblioteca, como el número de libros prestados, el número de visitantes o de eventos realizados, muestran sólo aspectos parciales de la situación, pero debe irse más allá y evaluar continuamente el nivel de satisfacción de los clientes y la necesidad de hacer cambios en los procedimientos y servicios para ajustarse a unas necesidades y demandas cambiantes."<sup>28</sup> La autora advirtió también sobre el peligro de que los estudios de usuarios se dirijan más hacia la evaluación de aspectos que ocurren dentro de las entidades de información que a lo que debería ser su objetivo esencial. Entre las variables que se proponen para realizar dichos estudios, se presentan muchos más indicadores dedicados a medir las bibliotecas y los servicios que a conocer al usuario.

## **Los estudios de necesidades como parte de los estudios de usuarios**

Los estudios de necesidades son, por tanto, un tipo de estudio de usuarios, dirigidos específicamente a la investigación de los requerimientos de formación e información de las organizaciones o comunidades y de los grupos y personas que desarrollan su(s) actividad (es) en el contexto de su cultura, sus metas y aspiraciones.

*Laura Cram*, definió el estudio de las necesidades de información como: "La determinación de la necesidad para un servicio de información aún indefinido a una comunidad específica."<sup>29</sup> En esta definición, se plantea la realización del estudio de necesidades para la creación de un servicio y se destaca el estudio para una comunidad específica, es decir, a un grupo determinado de usuarios y el hecho de que el estudio debe ser precedente al diseño del servicio y no como respuesta a una solicitud.

Los estudios sobre necesidades de formación e información permiten una evaluación importante para perfeccionar los servicios, al posibilitar su adecuación a las necesidades. Por esta razón, en muchas ocasiones, se les incluye como parte de la actividad de evaluación de los servicios, aún cuando su empleo en la organización es mucho más amplio que el proceso de evaluación.

Córdoba señaló algunos requisitos para los estudios de necesidades:

- "En ellos, deben representarse todos los usuarios del sistema, no sólo los que demandan información.
- Deben captar la complejidad de la necesidad de información en toda su amplitud; esto es, no sólo aquello que los usuarios creen que suceden, sino lo que realmente sucede.

- Deben captar la dinámica y flexibilidad de las necesidades de los usuarios, por ello deben realizarse periódicamente.
- Deben captar el carácter subjetivo de la actividad que realiza el usuario.
- Deben considerar que el usuario generalmente no expresa su necesidad de información con facilidad.
- Deben realizarse de acuerdo con las condiciones reales del usuario, sobre todo, sus limitaciones de tiempo y la actitud negativa que se presenta en ocasiones hacia el uso de la información."<sup>23</sup>

Es contradictorio que, debido a su importancia, la determinación dinámica de las necesidades de formación e información no exista como una tarea de los sistemas informativos -de alguna de sus entidades o subsistemas específicos- con identidad propia, metodología, normas, etc. y quede diluida dentro de otras tareas de estas entidades; así como, que los métodos y procedimientos, utilizados para conocer dichas necesidades, aparezcan en forma exigua en la literatura especializada o con carácter superficial. La importancia del tratamiento metodológico de los estudios de necesidades, aconseja dedicar el siguiente epígrafe específicamente a la profundización de su estado del arte en la literatura consultada.

## **Modelos, enfoques, metodologías y métodos empleados en los estudios de usuarios y de necesidades**

Algunos trabajos y obras de autores describen una orientación metodológica que incluye diferentes métodos y técnicas a emplear para determinar las necesidades informativas de los usuarios, el orden de los procedimientos a seguir para su aplicación, así como las fuentes a utilizar para la operacionalización de las diferentes variables y sus indicadores. Pudiera decirse que, algunos de estos enfoques, por su amplitud, entran en los conceptos de estudios de usuarios o de auditorías de información o de conocimiento, más que estrictamente de sus necesidades de formación e información. No obstante, se han seleccionado, por la interrelación estrecha de este tipo de estudios y para no limitar excesivamente el análisis a una precisión terminológica. Se analizarán aquí las posiciones enfoques o propuestas de *T. D. Wilson*, sobre el comportamiento informativo de los usuarios (information behaviour), la concepción de *Brenda Dervin* sobre el *Sense making*, las propuestas de *Saray Córdoba* y *Devadason* y *Lingam*, elementos básicos del "Enfoque clínico de la cultura y el aprendizaje en las organizaciones, de *Edgar Schein* y, finalmente, se analizará el enfoque de las metodologías para realizar auditorías de información o de conocimiento, sobre la base de algunos autores que presentan propuestas con elementos originales. Existen otras propuestas que el autor ha considerado de menor alcance o significación -no obstante, deberán considerarse para el enriquecimiento de una metodología de estudio de las necesidades de información y formación, pero por razones de tiempo y espacio, este análisis teórico y metodológico se limitará a las mencionadas en este párrafo.

## **El enfoque de T. D. Wilson, sobre el comportamiento informativo**

Ante todo, es importante definir que *T. D. Wilson* es el autor de mayor reconocimiento internacional en el campo de los estudios de usuarios. Sus propuestas metodológicas se basan en un sistema conceptual

que gira alrededor del concepto de comportamiento informativo y comportamiento de búsqueda informativa de los usuarios, que al llevarlo al plano de las organizaciones, resulta en el comportamiento informativo de la organización, organizacional o corporativo.

"La experiencia de búsqueda informativa de *Wilson* en este contexto tan práctico le llevó a desarrollar un modelo de comportamiento de búsqueda informativa sugerido por las necesidades fisiológicas, cognitivas y efectivas del individuo (*Wilson*, 1981). El avanza, en el sentido de notar, que el contexto de cualquiera de esas necesidades puede ser la persona, o las demandas de las tareas del trabajo o la vida de la persona, o el medio (político, económico, tecnológico, etc.) dentro del que tiene lugar ese trabajo o la vida."<sup>30</sup>

El término en inglés (*behavior*) se asocia comúnmente a la corriente de pensamiento psicológico de origen estadounidense conocida como conductismo (*behaviorism*), cuyo exponente principal fue *John B. Watson*. El conductismo básicamente reconocía sólo el carácter científico de lo observable y desarrolló ampliamente el esquema experimental estímulo-respuesta (S-R), en el que se minimiza la función de los procesos internos que ocurren en la psique entre la llegada del estímulo externo y la respuesta o conducta (comportamiento). No obstante, debe aclararse que el análisis del enfoque de *Wilson*, de origen inglés, sobre el comportamiento informativo y de búsqueda informativa, no responde, ni puede ser clasificado como un neoconductismo -aún cuando el autor incurre en algunas contradicciones que se analizarán- porque en la mayor parte de sus aportaciones teóricas y en su proyección metodológica, reconoce y describe las causas y los efectos en el comportamiento, de la actividad interna o mental. En el párrafo anterior, se observa que el autor coincide en el reconocimiento de algunos determinantes de las necesidades de formación e información explicados anteriormente como el condicionamiento, biológico, psicológico y social de la actividad que realiza el hombre.

En palabras del propio *Wilson*, "Comportamiento informacional es la totalidad del comportamiento humano en relación con las fuentes y canales de información, incluida la búsqueda activa y pasiva de información y el uso de la información. Así, incluye la comunicación cara-a-cara con otros, tanto como la recepción pasiva de información como, por ejemplo al mirar los anuncios de TV, sin intención alguna de actuar sobre la información percibida"<sup>30</sup>

La actividad humana es una actividad esencialmente social, mediatizada por la comunicación con otras personas, y todos los elementos internos de la personalidad que las personas ponen en función en el proceso de comunicación, para ser percibidos, interpretados y comprendidos por los que interactúan, deben expresarse por medio un lenguaje común, con un soporte perceptible y que esto es información. Si en la teoría de *Wilson*, el comportamiento comprende la actividad interna o psíquica y la externa, como ha podido observarse en su definición, entonces podría considerársele equivalente al concepto de actividad como categoría psicológica. De esta manera, cabe representarse que la totalidad de la actividad o del comportamiento humano es un comportamiento informativo. Esa parece ser la amplitud con la que *Wilson* aborda su enfoque, que se convierte, por tanto en lo que pudiera denominarse enfoque informacional del comportamiento humano -o de la actividad social del hombre. Puede observarse, en el modelo del diagrama anterior, que la interacción entre la persona (en contexto) y

el propio contexto informativo, se encuentra mediatizada por factores de carácter afectivo (tensión), interpersonal (función), externos de carácter social (demográficos, ambientales), de recursos accesibles (características de las fuentes) y motivacional, donde se integran en determinada dinámica los elementos afectivos y cognoscitivos (riesgo), los que desencadenan diferentes tipos de conducta de percepción o búsqueda activa de información y posteriormente de procesamiento y uso que permite a la persona mantenerse "en contexto", para cerrar así el ciclo.

No obstante, en este informe básico, *Wilson* definió otros conceptos, que él considera de mucha importancia; estos son: comportamiento de búsqueda informativa (*information seeking behavior*), comportamiento de exploración informativa (*information searching behavior*) y comportamiento de uso de la información (*information use behavior*). No es imprescindible, para los objetivos de este trabajo entrar en las particularidades de estos tipos de comportamiento o acciones dentro de la actividad informativa del usuario; sin embargo, el propio *Wilson* llama la atención sobre un elemento común entre las cuatro definiciones que merece destacarse, porque contiene una de las posiciones o ideas de este autor que no se comparten en esta contribución.

"En todas ellas, se evita el término conocimiento, sobre la base de que el conocimiento es cognoscible sólo para el sujeto cognoscente. Este no puede transmitirse - sólo la información acerca del conocimiento que el individuo tiene puede grabarse y accederse por otra persona, y esa información sólo puede ser un sustituto incompleto del conocimiento..."<sup>30</sup> *Wilson* arriba a una conclusión contraria sobre la esencia de la actividad de gestión o facilitación del proceso generativo, productivo y representativo del conocimiento: "Ahora, los sistemas de gestión del conocimiento no son nada de eso - ellos son, cuando mejores, sistemas de información, justo como los sistemas de información en el pasado, utilizados para ser nada más que sistemas de procesamiento de datos - y, en algunos casos, todavía lo son... Este trabajo tiene que ver, principalmente con la conducta de búsqueda de información."<sup>30</sup>

La posición pudiera ser una crítica, también aceptable, al hecho de que algunos enfoques de gestión del conocimiento, en esencia, no van más allá del procesamiento de datos y su colocación en ambientes de red para que puedan compartirse -lo cual es sólo un servicio de información. No obstante "entre líneas" puede entenderse del párrafo que no cabe ocuparse del conocimiento porque este es subjetividad incognoscible, y sí de la conducta observable de búsqueda de información. Tal interpretación colocaría al autor, contradictoriamente, en una posición neoconductista, inconsecuente con otros planteamientos y propuestas metodológicas suyas.

"No se debe sugerir que algunas necesidades afectivas y cognitivas desencadenen inmediatamente la respuesta de búsqueda informativa. Muchos otros factores, además de la existencia de una necesidad cumplen su parte: la importancia de satisfacer la necesidad, la penalidad en que se incurre cuando se actúa en ausencia de información completa o sobre las bases de las creencias, sea si se llaman prejuicios, fe o ideología. Así, los actos de búsqueda informativa pueden incluso no ocurrir, o puede existir un demora entre el reconocimiento de la necesidad y los actos de búsqueda informativa, o, en el caso de las necesidades afectivas, puede ser que ni la necesidad ni su satisfacción sean conscientemente reconocidas

por el sujeto, o una necesidad cognitiva de un nivel muy bajo de prominencia, puede ser satisfecha en cualquier cantidad de días, meses o incluso años después de reconocerse, o la disponibilidad de la información puede generar como consecuencia el reconocimiento de una necesidad cognoscitiva desconocida previamente..."<sup>31</sup>

El autor muestra la relatividad de tomar sólo la conducta observable como indicador de la presencia o no de una necesidad, y algunos otros factores que, por su carácter mediatizador, deben estudiarse cuidadosamente para hacer inferencias correctas acerca de las necesidades, los que responden a motivaciones, regulaciones externas de la actividad, estilos o hábitos de actividad con insuficiente información, niveles de conciencia de las necesidades e incluso idoneidad de los servicios informativos contextuales. En un trabajo reciente de *Wilson*, realizado en colaboración, aparece una definición muy clara de lo que en su enfoque se entiende por este concepto en el nivel de la organización:

"Puede definirse el comportamiento informativo organizacional en la misma forma: las organizaciones establecen sistemas y servicios, diseñados para adquirir, compartir y diseminar información de todos los tipos, desde los datos de producción de las fábricas, hasta los eventos de mercado. Sin embargo, la información también llega a la organización por todos los tipos de canales que no están inicialmente establecidos como mecanismos de adquisición de información. Por ejemplo, el vendedor, en el terreno, colecta información sobre los contratos hechos y los descuentos realizados por las firmas competidoras y el *Chief Entrepreneurial Officer* (CEO) -Jefe de Oficina en la Empresa, y aprende de las dificultades del mercado de su competidor durante un juego de golf. En otras palabras, el comportamiento informativo organizacional o corporativo abarca no sólo los sistemas formales establecidos para gestionar los flujos de información internos, sino también los sistemas, incluidas las bibliotecas y centros de información diseñados para acceder a la información externa, como también los sistemas de comunicación personal y organizacional, por medio de los cuales, la información entra a la organización y se disemina."<sup>32</sup>

Con esta definición, queda claro el concepto amplio de comunicación informativa del enfoque de *Wilson*, su reconocimiento de los sistemas de comunicación formal e informal, de comunicación interna y comunicación con el entorno -sistemas de comunicación y vigilancia-, y en los que ocupan un lugar fundamental los sistemas de información. En el trabajo citado, dirigido, como su nombre lo indica, a determinar las necesidades de información en la organización, "... las necesidades de información de la organización se definieron como aquellas que tenían que ser satisfechas para que la organización lograra sus objetivos estratégicos."<sup>32</sup>

Desde el punto de vista metodológico general, *Wilson* sostiene una posición favorable a la introducción de la investigación cualitativa y la investigación acción en el campo del estudio del comportamiento y las necesidades de los usuarios de la información, en la creación y desarrollo de los sistemas de información en las organizaciones. En tal sentido, la posición que se ha definido en este trabajo coincide plenamente con esta que se expone en la siguiente cita de *Wilson*:

"Como resultado, puede decirse con confianza que los profesionales de la práctica en el trabajo informativo han estado decepcionados por la investigación de usuarios, debido en gran medida a que

estos no logran encontrar dentro de ellos, recomendaciones para los servicios. Igualmente, los investigadores en información han fallado generalmente en lograr un impacto en las disciplinas de las ciencias sociales, porque sus trabajos adolecen de integración con las teorías dentro de esas disciplinas. Se sugiere debajo, que la respuesta al primero de estos problemas puede descansar en mutar hacia un modelo diferente de investigación, donde su aplicación o utilización se considere parte del proceso. Una respuesta al segundo problema es más difícil de proponer, debido a que linda con los problemas de socialización de la investigación dentro del campo de práctica, sin una tradición investigativa: "la investigación cualitativa se propone como la forma de enfrentamiento directo de la deficiencia de teoría en los estudios de usuarios."<sup>31</sup>

*Wilson* citó a *Cherns* -citado a su vez por *Clark*-, para reafirmar esta idea: "Hemos venido a considerar la investigación acción no sólo como una técnica para vincularse con la organización, sino también como una metodología para obtener información que no se podría alcanzar por otras vías y, sobre todo, como estrategia de difusión del conocimiento "(*Cherns en Clark*, 1972:xi)"<sup>33</sup>

También, al igual que concibe el autor de este trabajo, *Wilson* considera extensible la metodología de investigación cualitativa y la investigación acción al ámbito de las comunidades sociales:

"Los servicios a barrios o las comunidades enteras pueden ser igualmente objeto de aplicación del método. La situación es más compleja, por supuesto, cuando llega el momento de ganarse 'la entrada' a la comunidad como un todo con el propósito de re-investigar y para ganarse el apoyo local para la innovación de la comunidad pero, en principio, los procesos e instituciones de la comunidad están tan disponibles a la investigación acción como los procesos y estructuras de las organizaciones."<sup>31</sup>

Algunas de las ventajas que destaca *Wilson* para la investigación acción en el campo de los servicios informativos son:

- Permite lograr una correspondencia entre:

Los usuarios y la estructura organizacional.

Los usuarios y las tareas que se realizan para servirlos.

Los usuarios y aquellos que los sirven.

Los usuarios y la tecnología utilizada para darles el servicio.

- Parece particularmente apropiada para el estudio de las necesidades que subyacen al comportamiento de la búsqueda informativa, porque:
- La meta debe ser descubrir los hechos de la vida cotidiana de las personas que se estudian.
- Descubriendo esos hechos, se trata de entender las necesidades que existen y que presionan al individuo a un comportamiento durante la búsqueda informativa.
- Comprendiendo mejor esas necesidades, puede entenderse qué significado tiene la información en la vida cotidiana de las personas.
- Los problemas se ven en su contexto organizacional.

- Mejora el conocimiento de los especialistas en información acerca de los servicios y técnicas de que se deben explorar desde el punto de vista de su relevancia para los problemas.
- Ayuda a tomar conciencia de los problemas que rodean la comunicación de información, tanto para los profesionales de la práctica como para los especialistas en información.
- Ayuda a generar las condiciones en que se puede lograr el cambio organizacional.
- Por todo lo anterior, se debe tener una mejor comprensión del usuario, ser más capaces de diseñar servicios de información más efectivos y de crear una teoría útil sobre el comportamiento en la búsqueda informativa y del uso de la información.

## El "Sense making", de *Brenda Dervin*

La concepción de *Brenda Dervin*, puede clasificarse como orientada a un subjetivismo; ella la lleva al análisis de que la información no tiene existencia propia sino que es sólo sentido, el sentido que le da el individuo o el grupo. *Suelí Mara Soares*, citó a *Dervin* en la siguiente forma: "... el uso de la información lo determina el propio individuo".<sup>34</sup> Definió el *Sense making* como la estrategia de interpretar la realidad y hacerla lógica, comprensible y significativa para los individuos. La propia *Dervin* declaró: "La información es conceptualizada como el sentido creado en un momento específico del tiempo y del espacio, por uno o más individuos"<sup>35</sup>

El trabajo de *Dervin* no aborda la perspectiva organizacional, mientras resuelve el inevitable nivel de las relaciones interpersonales con la definición del nivel intersubjetivo de existencia de las necesidades de información. En tal sentido, expresa:

"Aunque las personas tengan sus propias experiencias, subjetivas y únicas, debido a que se mueven en el tiempo y en el espacio, existe también una gran similitud entre las situaciones encontradas por los diferentes individuos. Por tanto, necesidad de información no es un concepto subjetivo y relativo, existente sólo en la mente de un individuo. Al contrario, representa un concepto intersubjetivo, con significados, valores, objetivos, etc., que pueden compartirse lo que permite la identificación y generalización de patrones de comportamiento de búsqueda y uso de la información en el tiempo y en el espacio, sobre la óptica del usuario (*Dervin y Nilan, 1986*)"<sup>34</sup>

Obsérvese que la actividad grupal o social del hombre, la fórmula sujeto-sujeto-objeto, no se coloca en primer plano. Es la relación sujeto-objeto de cada individuo la que, al ser ese objeto espacio-temporal similar al de otros individuos, produce que el reflejo en cada uno sea similar y que lo intersubjetivo surja como efecto de la interacción de los sentidos individuales cuando estos se comparten y así se producen patrones de comportamiento similares. Esta valoración puede verse más claramente, si se analiza el siguiente párrafo de *Soares Pinto Ferreira*, quien desarrolló su tesis doctoral aplicando las teorías de *Dervin*: "Se hacen análisis sobre las características únicas de cada usuario, para llegar a las características comunes a la mayoría de ellos."<sup>34</sup>

Esta autora reconoce, aunque sin darles el mismo peso, los determinantes que se han analizado para las necesidades de formación e información; en tal sentido, declaró:

"...la información sólo tiene sentido integrada a algún contexto. Ella es un dato incompleto al que el individuo atribuye un sentido a partir de la intervención de sus esquemas interiores... (el usuario) ... persona con necesidades cognitivas, afectivas y fisiológicas, fundamentales, propias que operan dentro de esquemas que son partes de un ambiente con restricciones socioculturales, políticas y económicas. Esas necesidades propias, los esquemas y el ambiente, forman la base del contexto de comportamiento de búsqueda de información."<sup>34</sup>

De este párrafo conviene resaltar, primero, el reconocimiento del carácter condicionante del contexto; segundo, que las condiciones socioculturales, políticas y económicas se observan como restricciones inherentes a un ambiente que establece los límites a los esquemas dentro de los que pueden tomar forma las necesidades originales del individuo. Como puede verse, las condiciones objetivas, materiales y sociales del entorno o el ambiente están sugeridas, y también las características socio-psicológicas del individuo, aún cuando resulta evidente que no se les otorga el mismo peso. La ausencia de la perspectiva organizacional en la teoría de *Dervin* se refleja en los planteamientos de *Soares*, porque la existencia de los problemas o actividades socialmente diseñados y los papeles que en ellos debe desempeñar el sujeto no se consideran, al menos explícitamente.

Esta autora también reconoce el carácter dinámico de las necesidades, aunque de manera coherente con su enfoque derviniano: "Un punto bastante revelador a considerarse... es el hecho de que las necesidades cambian en el tiempo y dependen del individuo... por eso los sistemas de información deben ser lo suficientemente flexibles para permitir al usuario adaptar el proceso de búsqueda de información a su necesidad". Si bien se apunta como cualidad de las necesidades su carácter dinámico, no se remite al entorno socio económico, cultural, científico, tecnológico, cambiante, sino que se le atribuye a los cambios internos del sujeto, pero además, como la información sólo tiene sentido para el sujeto, los servicios de información no se proponen como proactivos para interpretar y asumir la formación e información de los usuarios sino como flexibles para permitirle a éste adaptar su propio proceso de búsqueda a partir de los recursos de información que se colocan a su disposición.

No obstante, las características que la autora describe como tendencias de los nuevos estudios de comportamiento, bajo cierta óptica, pueden aceptarse desde las posiciones que se asumen en este trabajo:

- "1) Observar al ser humano como ser constructivo y activo.
- 2) Considerar al individuo como orientado situacionalmente.
- 3) Revelar holísticamente las experiencias del individuo.
- 4) Focalizar los aspectos cognitivos contemplados.
- 5) Analizar sistemáticamente la individualidad de las personas.
- 6) Emplear mayor orientación cualitativa".<sup>34</sup>

En una investigación realizada por *Cheuk Bonnie Wai-Yi*, sobre la base de las ideas de *Dervin*, se seleccionaron dos grupos para su estudio, con las siguientes características:

"Los dos grupos de participantes fueron ocho auditores y ocho ingenieros... Ellos tenían entre uno y cinco años de experiencia profesional... Se escogieron primeramente auditores e ingenieros, debido a que se han reconocido ampliamente como `trabajadores del conocimiento´ que tienen que acceder, usar, evaluar y generar gran cantidad de información en su trabajo... Este estudio se centró en cómo los auditores e ingenieros buscan y usan la información para contestar las preguntas que ellos tienen en mente durante sus `encargos de auditoría´ y `proyectos de ingeniería´. Esto se basó en el supuesto de que las preguntas que las personas se hacen, pueden reflejar sus necesidades en un momento particular en el tiempo."<sup>36</sup>

El método empleado para obtener los datos fue un protocolo verbal que empleó una entrevista no estructurada, individual con cada participante, que comenzaba con solicitarle al participante que pensara en uno o más proyectos específicos que hubiesen terminado y que después, explicara al investigador las distintas fases que habían sucedido en ellos. Obviamente, se trabajó en la descripción de la estructura de la actividad del usuario, que es lo que se pretende determinar. La investigadora planteó que este método de entrevista se definió por Dervin en 1983 como "*Micro-Moment Time-Line Interview*", el que se ha utilizado en la aplicación del enfoque del Sense making para estudiar las necesidades y usos de la información. El método es similar al empleado en las llamadas "entrevistas de ingeniería del conocimiento"<sup>37</sup> y que fuera empleado por el autor de este trabajo en ciertas investigaciones donde se utilizó el enfoque teórico-metodológico para la determinación dinámica de las necesidades de formación e información, como patrón para evaluar la calidad de un servicio de información en el sentido de su ajuste a diferentes parámetros de satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio.<sup>38,39</sup> Es importante notar que el resultado final descriptivo de la actividad del consultor en estos casos, se obtuvo por la integración de los protocolos verbales obtenidos de varios consultores, buscando el nivel intersubjetivo más que el estilo personal de cada consultor.

## **Breve consideración sobre elementos metodológicos propuestos por Saray Córdoba**

Córdoba, en el trabajo que se ha citado antes, propuso la identificación de las necesidades mediante la aplicación del método dialéctico. La autora parte de que la realidad objetiva está en movimiento constante, producto de las contradicciones que la constituyen y, consecuentemente la conciencia, como reflejo de la realidad, también es dinámica y procesal. Entonces, en consideración a que la práctica de los sujetos -los investigadores, en este caso específico- refleja su realidad, ella propuso determinar las necesidades de información a partir de los problemas que deban resolver los usuarios durante los procesos investigativos.

Córdoba propone captar la realidad dinámica de los usuarios por medio de técnicas y procedimientos igualmente activos, acompañados de una adecuada combinación de la teoría. Propone la observación continua, participativa aplicada al trabajo de los investigadores en el centro, así como a las actividades que se planean en la institución con fines coincidentes, la participación en la discusión de informes y avances de investigación, el estudio y análisis de los proyectos y propuestas de investigación y sus publicaciones, el contacto diario con los usuarios y para extraer los elementos que el usuario

comúnmente no expresa con facilidad, la entrevista profunda.

No existen divergencias con las posiciones de esta autora. Aunque ella no propone una metodología como tal.

Metodología para la identificación de las necesidades de información de los usuarios, de *F. J. Devadason* y *P. P. Lingam*

Estos autores proponen un procedimiento formal el que puede adaptarse a la mayoría de los usuarios. Ellos consideran que la identificación de las necesidades de información es compleja, entre otras cosas porque una misma información puede percibirse por diferentes usuarios en distintas formas como necesidad de información. Por eso, proponen la combinación de diferentes métodos prácticos y destacan la importancia de la selección rigurosa de las técnicas.

Su metodología presenta cinco etapas principales: estudio de las temáticas; estudio de la organización y su entorno; estudio del usuario; entrevista formal con el usuario para identificar los intereses de información -los que según las variables a medir se corresponden con las variables del servicio-; y la identificación y análisis de las necesidades de información.

No presentan un aparato conceptual muy elaborado, debido a que, según los propios autores han expresado al autor de este informe, su metodología es el resultado de aplicaciones prácticas; no obstante, manejan los tres niveles en que existen las necesidades de información según el enfoque socio-psicológico desarrollado antes, y destacan el carácter peculiar y el dinámico.

La metodología alcanza un gran nivel detalle y especificidad al definir las variables -aunque en ocasiones es reiterativa. No obstante, dedica poco tratamiento a las variables relacionadas con los aspectos socio-psicológicos del usuario.

Se debe destacar como positivo el hecho de que la metodología propuesta abarca no sólo el análisis del usuario sino también de la organización y del sistema informativo por lo que contempla variables inherentes a las tres determinantes de las necesidades de información; además de que contempla la actualización sistemática de las necesidades de información identificadas para su satisfacción continua.

Elementos básicos del enfoque clínico para la cultura y el aprendizaje organizacional, de *Edgar Schein*<sup>40</sup>

La salud del sistema sólo puede entenderse como una combinación de cuatro factores, cada uno de los cuales, debe estar presente en alguna medida: sentido de identidad, propósito, o misión; capacidad del sistema para adaptarse y mantenerse ante los cambios internos y externos; capacidad de percibir y poner a prueba la realidad; algún grado de integración interior o alineamiento de los subsistemas que forman el sistema total. Estas cuatro condiciones son un requisito previo para el aprendizaje o pueden considerarse como el elemento esencial de capacidad de aprender. Por supuesto, que la ausencia, insuficiencia o desviación de cualquiera de estos elementos básicos puede considerarse como una necesidad de formación e información de la organización como un todo.

El enfoque clínico, desde el punto de vista estratégico, puede describirse, en esencia, mediante los

siguientes enunciados:

- a) Los datos que se van a analizar deben basarse en las observaciones profundas e intensivas -obsérvese cómo la técnica de la observación sostenida en el tiempo se prefiere a técnicas individuales o más subjetivas- de los fenómenos reales, preferentemente de los casos clave de aprendizaje o cambio, que se basan en los problemas reales que deben resolverse "aquí y ahora".
- b) Los datos siempre deben incluir los efectos de las intervenciones -nótese la ausencia de intención de aislar al observador en aras de la "objetividad"- aun cuando la intervención sea tan simple como que el observador presente en la escena de la acción y haga una o dos preguntas... los mejores datos sobre cómo trabaja el sistema se revelan a menudo en la forma en que este reacciona a las intervenciones.
- c) El enfoque clínico siempre asume la existencia de un estado de salud mejor o peor de la organización y, por consiguiente, relacionado con los conceptos de salud y patología. Aun cuando el observador intente ser neutro y no evaluativo, debe estar claro que el sistema estudiado estará asociado a uno u otro estado, por lo que el observador debe disponer de algún modelo o patrón de patología y salud en la mente.
- d) En lugar de buscar las regularidades estadísticas, el enfoque clínico asume que el modelo teórico o patrón, debe considerar todos los casos atípicos y debe poder explicarlos. Esta posición se centra en la identificación de los problemas y las anomalías como el recurso potencialmente más productivo para alcanzar las visiones solucionadoras.
- e) Los conceptos y teorías que surjan de las observaciones deberán tratar sobre la dinámica real del sistema y deben, por consiguiente, orientarse tanto a los procesos como a las estructuras.
- f) Donde los individuos, grupos, y los sistemas orgánicos más grandes están imbricados, el observador debe centrarse en la dinámica del sistema y no debe quedarse atrapado en los modelos causales lineales demasiado simplificados.

El enfoque clínico de *Schein* constituye un caso particular de aplicación de la metodología de la investigación cualitativa y de la investigación acción al estudio y educación o aprendizaje de las organizaciones. Sus advertencias sobre el empleo de técnicas más objetivas, interactivas y participativas, de poseer patrones cualitativos para diagnosticar, evaluar y determinar las necesidades del sistema y ver los fenómenos de estudio en su dinámica y complejidad son totalmente acertadas.

## **Las metodologías para auditorías de información y de conocimiento**

Aunque el tema de las auditorías de información (AI), se trata desde hace mucho tiempo, los trabajos contemporáneos consultados toman como punto de referencia al enfoque presentado por *Buchanan* y *Gibas* en 1998,<sup>41</sup> en tanto enfoque integrador de metodologías particulares para auditar objetos más específicos. Entre estas últimas, las más citadas son las de *Orna* (1990),<sup>42</sup> que identifica la cultura, los

objetivos, la estructura y los flujos de información en la organización como base para trazar una política de información y la de *Burk y Horton* (1988),<sup>43</sup> que se dedica a la elaboración de un inventario de todas las entidades de recursos de información (ERIs), la medición de su costo y valor, y el establecimiento de sus relaciones con la estructura, las funciones y la estrategia gerencial de la organización.

La mayoría de los autores coincide en que no existe consenso en cuanto a la definición de AI ni de los métodos y procedimientos que deben integrar una metodología para ello. No obstante, es importante lograr una síntesis de las propuestas más integradoras en este sentido. Es conveniente aclarar que la secuencia de las propuestas que se analizarán avanza desde los enfoques que proponen la realización de las AI con el propósito final de mejorar la gestión de información hacia aquellas propuestas que reconocen a la gestión de información como requisito primario para desarrollar una estrategia de gestión del conocimiento.

### **El enfoque de *Buchanan y Gibbs* (1998)**

Su enfoque se basa en el supuesto de que "La información es el recurso principal de la organización...",<sup>41</sup> aún cuando reconocen que su importancia reside en ser insumo para el proceso que resulta decisivo: "... la información -adecuadamente refinada y procesada- genera conocimiento, el que, a su vez, conduce a ventajas estratégicas y competitivas...La información es tanto la entrada como la salida de los procesos de negocio."<sup>41</sup>

Para estos autores, la función de la AI es: "... el proceso para descubrir, seguir y evaluar los recursos de información de una organización"<sup>41</sup> y cuando ésta se utiliza para su potencialidad total, sus propósitos son:

- Identificar los recursos de información de una organización.
- Identificar las necesidades de información de dicha organización.
- Identificar costos y beneficios de los recursos de información.
- Identificar oportunidades de uso de los recursos de información para obtener ventajas competitivas.
- Integrar las inversiones en tecnología de la información con las iniciativas estratégicas del negocio.
- Identificar los procesos y los flujos de información.
- Desarrollar una política de información integral.
- Crear conciencia de la importancia de la gestión de recursos de información y definir su función en la gerencia.
- Seguir y evaluar la adecuación con los estándares, la legislación y las líneas principales de las políticas, relativos a la información.

Se observa claramente en los propósitos de la AI, según *Buchanan y Gibbs*, un enfoque centrado en el sistema y no en las personas, tanto más, si se considera que, en todo el trabajo, el concepto de recurso se refiere a recursos tangibles y las personas no se toman en cuenta en su función de recursos de información no documentales.

Para cumplir con los propósitos enunciados, los autores proponen una metodología de cinco pasos:

1. Promoción. Para obtener apoyo y cooperación.
2. Identificación. Para realizar un análisis estratégico de la organización -misión, visión, cultura, estructura, flujos y recursos de información, sus interrelaciones y correspondencia interna. Este paso contiene a su vez seis acciones :

- a) Identificar y definir la misión, valores y objetivos.
- b) Identificar y definir el entorno de la organización (político, económico, social, tecnológico).
- c) Identificar y definir la estructura jerárquica y geográfica; posiciones, funciones, actividades, interrelaciones, formas de coordinación y control de la organización.
- d) Identificar, definir y describir la cultura de la organización -valores, actitudes, creencias y comportamientos compartidos.
- e) Identificar y describir los flujos de información de la organización.
- f) Identificar los recursos de información.

3. Análisis. Para analizar y evaluar los recursos de información y formular planes de acción para transformar las situaciones problemáticas y lograr los objetivos identificados en el paso anterior. Comprende cuatro acciones:

- a) Evaluar los recursos de información, su importancia estratégica y utilidad, e identificar estrategias gerenciales apropiadas para cada recurso de información.
- b) Producir un diagrama de flujos detallado.
- c) Elaborar un informe preliminar.
- d) Formular planes reacción para transformar las situaciones problemáticas y lograr los objetivos de la auditoria.

4. Cuenta. Para calcular y asignar los costos a los recursos de información y a los servicios a ellos asociados y comparar costos/beneficios.

5. Síntesis. Para informar el resultado de la AI y sintetizar los hallazgos y recomendaciones. Comprende dos acciones:

- a) El informe de la AI.
- b) La política de información, para proporcionar una dirección estratégica y una guía para la gestión de información, en relación con la misión y los objetivos estratégicos de la organización.

Puede señalarse que, el primer paso de *Buchanan y Gibas*, no se ha hecho explícito en la metodología AMIGA, desarrollada por el autor de esta contribución y que será objeto de un trabajo que se publicará posteriormente,<sup>44</sup> pero obviamente es un paso inexorable sin el cual sería imposible aplicar la metodología. Todos los elementos del paso de "Identificación" están presentes en AMIGA, particularmente en el proceso de "Diagnóstico de la organización y de su entorno". Adicionalmente,

antes de pasar a lo que *Buchanan* y *Gibbs* llaman "análisis", AMIGA introduce tres procesos directamente relacionados con las personas en la organización o comunidad, con sus funciones de fuentes de información, entidades que comparten conocimiento, usuarios que necesitan formación e información y otros aspectos del capital humano, para obtener las ideas rectoras de la organización o comunidad; esos procesos son los de "Identificación y registro de los usuarios potenciales", "Determinación de segmentos y grupos de usuarios/clientes potenciales, según las características de sus necesidades o disponibilidades" y "Determinación de las prioridades entre los grupos para la GA (jerarquización)". Los procesos 6 y 7 de la metodología completarían la propuesta de análisis y síntesis de *Buchanan* y *Gibbs*, no sólo en el sentido de las necesidades de información y la estrategia de la gestión de información sino también, opcionalmente, en las necesidades de formación del dominio personal (conocimientos, habilidades, motivación, valores, etc.), visión compartida, pensamiento sistémico, hábitos y habilidades de trabajo en equipo y el desarrollo de adecuados clima y cultura organizacional mediante una gestión que rebasa la gerencia de la información y se adentra en la gestión de los recursos humanos. AMIGA cumple con los requerimientos contemporáneos de sistematicidad y auditoría interna (o evaluación) permanente y propone dos procesos destinados a articular en sistema, todos los resultados de los procesos anteriores, así como a crear y mantener un mecanismo de autoevaluación permanente de la calidad (con sus indicadores definidos) del funcionamiento de la metodología y su inserción en los procesos de la organización.

*Buchanan* y *Gibbs* consideran la existencia de lo que llaman modelos de AI de primera y segunda generación: "Primera generación: Este modelo es la auditoria de información completa que se requiere para realizar la primera auditoria de información de la organización... Segunda generación: Este modelo consistirá de componentes del modelo de primera generación que se requieren para monitorear y revisar partes seleccionadas de la organización, como parte del ciclo de revisión de la auditoria de información."<sup>41</sup> AMIGA cumple con ambos modelos.

## **Enfoque utilizado en la reingeniería del servicio de información, de *Arthur Andersen***

Algunos trabajos posteriores se han planteado ampliar las funciones de las entidades y profesionales de la información hacia la gestión del conocimiento y tratan a la AI dentro de ese contexto. Uno de estos casos corresponde al trabajo realizado por *Denis Smith* y *Mary Conyngham*,<sup>45</sup> con el propósito que se señala en el subtítulo. En él, se puede observar la vinculación de la AI con una estrategia de GC en sus formas iniciales. Los pasos de la AI realizados siguen la línea de *Buchanan* y *Gibas*, aunque con otra terminología y, aunque se insertan explícitamente en una estrategia de GC, en realidad sólo se propone el perfeccionamiento de la estructura para compartir el conocimiento y la definición de la infraestructura tecnológica para ello, mediante herramientas desarrolladas por la propia organización matriz.

El enfoque de la GC no alcanza las características socio-psicológicas de las personas, queda reducido a un enfoque técnico y tecnológico de la GC mediante la reingeniería de procesos. Los autores señalaron:

"El interés de este documento fue presentar las ideas para el mecanismo por el que una biblioteca

corporativa realiza una reingeniería hacia una plataforma para actividades de gestión del conocimiento... Los pasos 1 al 4 evalúan el contexto en el que existen los recursos de información... El paso 5 ilustra el proceso de elaboración de un inventario de recursos de información.

El paso 6 se establece para analizar las necesidades y actitudes con un mecanismo de encuesta. En los pasos 7, 8 y 9.1 se aplica el modelo de *Burk y Horton*, para establecer el marco para la toma de decisiones; esto es establecer el trabajo de base para seguir con la estructura de gestión del conocimiento... En 9.2, el paso siguiente, se toma para una función mayor de gestión del conocimiento, con el desarrollo de estructuras nacionales y software de gestión del conocimiento..."<sup>45</sup>

En este enfoque, los consultores de conocimiento forman un grupo responsable, entre otras cosas, de la gestión de información y de aquellas formas de servicio interactivo que hacen posible que el conocimiento, residente en las personas, se comparta en mayor medida en la organización, pero no llega a la determinación de las necesidades dinámicas de formación e información a nivel de los diferentes grupos de la organización ni enfatiza en los elementos socio-psicológicos como el clima, la cultura y las capacidades intelectuales presentes y necesarias en la organización. Es significativamente criticable, desde el punto de vista de este autor, que la obtención de información se realizó mediante la técnica de la encuesta y a una muestra considerada representativa de cada división de la organización. En el caso particular de la determinación de las necesidades, hábitos y actitudes, el uso de la encuesta, puede considerarse tal vez el método más inadecuado posible para la obtención de datos, sobre todo si se considera que la información que se solicita a los encuestados no es factual sino valorativa.

## La propuesta de *Alfons Cornella*

En una aproximación más reciente, *Cornella* advierte sobre la desventaja metodológica señalada al enfoque anterior cuando planteó:

"Hay dos formas básicas de realizar una auditoria de información. Por un lado, quien la aplique puede limitarse a preguntar a los miembros de la organización en cuestión -más exactamente a aquellos miembros que la auditoria considere que es preciso contactar; en algunos casos serán sólo los directivos mientras que en otros, se contará con niveles inferiores en la organización- sobre sus `necesidades de información´. Esta táctica conlleva diversos problemas entre los que se pueden citar:

- La pregunta sobre necesidades es normalmente confundida, aunque sea a nivel psicológico, con la pregunta `deseos´. Es decir, el interlocutor no responde lo que necesita sino lo que cree que necesita.
- El acceso a determinados recursos de información no se solicita en términos de eficacia, sino por una cuestión de status.

Alguien puede solicitar el acceso a un servicio muy especializado de información, financiera, por ejemplo, con el simple objetivo de decir que dispone de él aunque termine sin dedicarle ni un segundo de su atención.

- Cuando alguien es interrogado sobre lo que necesita, tiende a responder por exceso; en otras palabras, en esa circunstancia lo más fácil es responder que uno necesita `todo` lo que se produce en su campo de interés, aunque, obviamente, mucho de ese todo acaba sin servir para nada.
- Uno no sabe lo que no sabe; es decir, si el interlocutor no es un experto en recursos de información en su campo, se limitará a citar los recursos de los que tiene constancia que existen, por ejemplo, porque los ha utilizado con anterioridad. De hecho, la situación presente es una, en la que se desconoce la mayor parte de la información que nos podría ser de utilidad -ignorancia profunda. Cuando se conoce información que, a pesar de que no se tiene, se sabe que tenerla nos sería de utilidad se está en presencia de una ignorancia concedora."<sup>46</sup>

No obstante, *Cornella* no propone un método alternativo, ni su propuesta metodológica para la realización de la AI, rebasa los objetivos y requisitos metodológicos del enfoque de *Buchanan y Gibbs*, aunque actualiza las herramientas metodológicas y tecnológicas que pueden emplearse para el seguimiento de la información crítica -necesaria, suficiente, útil a los propósitos y necesidades de la organización. Otro aspecto que conviene señalar como elemento positivo en la propuesta de *Cornella*, es la consideración de las personas dentro de las fuentes y recursos de información, el reconocimiento de la importancia de su conocimiento tácito, su transformación en explícito y en información. En tal sentido *Cornella* apuntó:

"Según el grado de formalización, mucha información entra mediante documentos (información formal), mientras que otra gran parte, entra en forma de contactos, como conversaciones, signos de todo tipo, comunicación humana no verbal, etcétera (información informal)."<sup>46</sup>

### **El enfoque de *Susan Henczel***

Un enfoque más avanzado es el que presenta *Susan Henczel* en el trabajo titulado: "La auditoria de información como primer paso hacia la gestión efectiva del conocimiento: una oportunidad para el profesional de las bibliotecas especiales",<sup>46</sup> el que comienza con una sentencia que trasciende al supuesto básico de *Buchanan y Gibbs*: "El conocimiento es reconocido universalmente como el recurso estratégico más importante que posee una organización"<sup>47</sup>

La autora asume y cita, a su vez, la definición de AI de la Aslib (la asociación de gestión de información en el Reino Unido):

"Una auditoría de información es una evaluación sistemática del uso, recursos y flujos de la información con una verificación referente, tanto a las personas y a los documentos existentes, para establecer la extensión en la que ellos contribuyen a los objetivos de la organización"

Puede observarse explícitamente el reconocimiento del factor humano dentro de los recursos de información que deben estudiarse en el proceso de auditoria, lo que supera el enfoque de *Buchanan y Gibbs*. En palabras de la propia autora: "Este trabajo define la auditoria de información como una

herramienta que puede utilizarse no sólo para identificar los recursos de información estratégicamente significativos, sino también para identificar aquellas tareas y actividades que crean conocimiento y aquellas que intervienen en la transferencia de conocimiento de otras áreas de la organización."<sup>47</sup>

Henczel consolida su posición avanzada cuando plantea:

"Para desarrollar una estrategia de gestión del conocimiento que incorpore, tanto al conocimiento tácito como al explícito es crítico que el proceso de creación del conocimiento se comprenda y que la comprensión se extienda a la función de las personas involucradas en el proceso. El primer paso es identificar dónde existe el conocimiento y dónde se necesita para soportar las decisiones y acciones. Una comprensión de la organización y de cómo esta trabaja, incluidas su estructura y cultura, relaciones internas y externas, redes de comunicación formal e informal es crítica, porque éstas son características que determinarán la mejor forma en la que puede gestionarse el conocimiento en una organización en particular."<sup>47</sup>

En su concepción, existen tres tipos de auditoria que se deben utilizar para mover a la organización desde la gestión de información hacia la gestión del conocimiento: el análisis de las necesidades, la auditoria de información y la auditoria de conocimiento. Por su importancia para una metodología de estudio de las necesidades de información y formación basada en un enfoque socio-psicológico, se utilizará una cita un tanto extensa de la autora:

"El análisis de necesidades es un proceso mediante el que se le pregunta, en forma precisa, a los usuarios qué recursos de información ellos necesitan para realizar sus labores... la auditoría de información va un paso más allá en... cómo esos recursos y servicios de información se emplean actualmente... y los relaciona con los objetivos relevantes de la organización. Identifica la información que se requiere para cada tarea o actividad... y asigna un nivel de significación estratégica a ésta. Esto le permite a usted, ordenarlos de cuerdo con su significación estratégica... también le permite mapear los flujos de información dentro de la organización y entre una organización y su medio exterior... identificar los canales de comunicación formales e informales que se usan para transferir información y destacar las ineficiencias como cuellos de botella, vacíos y duplicaciones... la auditoría de conocimiento se realiza para identificar los recursos de conocimiento en una organización, cómo ellos se producen y por quién. Si se ha realizado una auditoria de información, la auditoría de conocimiento le permitirá también asignar un nivel de significación o de importancia a esos recursos de conocimiento según los datos establecidos de la organización. Esto le asegura a usted... poder identificar aquellos que son críticos para el éxito de la organización..."<sup>47</sup>

Si se analizan estos planteamientos de Henczel a la luz del enfoque teórico y metodológico que se explica en este trabajo, pueden extraerse algunas conclusiones:

1. Lo que la autora define como "Análisis de necesidades" (considerando, por supuesto, que sean de información y conocimiento) sostiene el mismo problema conceptual y metodológico de la

confusión entre necesidades e intereses (deseos, según *Cornella*) o solicitudes y por ello, la autora considera que es suficiente con preguntarle "...en forma precisa a los usuarios de la información qué recursos de información ellos necesitan para realizar sus labores",<sup>47</sup> donde, incluso, no queda claro si "preguntarle" se refiere la aplicación de la técnica de la encuesta (especialmente contraindicada) o la entrevista (que en este caso sería metodológicamente insuficiente). Según la amplia explicación que ofrece el enfoque socio-psicológico sobre los niveles de existencia de las necesidades de formación e información no sería posible determinar las necesidades sin haber obtenido previamente la información que *Buchanan y Gibbs* contemplan en su paso de Identificación, haberle añadido los tres procesos mencionados que están presentes en AMIGA y que se refieren a las personas en la organización.

2. La concepción de la autora sobre la AI trasciende a los enfoques anteriormente analizados en cuanto sugiere realizar acciones específicas para: (1) determinar las tareas y actividades que deben producir y en las que se necesitan determinados conocimientos o actividades que produzcan su transferencia, tanto dentro de la organización como entre ésta y el entorno, así como los canales y redes formales e informales de comunicación y (2) evaluar su significación estratégica, aunque en el trabajo no se explica cómo hacerlo (que sí aparece desarrollado en AMIGA). También incluye un cuidadoso paso dedicado a la comunicación de las recomendaciones, concebido en forma que facilite la creación de un clima favorable a los cambios que se propondrán, el que no aparece desarrollado en los enfoques anteriores y que en AMIGA aparece contemplado en el proceso de Diseño y ejecución de la Oferta de la GA.

También puede considerarse un logro en el enfoque el de considerar que la AI se integra en un proceso más amplio de auditoria del conocimiento (AC) que es la que logra, en esencia los aspectos mencionados en el párrafo anterior, que superan a las anteriores concepciones analizadas de la AI y que permiten determinar, según la autora, las formas, momentos, recursos etc., para acceder, capturar y almacenar el conocimiento en la organización -lógicamente, transformado en información. En este sentido, se valora como muy positivo la sugerencia de que en la AC se identifiquen las variables (aspectos) relativas a las personas que tienen impacto en la creación y transferencia de conocimientos, entre los que se señala como importantes a los de comunicación, los aspectos culturales y de políticas que pueden actuar como facilitadores o frenos. Lamentablemente Henczel, después de definir su concepción de la AC en su trabajo, no la desarrolla sino que la considera como paso ulterior y se concentra en la descripción de una metodología de cinco pasos para lo que se ha definido como AI.

El enfoque teórico-metodológico para la determinación dinámica de las necesidades de formación e información denominado AMIGA, contempla como mínimo la realización de los procesos que en esta y otras concepciones analizadas integran la AI y se proyecta u orienta sus procesos no sólo hacia la posibilidad de desarrollar una AC, sino avanzar en el sentido del aprendizaje organizacional integral y la formación de una organización de aprendizaje.

## **Sobre las técnicas para la investigación de las necesidades de formación e información**

En el trabajo de investigación sea sobre las necesidades de formación e información como sobre cualquier otro aspecto, la selección de las técnicas a emplear constituye un momento importante que presupone por parte del investigador, el conocimiento de las opciones metodológicas y sus ventajas, desventajas y posibilidades, de ahí que la elección por tanto, recaiga en aquellas que puedan aportar los datos más confiables y que permitan obtener los resultados más eficientes. Los datos obtenidos mediante la aplicación de una técnica en particular no deben tomarse como válidos sino sólo aquellos que sean coincidentes en el resultado de la aplicación de las diferentes técnicas, y la información obtenida de fuentes no documentales debe contrastarse con los datos obtenidos de fuentes documentales porque las primeras suelen ser más precisas, no dependen de la memoria del sujeto, pero pueden tener cierto nivel de obsolescencia; mientras, las segundas, si bien presentan la imprecisión de las diferentes formas del reflejo subjetivo, pudieran tener un mayor nivel de actualización.

En el campo particular de la investigación de las necesidades de formación e información -aunque la clasificación no es privativa de este contexto-, las técnicas se pueden dividir generalmente, según el nivel de participación de los usuarios: directas, cuando el usuario participa directamente en la investigación, sin intermediarios e indirectas cuando existe alguna mediación de persona, documento, etc., entre el usuario y el investigador; o bien, sin la participación de los usuarios dentro de las que se pueden ubicar: los estudios de organigramas, los análisis de planes, los estudios sobre informes y proyectos u otras formas de análisis documental, etcétera.

*Devadason y Lingam* recopilaron una lista de técnicas o métodos empíricos utilizados por ellos en los estudios de usuarios y los agruparon, según su propia clasificación de la siguiente manera:

### **"Técnicas directas**

- Observación del usuario:

En su puesto de trabajo (oficina, laboratorio, fábrica, grupo de reunión, etc.).

Mientras utiliza las fuentes y servicios.

Durante la discusión con otros colegas.

Mientras realiza una demostración.

- Entrevista -al usuario, sus supervisores, sus subordinados, su asistente/secretaria personal, sus colegas de igual categoría.

- Contactos personales informales con el usuario.

- Diálogos con el usuario mientras se le prestan los servicios de información.

- Estudios que utilizan cuestionarios.

### **Técnicas indirectas**

- Análisis de las preguntas de referencia que realizó el usuario.
- Estudio de la descripción del trabajo del usuario.
- Estudio de los documentos utilizados por el usuario.
- Análisis de las cartas de retroalimentación del usuario a los servicios de información.
- Estudio de las citas/referencias realizadas por el usuario en sus publicaciones.
- Estudio de los libros, artículos y otros documentos publicados por el usuario.
- Estudio de las citas recibidas por las publicaciones del usuario.
- Chequeo de la correspondencia e informes preparados y recibidos por el usuario.
- Análisis de las patentes, diseños, etc. controlados por el usuario.
- Estudio de los registros diarios de las actividades/funciones /eventos atendidos por el usuario".<sup>9</sup>

Una gran cantidad de autores proponen, para realizar los estudios de usuarios, la encuesta -mal llamada cuestionario, porque el cuestionario es el instrumento, que puede ser empleado como guía en entrevistas o en encuestas, que son las verdaderas técnicas. Se asume la posición de que, en tanto se investigan necesidades específicas o peculiares de un usuario individual o grupal, la técnica de la encuesta sólo es apropiada para obtener datos de localización o identificación y aún así, la información obtenida en ella -o la que no se responde- es necesario complementarla con otras técnicas. Esta técnica teóricamente sólo debe emplearse cuando el tamaño de la muestra corresponde a grupos grandes. Algunos autores señalan que el cuestionario es más rápido en términos de tiempo, atiende a una población grande y ofrece mayor libertad de respuesta al encuestado. No obstante, los índices de respuesta son bajos y la precisión de las respuestas es desconocida, lo que es una deficiencia habitual de esta técnica. Además, se puede llegar a descuidar la representatividad del conjunto de usuarios que constituyen la población y que al ser necesidades de usuarios individuales o grupales reales, no tiene que estar representadas por opiniones de un número grande de personas. Otra desventaja es que puede perderse información si la relación de preguntas no está bien hecha y, desgraciadamente, la "prueba piloto", que es una medida para disminuir ese problema, es generalmente soslayada por los que emplean la técnica de la encuesta.

Asimismo, *Devadason y Lingam*, propusieron la aplicación del cuestionario pero reconocieron como desventajas del cuestionario su bajo nivel de respuesta, que las preguntas que el usuario siente que pueden tener implicaciones negativas en su condición laboral u otras repercusiones negativas son, a menudo -en el mejor de los casos- contestadas con evasivas, que las preguntas en las que el usuario no está interesado se responden en la forma en que el usuario piensa que el que envía el cuestionario espera sean respondidas y que los usuarios, a menudo, no reflejan opiniones sobre determinadas preguntas o dan respuestas impensadas.

Lo planteado en epígrafes anteriores con respecto al carácter "objetivo" de la necesidad de formación e información y a la diferenciación entre necesidad e interés permite plantear que mediante la aplicación de la encuesta sólo pueden obtenerse los intereses conscientes del usuario, que éste pueda expresar, y quedan fuera aquellas necesidades latentes de las que no es consciente, así como los propios intereses que no alcance a expresar, aún conociéndolos parcialmente, debido al conocimiento de la incertidumbre.

Otras técnicas que también son muy utilizadas para realizar los estudios de usuarios como lo demuestran los trabajos revisados son la observación, con muy diferentes modalidades y los diferentes tipos de

entrevistas. Estas técnicas, aunque más confiables que el cuestionario, también están influenciadas por factores subjetivos como la falta de preparación del observador y el entrevistador, los efectos que el entrevistador pueda causar, problemas comunicacionales, errores de interpretación, y en el caso de la observación, esta es influenciada por la subjetividad de la personalidad del observador por lo que requiere un entrenamiento especial. No es ocioso insistir en la conveniencia de obtener sobre un mismo fenómeno, datos cruzados, a partir de diferentes técnicas e incluso de fuentes diferentes

Entre las muchas otras técnicas encontradas en la investigación bibliográfica, cuya enumeración sería muy extensa, porque muchas son variaciones de técnicas básicas que adoptan nombres específicos, están:

- Técnica Delfos.

Trabaja con las opiniones de los especialistas y, aunque es más sofisticada como plantean algunos autores por que puede adelantarse a los eventos, las respuestas son siempre probabilísticas

- El grupo focal.

Puede definirse como una discusión cuidadosamente planificada, diseñada para obtener expectativas en un área definida de interés en un ambiente permisible. Se realiza aproximadamente con unas siete o diez personas y un intermediario preparado. La discusión es relajada, confortable y permite a los participantes expresar sus ideas y opiniones. En realidad, puede considerarse como una modalidad de la entrevista grupal.

- Incidente crítico.

Consiste en comentar con el usuario sobre su última experiencia en el uso de determinados servicios, si le sucedió algo, el tiempo que demoró en acceder a un documento, base de una datos remota, etc., puede realizarse mediante entrevista directa, o por cuestionario. Luego, se trata de una de estas técnicas aplicada en un sentido específico.

- Libreta de incidencias.

Es una libreta donde el usuario registra la naturaleza de las actividades, en relación con la actividad de los servicios, el tiempo invertido en esa actividad en particular, la valoración del usuario de la actividad o éxito de esa actividad en particular. Los usuarios deben segmentarse para obtener datos comparativos sobre categorías específicas.

Las técnicas del grupo focal, incidente crítico, discusiones en grupo que provienen de las aplicaciones de la mercadotecnia a esta actividad no son más que modalidades de la entrevista grupal.

El análisis de los diferentes documentos de, sobre y por el usuario, a pesar de su importancia para la

determinación del contenido y la estructura de la actividad que éste realiza, y la detección de indicadores sobre sus hábitos de uso de la información, e incluso, sobre algunas de sus características socio-psicológicas, se emplea en raras ocasiones.

## **Sobre las variables utilizadas en los estudios de usuarios y de necesidades**

Las variables constituyen los aspectos o características cualitativas y cuantitativas que son objeto de búsqueda respecto a las unidades de observación o fuentes de información; por tanto, uno de los elementos principales a considerar en una investigación, cualquiera que sea su tipo. El nivel de profundidad, complejidad o multilateralidad de un estudio, en este caso, el de las necesidades de formación e información, reside en la cantidad y complejidad de las variables diferentes que se pretende medir en dicho estudio -cuantas más variables se utilicen o más complejas, más profundo es, pero debe establecerse un límite por las condiciones concretas de tiempo para la realización de estos estudios.

La forma de agrupar las variables para realizar un estudio de usuarios es una decisión del investigador, por ejemplo, el autor de esta contribución lo hace de acuerdo con los determinantes de las necesidades que se han explicado antes, mientras que *Devadason y Lingam*, las dividieron en: temáticas, la organización y su ambiente, el ambiente específico del usuario y al estudio del usuario, es decir, según las etapas de la metodología propuesta por ellos. La metodología AMIGA presenta, a modo de herramienta de trabajo, un inventario de más de 150 variables que permite seleccionar las más adecuadas en una situación determinada, adaptar o crear nuevas, a partir de aquellas.

## **Sobre las fuentes utilizadas en los estudios de necesidades de formación e información**

"Una fuente de información es todo objeto o sujeto que genere, contenga, suministre o transfiera información (...); lugar, o persona que puede suministrar o que, a partir de ellas, puede obtenerse información."<sup>48</sup>

Para esta investigación específica, las fuentes información que se considerarán son aquellas que se utilizan para obtener información sobre las variables que determinan las necesidades de formación información de los usuarios.

Estas fuentes, según lo planteado por *Andrés Cruz Paz*, se clasifican en:

- " Documentales: que serán todos aquellos documentos existentes que contienen información sobre las variables seleccionadas para el estudio de las necesidades.
- No documentales: estas, a su vez, pueden ser: personales o impersonales.

Entre las fuentes personales, se encuentran: el usuario, los dirigentes, los expertos, etc.; entre las impersonales: los eventos, actividades, procesos en los que participa el usuario o relativos a su actividad o a alguno de sus aspectos."<sup>49</sup>

Las fuentes de información constituyen el punto de partida para la determinación de las técnicas a utilizar en el estudio de las necesidades o en la realización de cualquier otro tipo de investigación. Entre los trabajos consultados, se encontraron autores que citan o nombran determinados tipos de fuentes para obtener información sobre las necesidades de los usuarios. Por ejemplo, *F. J. Devadason* y *P. P. Lingam*, listaron una serie de fuentes, las que agruparon según la tipología general antes expuesta:

#### Fuentes documentales:

- Informes: anuales, de proyectos, internos, de estudios agrícolas y económicos, mensuales / trimestrales / anuales por y sobre el departamento / unidad del usuario y sus funciones, de avances, de proyectos y todos los informes de investigaciones / revisiones, de actuación, etcétera.

- Publicaciones de la organización.
- Notificaciones gubernamentales con información regulatoria.
- Apuntes de reuniones de y por el departamento/unidad.
- Correspondencia.
- Circulares internas, memos.
- Boletines de instituciones financieras.
- Propuestas por y sobre el departamento.
- Registros de equipamientos, maquinarias y otras facilidades.
- Currículum vitae.
- Diario de los usuarios sobre su trabajo.
- Documentos que tratan sobre las temáticas (seriadas, bases de datos, libros, etc.)
- Diagrama organizacional.
- Diagrama de funciones y actividades.

#### Fuentes no documentales:

##### Personales:

- Usuario.
- Especialistas en las temáticas,
- Compañeros del usuario.

##### Impersonales:

- Cursos de entrenamiento y programas de orientación especiales organizados para nuevos empleados y gerentes.
- Reuniones en las que se discuten problemas y proyectos.
- Procesos de intercambio de información entre los usuarios.

Como puede observarse, según la diferencia existente entre la cantidad de fuentes documentales y no

documentales propuestas estos autores, se presta mayor atención a la utilización de las fuentes documentales.

En trabajos propios o dirigidos por el autor de este trabajo, se han propuesto:

Fuentes documentales:

- Documentos de políticas, relativos a la actividad de los usuarios -a nivel mundial, regional, nacional, territorial y organizacional.
- Documentos de planificación y organización de la actividad de los usuarios.
- Documentos de control, organigrama, plantilla, lista de usuarios, etc.
- Control de usuario.
- Documentos que brinden información sobre las características de los usuarios: expediente estudiantil, de trabajo, de investigación, currículum vitae, etc.
- Documentos generados por el usuario -publicaciones, obras de arte, exámenes, tesis, etc.
- Documentos sobre los resultados del usuario -crítica, premios, etc.
- Comportamiento de la demanda.
- Documentos primarios, secundarios o terciarios en aquellas temáticas relacionadas con los usuarios.

Fuentes no documentales:

Personales:

- Dirigentes de la actividad de los usuarios.
- Expertos asociados con la actividad de los usuarios.
- Usuarios.
- Expertos en gestión de recursos de información.
- Compañeros de trabajo, de estudio, colegas, etc. del usuario.
- Usuarios del usuario investigado.

Impersonales:

- Eventos sobre la actividad y las temáticas relacionadas por el usuario.
- Eventos sobre información y recursos informativos.
- Consejos de dirección, técnicos, administrativos.
- Reuniones en general.
- Actividades donde estén presentes los usuarios, sus dirigentes, donde se tomen decisiones, etc.

Se deben utilizar primero las fuentes de carácter documental y después, completar y verificar la información con las fuentes no documentales, porque al aplicarle las técnicas a las fuentes no documentales -entrevista, sociograma, observación, etc.- se puede disponer previamente de una información que permita asimilar mejor los datos provenientes de las fuentes no documentales; además,

porque permiten transmitir información durante la aplicación de las técnicas de las fuentes no documentales.

## Referencias bibliográficas

1. Leontiev AN. Actividad, conciencia y personalidad. La Habana: Pueblo y Educación, 1983.
2. González Suárez E. Sistema de factores en la conducta del usuario. Rev Iberoamer Usuarios Inform (Forinf@)2000;(9):6-17.
3. González Rey F. Psicología. Principios y categorías. La Habana: Ciencias Sociales, 1989. pp. 54.
4. Vega R. De los principios en Bibliotecología. Revista Interamericana de Bibliotecología 1993; (1): 7-14.
5. González Suárez E. La formación de usuarios y la diseminación de la información mediante los procesos de actividad grupal. Observaciones no publicadas.
6. González Suárez E. La actividad grupal con los usuarios; una vía para resolver el desbalance entre la producción y el consumo de información. Rev Esp Doc Cient 1995;(4):405-15.
7. Oдини C. Trends in information needs and use research. Libr Rev 1993;(7):29-37.
8. González de Gómez MN. O objeto de estudo da Ciencia da Informacao: paradoxas e desafios. Cienc Inform 1990;(2):117-22.
9. Devadason FJ, Lingam PP. Practical steps for identifying information needs of clients Paper presented at the Tenth Congress of Southeast Asian Librarians (CONSAL), Kuala Lumpur, Malaysia. May 21-25, 1996.
10. Tobin D. Focus on the library customer: Revelation, revolution or redundancy? Libr Trends 1995; (3):318-25.
11. Jeckie GJ, Pettigrew KE, Sylvain C. Modeling the Information seeking of professionals: A general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. Libr Quart 1996;(2):161-84.
12. rasad HN. Usuarios y necesidades de información. Rev Iberoamer Usuarios Inform (Forinf@) 2000;(8):12-8.
13. Ursul AD. El problema de la incertidumbre de la información científica. Act Inf Cient Tecn 1974; (6):16-7.
14. Shera J H. Los fundamentos de la educación bibliotecológica. México DF: CUIB-UNAM, 1990. pp. 176.
15. Scheglova VP, Ujim YY, Ergunov VH. Juego: estudio de las necesidades informativas. La Habana: IDICT, 1987. pp. 2.
16. Calva González JJ. Una aproximación a lo que son las necesidades de información. Investig Bibliot. 1991;5(11): 36-8.
17. Hernández Salazar P. El perfil del usuario. Investig Bibliot 1993;(7): 16-22.
18. Dewdney P, Michell G. Asking ``Why`` questions in the reference interview. Libr Quart 1995; (1): 50-69.
19. Mirimanova MS. La necesidad informativa como problema psicológico. NTI. Serie 1 1987; (4):18.
20. Manecke H, Rückl S, Tänzer H. Informationsbedarf und Informationsnutzer. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1984. pp. 128.

21. Mirimanova MS. Problemas psicológicos de la Informática y de la actividad informativa. NTI. Serie 1 1987(2):.32.
22. Busha CH, Harter SP. Métodos de investigación en Bibliotecología. Técnicas e interpretación. México DF: CUIB-UNAM, 1990. pp. 163.
23. Córdoba González S. Estudiando las necesidades del usuario a partir de su práctica. AIBDA 1996; (2):149-62.
24. Moreiro González JA. Propuestas conceptuales de la documentación: algunas consideraciones. Rev Interamer Biblio. 1993;(1):15-34.
25. Lam Ortega Y, Molina O; Núñez Paula IA, Mazar A. ¿Cómo formar la interpretación y la creatividad en la edad decisiva para la formación de los usuarios?: un método experimental. Cienc Inform 1996;(1):18-24.
26. Menezes de Figueiredo N. Informacao como ferramenta para o desenvolvimento. Cienc Inform 1990;(2):123-30.
27. Páez Urdaneta I. Pautas para la evaluación de los usuarios y los servicios II. INFOLAC 1991; (4):2-5.
28. Herrera Cortés R. Necesidades de formación del personal de las bibliotecas públicas. Investig Bibliot 1994;(8):37-8.
29. Cram L. The marketing audit: baseline for an action. Libr Trends 1995;(3):326-48.
30. Wilson TD. Human information behavior. Inform Sci 2000;(2):49-55.
31. Wilson TD. Recent trends in user studies: action research and qualitative methods. Inform Res 2000;(3) Disponible en: <http://InformationR.net/ir/5-3/paper76.html> Consultado: 2 de septiembre del 2002.
32. Huotari ML, Wilson TD. Determining organizational information needs: the critical success factors approach. Inform Res 2001;(3) Disponible en: <http://www.shef.ac.uk/~is/publications/infres/paper108.html> Consultado: 2 de septiembre del 2002 .
33. Wilson, T. D. Modelling the information user: the wider perspective. Paper delivered at the INFOTECH '95 Conference, Kuala Lumpur, Malaysia, November 1995. [en línea] <http://informationr.net/tdw.publ/papers/Klpaper.html> Consulta: 18 de marzo del 2002.
34. Pinto Ferreira S, Mara S. Novos paradigmas da informação e novas percepções do usuario. Cienc Inform 1996;(2) 217-23.
35. Dervin B. From the mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. In: Glazier JD, Powel JD. Qualitative Research in Information Management. Englewood: Libraries Unlimited, 1992. pp. 65.
36. Bonnie Wai-Yi, C. Modelling the information seeking and use process in the workplace. Inform Res 1998;(2) Disponible en: <http://InformationR.net/ir/4-2/isic/cheuk.html> Consultado: 2 de septiembre del 2002.
37. Cuenca J. Inteligencia artificial. Sistemas expertos. Madrid: Alianza Editorial, 1986.
38. Núñez Paula IA, Goñi Camejo I ¿Cómo evaluar un servicio de alto valor agregado y ajuste a la medida? Primera parte. Cienc Inform 1999;(4):13-26.
39. Goñi Camejo I, Núñez Paula IA. ¿Cómo evaluar un servicio de alto valor agregado y ajuste a la medida? Segunda parte. Cienc Inform 1999; (4):27-38.
40. Schein E. Organizational learning: What is new? Disponible en: <http://www.solonline.org/res/wp/10012.html> Consultado: 20 de marzo del 2002.

41. Buchanan S, Gibas F. The information audit: an integrated strategic approach. *Intern J Inform Manag* 1998;(1):29-47.
42. Orna E. Practical information policies: how to manage information flow in organizations. Aldershot: Gower, 1990.
43. Burk CF, Horton FW. Infomap: a complete guide to discovering corporate resources. Englewood: Prentice May, 1988.
44. Núñez Paula, Israel A. AMIGA. Versión 3.0. Aproximación metodológica para introducir la gestión del aprendizaje en las organizaciones y comunidades [en CD-ROM]. La Habana: IDICT, 2002. ISBN 959-234-034-X
45. Smith D, Conyngham M. Restructuring the Arthur Andersen Information Service. Disponible en: [www.csu.edu.au/special/online99/proceedings99/201c.htm](http://www.csu.edu.au/special/online99/proceedings99/201c.htm) Consultado: 6 de octubre del 2002.
46. Cornella A. La información alimenta y ahoga. Disponible en: <http://www.0y1.com/downloads/infoalimentayahoga.pdf> Consultado: 6 de octubre del 2002.
47. Henczel S. The information audit. As a first step towards effective knowledge management: an opportunity for the special librarian. *INSPEL* 2000;(3/4):210-26.
48. Cruz Paz A. En torno a los conceptos documento, fuente y recurso en la Ciencia de la Información. *Cienc Inform* 1992;(4):267-72.
49. Cruz-Paz, A.; V. M. García-Suárez (1994). Fuentes de información. Aspectos teóricos. La Habana: DICT. Universidad de La Habana, 1994. pp. 24.

Recibido: 8 de octubre del 2004

Aprobado: 28 de octubre del 2004

Dr. C. Israel Núñez Paula

Dirección de Posgrado. Universidad de La Habana

Calle J No.556 e/ 25 y 27. El Vedado.

Plaza de la Revolución. Ciudad de La Habana. Cuba. CP 10 400.

Correo electrónico: [israel@uh.cu](mailto:israel@uh.cu)

<sup>1</sup> **Licenciado en Psicología. Máster en Psicopedagogía. Doctor en Ciencias de la Información.**

Ficha de procesamiento

Clasificación: Artículo de revisión.

¿Cómo citar esta contribución según el estilo Vancouver?

Núñez Paula I. Las necesidades de información y formación: perspectivas socio-psicológica e informacional. *Acimed* 2004; 12(5). Disponible en: [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12\\_5\\_04/aci04504](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_5_04/aci04504).

htm Consultado: día/mes/año.

Términos sugeridos para la indización

Según DeCS <sup>1</sup>

CIENCIAS DE LA INFORMACION; TEORIA PSICOLOGICA; COMUNICACIÓN.  
INFORMATION SCIENCES; PSYCHOLOGICAL THEORY; COMMUNICATION.

Según DeCI <sup>2</sup>

NECESIDADES DE INFORMACION; FORMACION DE USUARIOS; EDUCACION A USUARIOS;  
ESTUDIOS DE NECESIDADES; ESTUDIOS DE USUARIOS; COMUNICACIÓN; PSICOLOGIA  
DE LA INFORMACION.  
INFORMATION NEEDS; USERS TRAINING; USERS EDUCATION; NEEDS STUDIES; USERS  
STUDIES; COMMUNICATION; INFORMATION PSYCHOLOGY.

<sup>1</sup> BIREME. Descriptores en Ciencias de la Salud (DeCS). Sao Paulo: BIREME, 2004.

Disponible en: <http://decs.bvs.br/E/homepagee.htm>

<sup>2</sup> Díaz del Campo S. Propuesta de términos para la indización en Ciencias de la Información.

Descriptores en Ciencias de la Información (DeCI). Disponible en: <http://cis.sld.cu/E/tesauro.pdf>

[Indice Anterior](#) [Siguiente](#)