

12

LOS USUARIOS

José Antonio Gómez Hernández

La biblioteca ha de orientarse a los usuarios para los cuales existe y se financia. Toda la organización tradicional de la biblioteca, imbuida de este principio, debe revisar si la organización de los servicios técnicos, las tareas del personal, las colecciones y los servicios a los usuarios están produciendo el máximo de satisfacción y calidad alcanzable con las posibilidades de la biblioteca. El punto de partida es, lógicamente, el estudio y conocimiento de los usuarios, tanto de sus necesidades de información como de sus expectativas, usos y valoraciones de los servicios bibliotecarios. A continuación, otro terreno fundamental respecto del usuario es su formación, que mejorará el aprovechamiento de los recursos y servicios bibliotecarios. Por último, los bibliotecarios, siendo sus bibliotecas lugares de encuentro y comunicación, deberán utilizar unas técnicas, unas condiciones y unos métodos de comunicación que permitan la fluidez, el entendimiento, incluso el calor, en la relación que humanamente se establece en toda biblioteca.

12.1. La orientación al usuario de la biblioteca

Una biblioteca orientada al usuario es aquella que adecúa sus espacios, la colección, las normas de uso o la distribución de los trabajos técnicos a las necesidades de los usuarios. Un buen servicio se arraiga en unas tareas técnicas realizadas con calidad, pero éstas no deben copar la inversión y el tiempo laboral en perjuicio de los servicios. Los objetivos son mejorar la accesibilidad, disponibilidad y conocimiento de los fondos documentales, reducir el tiempo de localización y acceso a la información y a los documentos, e ir adaptando la biblioteca en cada momento a las demandas de información cambiantes de los usuarios, utilizando los recursos informativos y tecnológicos disponibles para conseguirlo'.

En este enfoque de la biblioteca se asumen algunos puntos de la Economía y el Marketing. Se entiende la biblioteca como una organización de servicios no lucrativa. En ella, la fuente de la financiación directa no es la venta o distribución remunerada de los servicios, como ocurre en las empresas, donde los clientes, al adquirir y usar los productos y servicios, generan los ingresos que permiten su supervivencia. A pesar de

esto, una biblioteca debe evitar que se produzca una relajación en su tensión hacia la calidad² en los servicios, pues al fin y al cabo, sus recursos son fruto de los impuestos de los ciudadanos. Del mismo modo que las empresas necesitan el estudio de su mercado para asegurar que sus productos sean atractivos, se conozcan y se desee consumirlos, las bibliotecas deben preocuparse por conocer a sus clientes y sus necesidades'. Y tanto los presentes como los previsibles intereses futuros, y de los usuarios reales como los que podamos captar, para atenderlos con eficacia y eficiencia⁴.

Esto implica que la biblioteca tiene que hacer esfuerzos por diferenciar necesidades y diversificar servicios, pues no todos los usuarios esperan, necesitan, desean o demandan lo mismo. La orientación a los usuarios consiste por tanto también en flexibilizar las estructuras en función de la realidad sectorial e individual de sus posibles "clientes", posibilitando la adaptación de normas de acceso, colecciones, horarios, etc., a sus distintos sectores de demanda⁵.

12.2.El estudio de los usuarios

Para que los servicios se adecuen efectivamente a los usuarios debemos conocer qué necesidades de información tienen éstos. El interés por los usuarios surgió en el ámbito anglosajón desde el primer tercio de este siglo, y ha abarcado aspectos como el conocimiento de los mismos, los medios de análisis de sus necesidades, la sensibilización, la formación, y la evaluación de los servicios a través sus valoraciones. En España, los estudios de usuarios son recientes y están dificultados por la falta de instrumentos estadísticos generales y actualizados, y por la escasez de condiciones en las bibliotecas.

Si consideramos usuario a todo aquél que necesita información para el desarrollo de sus actividades profesionales o privadas, todo individuo lo es. Sin embargo, los usuarios reales son sólo una pequeña parte, quedando los demás como "potenciales" clientes que hemos de interesar por nuestra biblioteca. Debemos comprender este hecho desde dos ángulos: en primer lugar, nuestros servicios deben pretender llegar a todos los que tienen derecho a él, incluyendo a los que todavía no son usuarios. En segundo lugar, cuando estudiemos a los usuarios debemos hacerlo de modo que nuestros resultados no sean sesgados, es decir, que no extrapolemos las conclusiones al conjunto de nuestra comunidad teórica de usuarios, si solamente hemos obtenido información de usuarios reales, cuyas opiniones y demandas no representarán al conjunto.

Sanz ha definido 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 distintos métodos, entre ellos los matemáticos, a su consumo de información⁶. Sus fines serían:

- El conocimiento de las necesidades de información, y del grado de satisfacción obtenido.
- Saber las motivaciones, actitudes, valores o deseos respecto de la biblioteca.
- Evaluar la biblioteca: el usuario como fuente de información de la biblioteca.
- Detectar problemas para adecuar los servicios o realizar cambios: adecuar los espacios, la formación a las necesidades, etc.

Cuando emprendemos un estudio de usuarios habríamos de seguir los pasos de toda investigación:

- Identificar los objetivos del estudio o nuestras hipótesis.
- Analizar qué información será necesario obtener.
 - Recopilar la información disponible y diseñar un modelo de recogida de los datos de campo que requiramos.
 - Identificar la población objeto de estudio y seleccionar la muestra adecuada.
- Planificar la recogida de datos, los aspectos temporales, burocráticos o materiales necesarios.
 - Obtener la información.
 - Analizar los resultados para realizar las conclusiones.
 - Elaborar un informe de investigación que permita la adopción de medidas concretas en la biblioteca.

Las fuentes de información sobre los usuarios son muy diversas. Podríamos agruparlas entre aquéllas que cabe considerar *directas*, de campo --euando obtenemos la información de lo que nos dicen los usuarios mismos- o *indirectas* --cuando aprovechamos datos factuales de la biblioteca a través de la Memorias estadísticas anuales que deben elaborar, analizamos las peticiones de préstamo o reprografía, o incluso información recogida por otros, ya de la biblioteca en particular o de la comunidad en que se inserta, en general--.

12.2.1. Obtención de la información sobre los usuarios de fuentes indirectas

Mencionamos en primer lugar las publicaciones sociológicas realizadas a partir de encuestas y estadísticas sobre la población objeto del estudio. Realizadas por entes oficiales ajenos a la biblioteca, contienen desde datos demográficos generales a datos más concretos sobre hábitos culturales, científicos o intereses, prácticas y consumos de información. Su función es ayudarnos en el conocimiento de nuestra población: sus *aspectos demográficos*: edades, sexo, raza, etnias o flujos migratorios, nivel educativo y económico; características familiares, tasas de natalidad, mortalidad y desempleo, profesiones; las *condiciones económicas*: negocios, población por sectores, tendencias económicas, etc.; las *condiciones sociales*: instituciones educativas y culturales, clubes, sociedades, grupos religiosos, tradiciones e historia de la comunidad; o la existencia de otros *servicios informativos y educativos*: otras bibliotecas cercanas, centros escolares de Educación, Primaria, Secundaria o Bachillerato, centros universitarios, sistemas de educación a distancia, periódicos y revistas, librerías, emisoras de radio y televisión locales, etc.

Estas publicaciones suelen estar editadas por los Institutos Oficiales de Estadística, ya estatales --que recogerán los datos de todo el estado y luego los diferenciarán por regiones y ciudades, relacionarán los datos por sexo, edad, niveles de estudio o tamaño de la población de residencia, etc.-- o por los entes equivalentes regionales, que publican Anuarios, series y estudios estadísticas diversos, que la biblioteca puede utilizar como un primer marco de referencia para el estudio de su comunidad.

En el terreno cultural tenemos, por ejemplo, la *Encuesta sobre equipamientos, prácticas y consumos culturales de la población*, que publica periódicamente el Ministerio de Cultura⁷; las Estadísticas de bibliotecas del INE, si bien suelen demorarse en exceso. Existen también informes sobre los hábitos lectores infantiles que se están realizando anualmente, como los dirigidos por Pérez Alonso-Geta sobre *Los valores de los niños españoles*, que incluyen todo un apartado sobre sus hábitos y preferencias lectoras⁸.

Otras posibles fuentes de esta clase son los análisis de citas y referencias, adecuados sobre todo en los campos de las bibliotecas de ciencias experimentales, donde nos servirán para conocer las publicaciones y autores que más nos puedan demandar nuestros usuarios especializados en esas materias. También, el recuento de las peticiones de documentos en los servicios de préstamo interbibliotecario y fotodocumentación. En estos casos se trata de aprovechar la información estadística que la biblioteca tiene sobre nuestros usuarios: el total de consultas por tema, el porcentaje de consultas satisfechas respecto del total, el porcentaje de respuestas pertinentes, la demanda de libros por materias, los tipo de documentos prestados, la duración de los préstamos, etc. Ello orientará las adquisiciones, los soportes, las normas, etc.

Por último, podemos aprovechar los datos de los buzones de sugerencias y los tabloneros de anuncios o zonas de libre expresión. Incluso podemos aprovechar un recurso que puede parecer casi anecdótico, pero de alto valor para comprender la imagen social de la biblioteca en la sociedad: estudiar a los usuarios por cómo se reflejan en la ficción literaria y cinematográfica, y sus relaciones con bibliotecas y bibliotecarios⁹.

12.2.2. *Obtención de información de fuentes directas*

En este caso es el propio usuario quien informa de sus requerimientos, a través de cuestionarios o entrevistas. Resulta fundamental, de partida, haber definido previamente qué uso vamos a darle a la información recogida, y evitar recoger más información de la que podamos analizar. Debemos tener en cuenta que el análisis nunca es un fin en sí mismo, y que nuestro trabajo puede ser contraproducente, en un contexto en que los ciudadanos son frecuentemente atosigados por encuestas, estudios de opinión, etc. Nuestra encuesta puede producir expectativas que hemos de tener posibilidad de atender. Realizar encuestas sin experiencia y tiempo para su análisis supondrá la inutilidad del esfuerzo.

Decididos a obtener la información de nuestros propios usuarios, debemos, en primer lugar, identificar la población que va a ser objeto de estudio. Estudiar sólo a nuestros usuarios reales suele ser más fácil y preciso, pero se nos escapan las razones de los que no usan la biblioteca, sus intereses, etc. En todo caso, debemos determinar el alcance de nuestro estudio, para que la muestra de individuos de los que obtengamos los datos sea representativa¹⁰.

A continuación, identificada la muestra, debemos diseñar el cuestionario que nos permitirá informarnos. Aunque podemos adoptar un cuestionario propio en función de lo que queramos saber de nuestros usuarios, podemos y debemos considerar otros modelos previos, para evitar fallos, permitimos comparaciones, etc. Hay cuestionarios muy generalizables, como los del Programa General de Información de la Unesco, diseñados para conocer las necesidades de información del público en general, de profesores e investigadores, de profesionales, de zonas rurales y urbanas, explotaciones agrarias, etc. Los cuestionarios realizados para investigaciones aplicadas pueden también ser modelos, y existen ya propuestas en casi todos los campos: de usuarios de bibliotecas públicas, de universitarias, de escolares, de población inmigrante, de invidentes, etc.¹¹

Los cuestionarios pueden incluir preguntas abiertas, si las respuestas no se pueden tipificar previamente, o cerradas, cuando damos las respuestas posibles al usuario, que debe elegir entre ellas. Esto se hace si todas las opciones son previsibles y queremos calcular las frecuencias de las distintas respuestas, para categorizarlas. El cuestio-

nario debe ser, preferiblemente, estructurado, es decir, que las preguntas, ya sean abiertas o cerradas, se sucedan en un orden lógico.

Un cuestionario de usuarios sobre la comunidad atendida por una biblioteca pública, por ejemplo, debe contener preguntas que abarquen estos datos:

- 1) Datos de identificación: edad, sexo, profesión o actividad, distancia de la residencia a la biblioteca, nivel económico, etc., que se convertirán en variables a relacionar con las respuestas a las preguntas siguientes, y tratar de encontrar grupos o características comunes de uso para distintos usuarios.
- 2) Datos de los usuarios: de su conocimiento y uso: cómo conocieron los servicios, desde cuándo, qué servicios usan (préstamo, consulta, fotocopias, audiovisual...), con qué frecuencia y qué horarios, qué tipos de documentos usan (textos, ficción, revistas, periódicos, películas, obras de referencia, etc.), cuáles son las motivaciones para usar la biblioteca, cómo valoran la colección, si utilizan los catálogos y con qué frecuencia encuentran lo que buscan en ellos y en la biblioteca, si consultan al personal, y si usan otras bibliotecas.
- 3) Datos de los no usuarios: razones de no usar: falta de motivación, demasiada distancia, no tener la biblioteca lo que se necesita, la burocracia, el horario inadecuado, los fondos antiguos, la falta de tiempo, falta de divulgación, la falta de medios económicos, falta de medios para pagar el transporte... Medios por los que obtienen la información que necesitan, en lugar de la biblioteca.
- 4) Datos sobre valoración y expectativas: cómo valoran los servicios, con qué atención y actitud son tratados, qué resultados obtiene en sus búsquedas bibliográficas o en sus demandas de información, qué servicios desearían obtener, etc.

Para obtener respuesta a estos cuestionarios, hay varios procedimientos:

Las *encuestas por correo*, que es lo más fácil y barato, pero que consigue un bajo índice de respuesta. Es necesario formular claramente las preguntas, evitar que el formulario sea demasiado extenso y explicar claramente su objetivo. Debe hacerse un seguimiento para conseguir las respuestas, confirmando la recepción, recordando el plazo de respuesta, etc.

Los *cuestionarios escritos de respuesta in situ*. Para obtener respuesta de los usuarios de una biblioteca podemos pedirles que respondan un cuestionario entregándolo al azar a la entrada a la biblioteca. O, si se nos autoriza, durante las clases, si se trata de obtener información de todos los estudiantes de una universidad o un colegio, incluyendo a los que no usan las bibliotecas. En este tipo, aunque la respuesta siempre es voluntaria, el índice de respuesta será probablemente mayor.

— *Las entrevistas personales*. Alcanzan la mayor profundidad, y se asegura una alta tasa de respuestas, pero resulta cara en tiempo y personal, y es muy difícil con poblaciones grandes.

Todo este proceso requiere algunos conocimientos básicos de estadística, para asegurar metodológicamente la validez de los datos obtenidos y los resultados. Y deben manejarse los programas informáticos disponibles para la gestión automatizada de datos estadísticos. Estos permiten una fácil introducción de los datos, la producción de las tablas de resultados, relacionan las variables para encontrar coincidencias estadísticas y permiten la presentación mediante gráficos. Todo esto ayuda a obtener y argumentar las conclusiones, que deberemos aplicar a mejoras concretas de los servicios.

Los estudios de usuarios y la práctica bibliotecaria hacen ya previsible algunas de las aspiraciones informativas de los usuarios¹². En primer lugar, variarán según el tipo de biblioteca: en las especializadas, es más concreta y determinable (revistas, congresos y cursos sobre la especialidad...) que en las públicas, con un espectro de usuarios más amplio. También varían por los tipos de usuarios, ya se distingan por sus categorías profesiones o por criterios sociológicos. Los estudiantes requieren obras de divulgación; los investigadores, exhaustividad; los técnicos, pertinencia; los políticos y los administradores, precisión y actualidad; los profesores y divulgadores, los periodistas, obras de sintetización; y los ciudadanos, obras e informaciones de carácter múltiple. La demanda de documentos también depende de la cobertura, diversidad y profundidad de la colección, de la disponibilidad y la accesibilidad, de la formación de los distintos usuarios, etc.

12.3. Formación de usuarios

La necesidad de mejorar la formación de los usuarios y hacerla cotidiana es evidente en un marco en el que sabemos que las bibliotecas ni tienen el lugar que les corresponde socialmente, ni son utilizadas por una gran parte de la población. La falta de formación de usuarios tiene sus raíces principales en la carencia de bibliotecas escolares, que impide el desarrollo de habilidades de información dentro del sistema escolar. Pero la carencia se agrava con las tecnologías actuales, que engendran dificultades y posibilidades nuevas. La educación de usuarios es necesaria porque muchas veces las bibliotecas son sitios difíciles de usar, y porque el mundo de la información es en sí mismo complejo. La mayoría de los usuarios tiene problemas para acceder al fondo por los catálogos, especialmente los de materias. E incluso muchos profesores e investigadores no saben utilizar las bibliotecas todo lo bien que debieran.

La educación de usuarios convierte al bibliotecario en profesor¹³. Esto implica que debe preocuparse por enseñar de modo pedagógicamente adecuado a lo que se quiere transmitir. Y esforzarse por que su mensaje sea comprendido. La formación de usuarios no es un despliegue de la capacidad del bibliotecario, sino un esfuerzo por acercar sus herramientas y productos adecuadamente a los intereses de los usuarios. Supone dar prioridad al servicio respecto de lo técnico, asumir que debemos adaptar nuestros esquemas a los usuarios, y no pretender que sea al revés. Que más que enseñar nuestras propias herramientas debemos hacer instrumentos que se utilicen fácilmente. Otro presupuesto de la formación es que debemos estimular, no agobiar o desanimar; no puede enseñarse todo a la vez, ni pretender impresionar, sino interesar a los "alumnos" con una actitud positiva hacia ellos. Por último, también debemos asumir que, con la formación, la biblioteca adquiere un compromiso que debe afrontar, pues el juego no puede defraudar a las expectativas que crea. Si se hace bien, mejorará la profesión bibliotecaria, su estatus, se apreciarán más los servicios de la biblioteca y los bibliotecarios serán mejor conocidos y comprendidos por los usuarios.

El objetivo mejor de la formación de usuarios es enseñar a utilizar la biblioteca y sus recursos de información de forma eficiente y eficaz. Ello implica ayudarles a ahorrar tiempo en el uso de los servicios, que la biblioteca resulte familiar, que se sepa usar los distintos sistemas bibliotecarios, las obras de referencia, que se conozcan los modos de hacer referencias, etc. También tiene que tener como resultado que cambie la actitud hacia la biblioteca, hacer ver que es un lugar agradable y acogedor, y adecuado para resolver sus necesidades. Los usuarios deben llegar a un uso efectivo de la información, obteniendo resultados, pues la información como recurso se pierde si no se usa.

La formación dependerá del tipo de biblioteca y del tipo de los servicios que ofrezca. Por ejemplo, si los usuarios no pueden usar el fondo en libre acceso, deben conocer los catálogos. Si está en libre acceso, deben conocer la disposición de la biblioteca, el sistema de clasificación usado, el modo de ordenación de los libros en los estantes. El ideal, como explicó Berna!, es que se consiga que los usuarios posean las habilidades documentales necesarias para ser documentalistas de sí mismos, lo que incluye también que posean una destreza específica en las nuevas tecnologías de la información y sus metodologías, que no son sólo medios, sino formas y modelos que influyen en la metodología del trabajo intelectual¹⁴.

La metodología para el diseño y la organización de la educación de usuarios implica dar los siguientes pasos¹⁵:

- a) Identificar los objetivos: los objetivos que nos podemos marcar pueden ser cognoscitivos, cuando queremos transmitir destrezas informativas o intelectuales; afectivos, cuando más bien queremos producir actitudes positivas hacia la biblioteca y lo que implica, y psicomotores, cuando enseñamos destrezas operativas. Estos, a su vez, tienen un grado de complejidad que permite estructurarlos en básicos, intermedios, o avanzados.
- b) Conocer a los *estudiantes*. Se tratará de conocer el nivel de conocimientos previos de los usuarios, sus habilidades, etc., para adecuar a ellos el contenido de la formación.
- e) Analizar las circunstancias: los medios y el tiempo disponibles, el número de estudiantes, la disponibilidad de recursos materiales, audiovisuales, si será en la propia biblioteca o un aula, etc.
- d) Analizar el papel del instructor: las condiciones del bibliotecario que dará la formación: (su motivación, sus aptitudes docentes, su capacidad organizativa) debe procurar hablar clara y amablemente, no usar la jerga bibliotecaria, evitar resultar aburrido o tímido. Hay que proyectar confianza, competencia, entusiasmo respecto de la biblioteca, y establecer una relación de cordialidad. Crear lazos de amistad y simpatía, sin descuidar la disciplina si es necesaria.
- e) Elegir las opciones de enseñanza. Debemos elegir el método didáctico: si vamos a trabajar en grupo o de modo individual. Si utilizaremos un estilo directo (mediante conferencias, clases teóricas, demostraciones, películas, guías, que es más económico en tiempo y personal, pero menos activo y personalizado); semidirecto (estudio de casos, demostración con actuación del alumno, instrucción asistida por ordenador, instrucción programada) o indirecto (tormenta de ideas, investigación, discusión).
- f) Organizar la instrucción. Decidido ya el método, el instructor y la duración, debemos concretar los detalles para evitar fallos, falta de tiempo, planificar los ejemplos de búsqueda de modo que esté cada libro en su sitio, la ficha bien intercalada, etc. Debemos clasificar la información a transmitir, identificar los contenidos sobre los que queremos que recaiga la atención, haciendo que ésta quede destacada. Las ayudas verbales o gráficas que utilizaremos, etc.

Los principios básicos para el éxito del aprendizaje son: a) Que consigamos motivación (que suscitemos la necesidad de saber y el interés por saber, la curiosidad o la conveniencia o el interés por la aplicación práctica de lo que va a ser aprendido). b) Que exista una buena organización de los contenidos a ser aprendidos. e) Que logremos la participación activa de los alumnos, pues es la mejor manera de aprender: hay

que estimular, animar a preguntar, dejar reflexionar y trabajar al usuario. Dar otras posibilidades, dejar que planteen retos. *d)* Conseguir retroalimentación, es decir, lograr informarse y evaluar la eficacia del proceso, hacer un seguimiento de la mejora de actitudes y métodos de trabajo de los usuarios en la biblioteca ¹⁶.

CUADRO 2.1. Objetivos de la Educación de Usuarios (Svinicki y Schwartz).

<i>Objetivos</i>	<i>Cognoscitivos</i>	<i>Afectivos</i>	<i>Psicomotores</i>
Nivel Básico	Conocimiento y comprensión de hechos y conceptos (p. ej., saber qué es una obra de referencia; saber describir los servicios de una biblioteca; saber los índices principales de un campo de estudio)	Darse cuenta de que existe una situación determinada (que es conveniente hacer una referencia de acuerdo a una norma, saber las normas de la biblioteca sobre el cuidado de los documentos, saber las razones de una norma de uso, saber explicar por qué una estrategia de búsqueda puede hacerla más eficiente)	Generalmente en las bibliotecas son de carácter básico: saber usar un lector de microfichas, un terminal, un vídeo o un equipo de música. Los objetivos psicomotores presuponen también
Nivel Intermedio	Aplicación de hechos o conceptos a nuevas situaciones (p. ej., saber utilizar un diccionario para encontrar un dato; saber localizar en cada zona de la biblioteca las obras de interés para un tema)	Deseo de aceptar un aspecto de una situación: las normas de una biblioteca, o desear citar correctamente en un trabajo, cumplir las normas, seguir una estrategia de búsqueda, consultar al bibliotecario si hay problemas	objetivos cognoscitivos: debe conocerse el fin del manejo instrumental del ordenador, los catálogos, los aparatos, etc.
Nivel Avanzado	Análisis de situaciones, síntesis, evaluación de hechos (p. ej., saber elegir y evaluar un producto informativo para un fin, saber realizar una estrategia de búsqueda para contestar a una cuestión; saber evaluar un conjunto de fuentes de referencia)	Análisis y establecimiento de unos valores personales, (p. ej., defender su propia evaluación del uso de alguna obra de referencia, desear mantenerse informado de las nuevas herramientas de referencia cuando surjan)	

La formación más elemental de conocimiento de la biblioteca se concretará en visitas guiadas, que deberán apoyarse en guías de uso sencillas y atractivas, que expliquen las colecciones, los servicios, las normas y los espacios. La guía de la biblioteca

estará en los mostradores de la biblioteca, en los servicios de información, en las secretarías, en los clubes y asociaciones cercanas. También pueden hacerse presentaciones en vídeo. Y es importante que se refuerce el conocimiento de la biblioteca con una buena señalización de los servicios.

En un nivel más complejo se encuentran los cursos de instrucción bibliográfica, conocimiento de las fuentes de información, uso de los catálogos, de las obras de referencia, repertorios, revistas, abstracts, boletines de sumarios, guías de fuentes institucionales y personales, etc. Es fundamental que los grupos sean pequeños, de no más de 15 estudiantes, que hagan ejercicios sencillos y aprendan con la práctica. También pueden hacerse cursos diferenciados sobre las publicaciones periódicas, su estructura, los catálogos colectivos, el uso de abreviaturas e índices, las búsquedas de artículos en bases de datos, etc.

En la actualidad, la generalización de los catálogos de acceso público en línea -OPACs-, y de las bases de datos en CD-ROM, que cada usuario utiliza autónomamente en sus búsquedas, ha hecho de la destreza en el manejo de estos medios un objetivo primordial de la formación de usuarios. Debemos procurar que su uso sea muy interactivo y amigable, haciendo fáciles las búsquedas y los procedimientos, y, a la vez, que mediante la formación se conozcan los aspectos conceptuales, para evitar que se empobrezcan los resultados de su uso, por ruido o pérdidas de información. Aunque el bibliotecario ya no haga las búsquedas, porque todo usuario puede acceder a la base de datos directamente, en la biblioteca o en su despacho (como ocurre ya gracias a las redes locales extendidas en los centros científicos y las universidades), tenemos el riesgo de que una falta de formación provoque la falta de uso de estas posibilidades, o su insuficiente aprovechamiento. Para ello pueden introducirse métodos de enseñanza nuevos: por amigos, ensayo-error, sesiones de trabajo, etc.¹⁷

12.4. Técnicas de comunicación y relaciones públicas

Las técnicas de comunicación y relaciones públicas en las bibliotecas se basan en la necesidad de incrementar el uso y mejorar los modos de relación que se dan entre biblioteca y sociedad. Pueden incluir, en primer lugar, aspectos relacionados con la sensibilización y la construcción de la imagen pública de las bibliotecas. Y otros aspectos son los que mejoran la comunicación: la detección de barreras a la comunicación, sus soluciones y las actitudes que la favorecen.

12.4.1. Sensibilización

En los países desarrollados, utiliza las bibliotecas como máximo en torno al 35% de la población. En España, los usuarios de bibliotecas están en torno al 11%. Esto quiere decir que muchos individuos satisfacen sus problemas de información al margen de las bibliotecas. Las bibliotecas deben dar a conocer sus servicios e interesar por ellos, para hacer subir el número de usuarios, pues no están sólo para los que las usan, sino para los que pueden llegar a utilizarla, para los que la pueden necesitar.

Un primer aspecto a mejorar es la sensibilización hacia la biblioteca, haciendo que se valore la importancia de su uso y del acceso a la información, y mejorando su imagen. A veces el usuario no valora la importancia de informarse, o lo que le puede enriquecer el uso de la biblioteca, o desconfía de que pueda obtener todas las informa-

dones que necesita en la biblioteca, desconfía de las que recibe y su eficacia. Puede existir reticencia hacia los especialistas en información, resistencia al cambio de los hábitos adquiridos, rechazo o incomprensión de las normas y limitaciones que impone la biblioteca, etc., miedo a preguntar, por temor a hacer el ridículo, o incapacidad de asumir que no se sabe algo. Hay que invertir estos problemas de comunicación, que a veces arraigan en una imagen tópica, y suscitar una predisposición positiva.

Cronin ha afirmado¹⁸ que frecuentemente las bibliotecas públicas satisfacen muy escasamente a los usuarios, y van sobreviviendo por la buena voluntad, las cortas expectativas, y la relativamente simple demanda de la mayoría de los usuarios. No dan en general buena imagen, cuando lo que realmente determina el uso del servicio bibliotecario es la visión que el usuario tiene de éste. Los usuarios se tienden a conformar, por buena voluntad, acostumbrándose a reducir sus expectativas respecto de la biblioteca a lo que ésta da o lo que ellos únicamente creen que les ofrece.

Para que la sociedad sea consciente de la necesidad de acceder permanentemente a la información, hace falta convencerla de la necesidad de aprender a lo largo de toda la vida, y que ello entraña aprender a manejar la información y las tecnologías que le dan acceso y la condicionan. Ello requiere actuar sobre el profesorado y los medios de comunicación, para que difundan esta idea y hagan ver lo especial de la biblioteca. La biblioteca se puede utilizar a cualquier hora, se puede aprender en ella de cualquier materia, y desde cualquier punto de vista, no sólo el oficial, o el admitido, o el del profesor. Uno puede buscar por sí mismo sus ideas, sus gustos; cada lector recrea el sentido, haciendo su propia interpretación y suscitando sus propios pensamientos; la biblioteca permite ser autodidacta... Todo esto es destacar el valor propio de la biblioteca, entre un conjunto diverso de servicios culturales, de información y de ocio.

Por otra parte, la sensibilización es también fruto de la mejora en sí misma de los servicios: las campañas institucionales de sensibilización, normalmente realizadas para la promoción de la lectura, son necesarias, pero simultáneamente deben mejorarse las infraestructuras, las bibliotecas escolares y municipales, etc.¹⁹

12.4.2. La construcción de la imagen de la biblioteca

Debemos empezar por crear una imagen adecuada, que facilite y anime al uso. La imagen es la visión global que los individuos tienen de una biblioteca, predisponiéndoles a una determinada actitud hacia ella. La imagen de una biblioteca depende: a) De mensajes explícitos: desde la recepción y orientación inicial que recibe un lector al llegar a la biblioteca, que debe realizarla personal bibliotecario, hasta mensajes gráficos como carteles, anagramas, guías de uso, pegatinas, logotipos, etc., que configuran una identidad visual de la biblioteca²⁰. b) Del entorno físico: la decoración, el edificio, el emplazamiento y la distribución del espacio. El edificio debe ser físicamente representativo de su función, debe ser transparente e indicar accesibilidad exterior e interior. e) Los servicios que se ofrecen en sí mismos, como ya hemos dicho. A mejores servicios, mejor imagen. La accesibilidad a la colección, a ser posible por materias y directa. d) Las actuaciones: las iniciativas sociales y culturales, las relaciones con el exterior, el trato a los usuarios. Las actividades de extensión cultural ayudan a insertar la biblioteca en su entorno social, dando a conocer sus potencialidades y atrayendo a los usuarios. e) La comunicación con el exterior mediante la cooperación con otras instituciones, la aparición en los medios de comunicación social, para dar a conocer acontecimientos, actividades, información cultural, mantener colaboraciones regulares, o la

distribución de publicaciones propias: desde guías de uso hasta catálogos documentales, boletines de información, etc.

Otro aspecto importante en relación con la imagen es la mejora de la señalización²¹. Por varias razones: porque sólo una minoría de usuarios de las bibliotecas en acceso libre emplea el catálogo en la búsqueda de documentos, yendo la mayoría de los lectores directamente a la estantería, sin recurrir al fichero; porque los usuarios cada vez más requieren una buena señalización, que relacionan con la mejor acogida humana y material; y porque la señalización ayuda a crear, propagar y mantener la identidad visual de una biblioteca.

La señalización se debe basar en el uso de signos no ambiguos, que signifiquen lo mismo para todos a los que se dirige. Que puedan ser leídos rápida y correctamente, lo que significa resolver problemas de forma, formato, tamaño o emplazamiento. Que provoquen una reacción, una respuesta, lo que ocurrirá si se acierta con los anteriores criterios. Si el bibliotecario no se siente capaz de diseñarla directamente, puede encargarla a un grafista, o a una empresa de comunicación, bajo estos consejos:

- Los mensajes deben ser simples: cada bloque debe ser un todo.
- Colocados en el mejor lugar, que sean claros y estén realzados.
- Situados en lugares donde la visión no esté ya demasiado solicitada.
- Directamente perceptibles a una cierta distancia.
- Que no haya ángulos muertos que perturben la visión.
- Que haya el tiempo suficiente para leer los mensajes.
- Visibles durante toda la jornada; iluminarla si es preciso, o colorearla, de modo armónico con el entorno.
- Resistentes al vandalismo, y que no sean peligrosa, sin esquinas, o colocadas de modo que provoque tropiezos.

En la imagen de las bibliotecas, y en general de la Administración²², han pesado mucho prejuicios como que los funcionarios no trabajan lo que debieran, o no cumplen los horarios, etc. Falta convicción respecto a la idea de que las bibliotecas, y los servicios de la Administración Pública en general, son algo de todos, que debernos cuidar, fomentar, sugerir sus medios de mejora, etc. Ha habido un exceso de conformismo sobre la posibilidad de que los servicios mejoren, lo que ha producido distanciamiento. Los mismos funcionarios tienen a veces mala imagen de sí mismos, creen que es difícil cambiar la administración, es frecuente el desaliento, etc. Esto es negativo, pues lleva a perpetuar actitudes inmovilistas. Hay que asumir que la administración somos todos y que debernos tornar con profesionalidad el trabajo para que la organización funcione. La búsqueda de un lector no debe ser nunca infructuosa del todo. Se le debe decir en qué otra biblioteca está lo que busca, si no hemos podido responderle. Quedarnos su teléfono para informarle si no hemos podido hacerlo en el momento, etc.

12.4.3. Problemas y actitudes en la comunicación

La comunicación eficiente se da cuando el receptor recibe el mensaje, lo entiende, lo acepta, lo utiliza y retroalimenta. Debernos ver, en primer lugar, qué obstáculos hay para que se de esa comunicación y, después, ver algunas actitudes y técnicas que favorezca su mejora.

Las barreras de la comunicación pueden ser personales (desconfianza hacia los usuarios, desconocimiento de sus necesidades, indiferencia, prepotencia, intolerancia, falta de atención e interés por el usuario), físicas (las ventanillas, los mostradores inadecuados, la falta de condiciones, el ruido) o semánticas (el lenguaje inadecuado a los conocimientos de los usuarios) produciendo mensajes incorrectos.

En el proceso de la comunicación hay frecuentemente una degradación de la información, que va haciendo disminuir su flujo: de lo que se *quiere* decir a lo que se *sabe* decir, a lo que *se dice*, de ahí a lo que *se oye*, lo que *se escucha*, lo que *se comprende*, lo que *se acepta*, lo que *se retiene*, y lo que *se pone en práctica*. Para evitarlo hay que prever los problemas que nos podemos encontrar en las distintas fases del proceso de comunicación:

- Concebida una idea, a la hora de codificarla, nos puede faltar capacidad de síntesis o no disponer del nivel de vocabulario preciso.
- A** ir a expresarla, pueden ser problema la timidez e inhibiciones, los defectos de expresión, los medios inadecuados.
- D**e la trasmisión a la recepción, pueden ser problemas las deficiencias sensoriales, la mala ambientación, la falta de atención.
- E**n la descodificación, defectos de escucha comprensiva, esquemas mentales del usuario.
- E**n la aceptación final, la falta de capacidad de análisis y la percepción subjetiva del lector.

Las características que favorecerán la trasmisión de nuestros mensajes son:

- Expresarnos con brevedad*. Expresar el contenido principal, sin sobrecargar de datos accesorios, pues desviamos la atención de lo esencial.
- Claridad*. Intuir el nivel de comprensión del interlocutor y adecuar nuestro lenguaje a él. Sencillez no implica menos precisión.
- Orden en el mensaje*. Estructurar en un orden lógico lo que queremos decir.
- Insistencia*. Reforzar la asimilación del mensaje principal, si es preciso repitiendo la frase informativa precisa. Damos así tiempo para comprender a la perfección el mensaje.
- Ilustración*. Dar ejemplos para reforzar la comprensión y la retención de lo que queremos decir a los usuarios.
- Información completa*. No omitir información relevante.
- Información de retorno*. El usuario puede explicar con sus palabras lo que ha comprendido, para saber si ha habido éxito en la comunicación.

El usuario debe salir de la biblioteca con la información completa respecto de lo pedido, o los medios para obtenerla (el libro, o la reserva del libro, o todos los datos de la biblioteca relacionada en la que puede estar su respuesta, si nuestra biblioteca no era la adecuada). Debemos evitar reenviar al usuario de un sitio a otro. Si hay objeciones, porque no podemos dar un servicio que se esperaba obtener, o no está lo que se pide..., debemos justificar la actuación, dejar hablar, y tomar en serio las observaciones, sin implicarnos personalmente, y evitando herir la susceptibilidad del usuario. Tampoco debemos ser insolidarios con el resto de los servicios de la biblioteca, escudándonos en fallos de otros, pues para el lector la biblioteca es un todo. Si el usuario tuviera razón, debemos asegurarle que intentaremos atenderle en su demanda.

CUADRO 12.2. Actuación frente a algunos problemas de comunicación.

<i>Problemas</i>	<i>Actuaciones</i>
No dijimos todo lo que queríamos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar el mensaje: escribir los puntos fundamentales • Prever las objeciones
No oyó todo lo que le dijimos	<ul style="list-style-type: none"> • Escoger las mejores condiciones físicas y psicológicas • Saber volver atrás
No escuchó nada de lo que dijimos	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar regularmente las comunicaciones no verbales • Cuidar la expresión oral • Hacer preguntas de control
No comprendió lo que le dijimos	<ul style="list-style-type: none"> • Hablar su lenguaje
Lo comprendió y no lo aceptó	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptarse a su personalidad • Paciencia, recomenzar
No retiene todo lo que aceptó	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer resúmenes parciales • Hacer síntesis escrita

12.4.4. Peculiaridades de la comunicación oral, escrita y telefónica

La comunicación con los usuarios de la biblioteca no tiene por qué ser siempre oral, sino que la biblioteca debe establecer también la vía telefónica o escrita como cauces para recibir peticiones, sugerencias, críticas, etc.

El contacto *oral-presencial* es el idóneo, porque junto a la palabra hay recursos expresivos como el gesto, la mirada, el asentimiento, la postura, que favorecen la comunicación; hay interacción e inmediatez. Y debe configurarse el espacio físico de modo que sea agradable. Los contactos de orientación deben darse cerca de la entrada a la biblioteca, en un punto estratégico de fácil acceso y paso, y bien señalizada. Las peticiones de información más profundas, en lugares más apartados, en los que el usuario pueda explicarse en privado, sentado. Debemos evitar la formación de colas, o en su caso, organizarlas.

La comunicación *escrita*. Se produce porque a veces los usuarios nos remiten consultas por escrito, o una solicitud de búsqueda, por no poder desplazarse. Debemos concretar la petición, asignar su respuesta al personal adecuado, y responder de modo claro y conciso a lo planteado, que se enuncia previamente. Debemos fundamentar las respuestas en las normas de la biblioteca y adjuntar la documentación precisa.

Por último, la comunicación *telefónica* es también cada día más frecuente por la falta de tiempo para el desplazamiento físico a la biblioteca. Y las tecnologías de la información están extendiendo los contactos por correo electrónico, etc. En el teléfono debemos identificar el servicio y la persona, escuchar el mensaje sin adelantarnos, y asegurarnos de conseguir toda la información necesaria del usuario para responderle. Al responder, podemos reformular la pregunta, lo que demuestra que hemos escuchado y entendido al hacer una síntesis de la demanda, y procuraremos dar una respuesta clara, concisa e inteligible. Debemos cercionarnos de que se ha entendido lo

que queríamos decir, y evitar las esperas del usuario. Si no podemos responder en el momento, o se requieren gestiones intermedias, deberíamos pedir el teléfono para contactar después.

12.4.5. *Actitudes personales que favorecen la comunicación*

Toda comunicación humana requiere, además de unas técnicas adecuadas, una serie de actitudes hacia el proceso y hacia el interlocutor, que favorezcan la comprensión y aceptación de los mensajes. En la comunicación que mantengamos en la biblioteca con nuestros usuarios también debemos procurar esas actitudes, que serían, según K. Rogers, las siguientes:

- Consideración positiva incondicional.* Aprecio, respecto, aceptación e interés por el otro. Para entablar contacto con el usuario debemos tener interés por lo que nos pida, aceptar su forma de hacerlo y de ser, respetar y apreciar sus cualidades, etc. Esto permite un clima favorecedor de la comunicación y la cooperación. El usuario debe ser considerado, al pedirnos información, como alguien con derecho a pedirla, merecedor de respeto, dedicación, tiempo y consideración. Si partimos del menosprecio, o nos erigimos en árbitros de su capacidad, su necesidad, lo propio o impropio de su conducta, etc., no podremos informar bien. Esto se manifiesta en mantener un tono cordial y considerado. Dar oportunidad de expresar con libertad sus sentimientos, problemas, etc., sin emitir juicios de valor. Expresar la voluntad de comprenderles y ayudarles. Si hay que contradecirlos, o remitirlos a otro sitio, hacerlo con delicadeza, y con razones objetivas.
- Autenticidad.* Coincidencia entre lo que se expresa y se experimenta. Voluntad expresa y consciente de veracidad y sinceridad. Coherencia entre lo que se comunica y lo que se piensa, y entre lo que se piensa y lo que se siente. Esta actitud se refleja en una conducta espontánea, no encorsetada. Expresar tolerancia y aprecio por la investigación y la búsqueda de la verdad.
- Empatía.* Capacidad de sumergirse en el mundo de los demás, conectando con sus sensaciones y opiniones, experiencias, etc. Es sentir-con, tener sensibilidad para comprender las necesidades y pretensiones de los demás. Se expresa mostrando atención para captar el mensaje, no sólo el qué, también el cómo. Averiguar si no hemos comprendido algo. Ponernos en el nivel y la perspectiva del otro para crear una situación de diálogo fluido.

NOTAS AL CAPÍTULO 12

¹ Se trata de hacer realidad las cinco leyes de la Biblioteconomía formuladas en 1931 por Ranganathan, que ha recordado Lancaster en sus obras. 1) *Los libros son para usarse.* Las colecciones deben adaptarse a las necesidades de los usuarios. La accesibilidad consiste en que la biblioteca pueda conseguir un ítem en el tiempo necesario, sea cual sea su origen, en un formato aceptable para el usuario. 2) *A cada lector su libro.* No sólo basta un número considerable de préstamos. Debemos asegurarnos una buena disponibilidad de lo que cada uno necesita, disminuyendo los fracasos en la localización de libros o en la obtención de respuestas.

- 3) *A cada libro su lector*. La biblioteca debe ser activa en dar a conocer sus recursos informativos para que lleguen a los potenciales interesados en ellos, que quizás no los conozcan, La biblioteca debe penetrar en su comunidad informando de las novedades, con bibliografías para grupos específicos, etc. 4) *Ahorre tiempo al lector*, significa que las bibliotecas no sólo deben satisfacer necesidades, sino hacerlo de un modo eficiente. Si el esfuerzo para usar una biblioteca es excesivo, puede que el servicio se juzgue inaccesible. No se puede considerar gratuito el tiempo del usuario. 5) *La biblioteca crece*. Esta quinta ley indica que la biblioteca es un organismo que se debe ir adaptando a las nuevas condiciones de los usuarios y las tecnologías, que están cambiando el concepto de biblioteca, introduciendo, por ejemplo, la posibilidad de acceso sin posesión de los materiales. Cf. LANCASTER, F. W.: *If you want to evaluate your library*. London: Library Ass, 1993.
- ² Aunque en la calidad de un servicio se corresponde en parte a su adecuación a determinadas normas técnicas, actualmente también integra básicamente el concepto de calidad la *satisfacción* que produce el servicio, que tiene como indicadores el conocimiento del cliente, la credibilidad, la fiabilidad (precisión, autenticidad, puntualidad), la capacidad de respuesta, la accesibilidad -horarios, posibilidades ofertadas- y la comunicación adecuada, cortesía, etc. Cf. VALLS, A., CASADO, L. «El cambio hacia la calidad del servicio». *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 35, (1994), pp. 55-70.
- ³ VERNIS, A.: «Las especificaciones de la gestión en el sector no lucrativo»), En: *La Biblioteca pública como centro de gestión cultural*. Mallorca: Fundació Biblioteca d'Alcúdia, 1991, pp. 13-29.
- ⁴ Esto significa que no debemos, tampoco, condenar a la biblioteca a una total dependencia de los intereses inmediatos y las demandas de sus usuarios actuales, pues las bibliotecas tienen unos beneficios sociales intangibles, no meramente cuantificables, que se concretan en calidad de vida, satisfacción, atención a las minorías intelectuales, sociales, étnicas o económicas, etc.
- ⁵ El límite de esta política es que pueda perjudicar al conjunto un esfuerzo demasiado costoso para atender una necesidad minoritaria que corresponde a otro servicio. En este caso podemos intentar remitir a una biblioteca más adecuada al usuario. Recordemos aquí las aportaciones de Orr sobre los leyes de los rendimientos decrecientes o a Urquhart, para quien una de las leyes de la Biblioteconomía era que "lo mejor es enemigo de lo bueno".
- ⁶ SANZ CASADO, E.: *Manual de Estudios de usuarios*. Madrid: Germán Sánchez Ruipérez, 1994.
- ⁷ Según los datos de esta publicación, referidos a 1991, parece que un 40 % de mayores de 18 años no lee nunca, mientras que el otro 60 % afirma leer al menos un libro al año. Sólo el 30 % leería 3 ó más libros al año, y la media general entre los lectores estaría en torno a unos 10 libros por año. Sólo el 11 % de los mayores de 18 habría asistido a una biblioteca en el último año, siendo la biblioteca, después de la adquisición, es el segundo medio de acceso al libro, También se estudia la tipología de los lectores, estratificándose entre los que leen por evasión, por recreo, los lectores selectivo y los coleccionistas. Se compran unos tres libros al año, incluyendo a los no-compradores. Sólo un 37 % de los españoles había comprado algún libro en los últimos 12 meses. Estos datos generales luego se dan por comunidades, edades o sexos. Así, se afirma que leen más los más jóvenes, y el hábito de lectura disminuye con la edad. Y que son más lectores los de mayor nivel de estudio. Aunque estos datos son sólo un ejemplo de cómo estas fuentes pueden ayudar a ir perfilando los hábitos lectores y de consumo cultural de los usuarios potenciales de nuestra biblioteca. V. *Equipamientos, prácticas y consumos culturales de la población*. Madrid: Ministerio de Cultura, 1993. Algunos de sus datos están recogidos en: FUINCA: *El sector del libro en España*.
- ⁸ Según este trabajo, sólo el 1,7 % de los niños tiene la biblioteca como ambiente lector; el 79,1 % afirma leer en casa. El 88 % afirma que sí a la pregunta ¿Te gusta leer? El 35,3 % de los niños tiene una frecuencia de lectura recreativa diaria. La edad de más frecuencia lectora se sitúa a los 10 años, cuando el 40 % lee casi diariamente. Después les siguen los de 9, 13, 11 y 12 años. Son ligeramente más lectores los de colegios privados o concertados que los de colegios públicos. A mayor número de libros infantiles en casa es mayor el hábito lector, aunque hay también un grupo de niños con pocos libros que lee mucho. Los hábitos lectores descienden con la edad, llegando a su nivel más bajo coincidiendo con el final de la escolarización obligatoria, cuando debería ser al contrario, si los hábitos y los contextos lectores hubieran sido adecuadamente desarrollados. La variable sexo sigue marcando diferencias significativas

- en los hábitos lectores: las niñas leen más que los niños. Junto a este tipo de datos, se aportan los resultados respecto de los géneros de lectura recreativa que más gustan a los niños, el número de libros que los niños suelen tener en casa, los que son suyos y los que pertenecen a hermanos o padres, las colecciones favoritas, etc. V. PÉREZ ALONSO-GETA, P. M.: *Los valores de los niños españoles*, Madrid: SM, 1992. Aunque todo lo referido a hábitos lectores de los niños se sintetiza en la revista *Alacena*: PÉREZ ALONSO-GETA, P. M., *et al.*: «La Infancia lectora». *Alacena*, 19, 1994, pp. 5-28.
- ⁹ Así, por ejemplo, puede verse: CHAINTREAU, A. M.: «Lecture, Lecteurs et bibliothèques dans la fiction au 20^e siècle». *59th IFLA Council and Conference. Booklet 7*, pp. 31-37, y CHAINTREAU, A. M., LEMAITRE, R. *DrOles de bibliothCques. Le thCme de la bibliothCque dans la littérature et le cinéma*. Paris: Cercle de la Librairie, 1993.
- ¹⁰ El número de individuos que debe componer la muestra depende del índice de precisión muestra! que queramos alcanzar, del número total de la población y de la varianza. Los individuos de la muestra deben ser escogidos al azar de entre el total de la población.
- ¹¹ Los del PGI están entre los anexos de la obra citada de E. Sanz, lo que los ha hecho fácilmente consultables. En cuanto a los demás, las fuentes son numerosísimas, pero pueden verse, por ejemplo, para bibliotecas públicas, la encuesta diseñada por SUAIDEN, E. J.: «Biblioteca Pública y las necesidades de información de la comunidad». En, *IFLA 93 Council and Conference. Booklet O*, p. 74-81 (14-CONTR-S). Sobre hábitos de lectura, recoger y seleccionar las preguntas pertinentes de las obras citadas sobre hábitos lectores de adultos (nota 7) y niños (nota 8). Para bibliotecas universitarias, el cuestionario de GARCÍA OCHOA, M. L.; GREGO CASTAÑO, M.; GIMENO PERELLÓ, J.: *Encuesta piloto a usuarios: Biblioteca-Facultad CC de la Información*. Madrid: Universidad Complutense, 1993. Para invidentes, los cuestionarios en: COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES: *Exlib. Expansion of European Library Systems for the Visually disadvantaged. 3. The Users*. Y varios estudios recogidos en las actas de las *IV. Jornadas españolas de Documentación Automatizada*. Oviedo: Universidad, 1994.
- ¹² Sanz explica las diferencias entre *necesidades de información* (lo que se experimenta como una carencia o lo que se requiere para el trabajo y la educación), *los deseos de información* (aquellas necesidades de información a las que incorporamos la voluntad de satisfacerlas), y *demandas de información* (el deseo que se concreta en una petición documental). SANZ, E.: *op. cit.*, p. 23 y ss. Creemos que las actuaciones de la biblioteca van desde el intento de hacer conscientes las necesidades, mediante la formación, para que se conviertan en deseos, en fomentar la imagen de los servicios y la actitud hacia ver factible la atención de las necesidades, de modo que se deseen, y a facilitar que se concreten en demandas reales. Las demandas no suelen corresponderse o agotar las necesidades y los deseos de información.
- ¹³ En las siguientes reflexiones seguimos especialmente a CLOW, D. V.: "La educación de usuarios en bibliotecas universitarias. Una introducción", *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 8, (1987), pp. 17-21, y "Los bibliotecarios como profesores", *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 9, (1987), pp. 5-9,
- ¹⁴ BERNAL, F. J.: *La extensión tecnológica <[el conocimiento*. Madrid: Universidad Complutense, 1985.
- ¹⁵ Describimos la metodología el esquema de SVINICKI, M. D., SCHWARTZ, B. A.: *Formación de profesionales y usuarios de bibliotecas. Aprendizaje y diseño de instrucción*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.
- ¹⁶ El método de evaluación debe ser válido y fiable en sus resultados, pero a la vez fácil de aplicar, y elaborar. Pueden aplicarse métodos formales (tests, ensayos, hojas de trabajo, diarios, pruebas de ejecución), o informales (autoinformes, observación, conversaciones).
- ¹⁷ Temas debatidos por RIBES LLOPES, I.: "Formación de usuarios: Dar un pez o enseñar a pescar", y por DE LA MANO GONZÁLEZ, M.: "El impacto del OPAC en el universo bibliotecario español: ¿Un reto para la formación de usuarios?". Ambos trabajos, recogidos en las *IV. Jornadas españolas de Documentación Automatizada*. Oviedo: Universidad, 1994.
- ¹⁸ CRONIN, B.: «El marketing». En: *Bibliotecas públicas, hoy y mañana. Nuevos planteamientos de objetivos y gestión*. Madrid: Germán Sánchez Ruipérez, 1985, p. 105.

- 19 Tenemos el ejemplo poco eficaz de las campañas aisladas, no acompañadas a la mejora de los servicios mismo. Sus atractivos lemas: "Vive leyendo", "Un libro ayuda a triunfar", "más libros, más libres...", "Tú que puedes, lee"... habrán valido para fomentar más los hábitos de consumo de libros que los de uso de las bibliotecas y la lectura, porque han llegado, a través de la televisión, a muchos pueblos quizás sin bibliotecas.
- 20 Las redes de bibliotecas pueden crear normas o manuales de identidad que ayudan a reconocer y distinguir servicios y posibilidades, unificando los modelos y tamaños de carnets e impresos, los colores distintivos de las materias, los logotipos, el diseño de los distintos carteles, o el conjunto de referencias visuales de la biblioteca. Véanse, por ejemplo, las Normas de la Comunidad de Madrid.
- 21 V. SALABERRIA, R.: La señalización de la biblioteca. *Educación y Biblioteca 7*,"pp. 68-70.
- 22 INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: *Información y atención al público*. Madrid: INAP, 1993. Aplicamos a la biblioteca algunas aportaciones de este manual, utilizado para la formación del personal funcionario de la Administración Central del Estado.