

Cita sugerida para esta ponencia

Cristofani, M. A. (2017). El Nuevo Consumidor De Información: ¿Usuario O Productor? El re-planeamiento estratégico de las Unidades de Información. Trabajo presentado en *V Jornadas de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata. Recuperado de

El Nuevo Consumidor De Información: ¿Usuario O Productor? El re-planeamiento estratégico de las Unidades de Información

Mg. María Alejandra Cristofani¹

¹Universidad de Buenos Aires, Argentina. Facultad de Filosofía y Letras. Carrera: Bibliotecología y Ciencias de la Información.
alecristofani@gmail.com

Resumen

Durante esta última década las bibliotecas y los servicios de información documentales han realizado un enorme esfuerzo para poder seguir ocupando un papel destacado en La sociedad. Ellos, como organizaciones que gestionan información, han tenido que integrar em sus sistemas los cambios tecnológicos necesarios para adaptarse a los nuevos retos y estar lejos de desaparecer.

En el último tiempo el término web 2.0 ha comenzado a utilizarse para nombrar a una nueva generación de servicios web que tienen como base una mayor implicación y colaboración de los usuarios web y la aplicación de una serie de tecnologías que permiten lamayor implicación de los mismos.

Nuevos términos como *booktubers*, *wikipedistas*, *ebookshan* comenzado a aparecer siendo cada vez más comunes dentro del mundo de la información ya que permiten generar y compartir contenidos en una valía y forma diferenciada. Esta nueva realidad exige para las unidades de información la adopción de nuevas orientaciones estratégicas, el rediseño de los procesos técnicos y los flujos de información para encuadrar a las mismas dentro del universo de los servicios de información actuales.

Hoy, el usuario es el protagonista y pasa de ser un mero espectador y consumidor de lo que se le ofrece a convertirse en creador y generador de nuevos contenidos y servicios. Así se plantea un nuevo desafío adicional para las unidades de información: el manejo del intercambio de información entre pares. El *peer to peer*, donde las bibliotecas, archivos y centros documentales podrían tomar un rol destacado siendo escenarios de la generación de nuevos conocimientos.

¿Serán las bibliotecas y las diferentes unidades de información capaces de canalizar estas nuevas inquietudes? ¿Podrán asumir un nuevo rol y convertirse en un vehículo de generación de una “nueva colección” por, para y entre los usuarios? Una reflexión, en estas páginas.

Introducción

Hace algunos bastantes años, Séneca decía: Nunca tendrás vientos favorables si no sabes adónde vas. Si se relaciona esa frase con el origen del planeamiento estratégico, la relación es muy sencilla. Entonces la utilidad de un plan estratégico se remite esencialmente a la marcación de un rumbo; al establecimiento de objetivos y metas; a la identificación de oportunidades y amenazas del entorno; al razonamiento claro de las fortalezas y debilidades; a la generación de políticas que contribuyan a reducir la brecha entre lo que SE TIENE (dónde estamos) y lo que SE QUIERE (dónde queremos ir). Contribuye al establecimiento de la hoja de ruta que permite, paso a paso, alcanzar el horizonte definido.

En la puesta en marcha de lo planificado seguramente nos enfrentemos con distintos problemas. Si utilizamos metáforas náuticas, las dificultades serán *vientos de frente*, y las oportunidades serán *vientos de cola* que nos llevarán hacia el destino final más fácilmente. De cualquier manera, dado que no se pueden cambiar los vientos, sí se pueden ajustar las velas; queda en el *buen capitán* orientar el barco hacia el destino que se desea, aunque sea necesario *zigzaguear* para cambiar la trayectoria.

Esta secuencia de diseño de un plan estratégico determinado se puede armar “desde el escritorio”. Muchas veces el mismo consiste en un grupo de iluminados que, trabajando en equipo, se creen con la facultad de diseñar un plan para una unidad de información, una organización gubernamental, una comunidad, o un sector económico determinado hasta, inclusive, un país. El destino final de este tipo de planes (llamados comúnmente “planes libro”), solo consiste en los anaqueles de las bibliotecas, archivos o Institutos de Información.

¿Por qué sucede esto? Es muy fácil de explicar.

En la ejecución y puesta en marcha del plan, aparecen distintos actores políticos, económicos y sociales concretos, que ponen en juego sus propios intereses los cuales, en la mayoría de los casos son contrapuestos.

A modo de ejemplo, los directores de las bibliotecas quieren maximizar la cantidad de ejemplares de una colección, los empleados no quieren perder su empleo, los usuarios no quieren trasladarse a la biblioteca, los jubilados quieren que les presten más libros y por más tiempo, los políticos necesitan hacer actos públicos en una biblioteca para ganar el voto de los intelectuales.

El trabajar en equipo es clave; pero, más “clave” trabajar más allá del trabajo en equipo, saltar por delante del escritorio, conocer a los actores y sus circunstancias para sumarlos al emprendimiento colectivo.

En síntesis, podemos trabajar en equipo, pero si no incorporamos e integramos a los diferentes actores tal y como ellos son, las Unidades de información seguirán llenándose de papeles. Como plantea la canción de Los Beatles (traducción libre): “un hombre de ningún lado, sentado en un país que no existe, haciendo planes para nadie”). El planeamiento estratégico debe ser participativo, construido con rumbo y trayectoria, pero elaborado con la participación activa de todos los actores políticos, económicos y sociales. Uno de esos actores sociales y quizás el más importante sea el usuario con sus características y su contexto.

Solo de esa forma, se transformará en el plan de todos y para el nuevo usuario.

¿Qué sucede en las unidades de información?

En primer lugar se intenta comprender a las unidades de información, como las organizaciones que, dentro de una institución o en forma independiente, son las que se ocupan de la gestión de la información que se encuentra contenida en los distintos tipos de documentos (Centros de Documentación, Archivos y Bibliotecas) sea que estén en el soporte que se encuentren.

Se sabe que la información es, en la actualidad, la materia prima para la toma de decisiones, y esta se ha convertido en un recurso estratégico para muchos actores, hasta

Nowhere Man The Beatles

**He's a real nowhere man
Sitting in his nowhere
land
Making all his nowhere
plans
For nobody
Making all his nowhere
plans
For nobody
Making all his nowhere
plans
For nobody**



convertirse en uno de los ingredientes fundamentales para que todo país busque su desarrollo cultural.

Este mundo, con exceso de información, plantea el reto de convertir la cantidad de información en información de calidad para que la misma pueda ser utilizada por todos sus usuarios mencionados y potenciales.

Actualmente, la información nos alcanza de las formas más diversas, y es por ello que existen disciplinas científicas muy precisas cuyo objetivo es trabajar en forma científica con la información, motivo por el cual se las conoce como Ciencias de la Información y comprenden a la Bibliotecología, la Archivología y a los Centros de Información o Documentación, la Museología y la Informática. Todas ellas tienen a la información como materia prima y ofrecen servicios diferentes a sus usuarios.

No debemos olvidar el rol de los profesionales que trabajan en estas unidades de información quienes son intermediarios fundamentales entre los documentos-información-usuario. Como plantea el autor Sagi-Vela (2004) se llaman competencias al:

conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que aplicadas en el desempeño de una determinada responsabilidad con aportación profesional asegura el buen logro". Sin embargo, aparte de estas tres condiciones también aparece un "por qué", es decir debe existir un sentido del trabajo que se desarrolla, conocer su finalidad, para ser integrado al plan estratégico. (Sagi vela, 2004, p.2).

Estas competencias, deben ser comunes a todos los profesionales de la información que desempeñan funciones en cualquiera de las Unidades que han sido mencionadas. Solo así se convertirán en un valor agregado para el usuario.

¿Un nuevo usuario de la información?

En la actualidad, el usuario ha dejado de ser un simple consumidor de los servicios de las unidades de información, para pasar a ser un colaborador, un *prosumidor*, neologismo que combina productor con consumidor, tanto de las organizaciones como de la información. Es decir, las instituciones y su personal ya no son "los" dispensadores y mediadores entre los usuarios y la información sino que se han convertido en un distribuidor más, una entidad que comparte información y necesidades también.

A modo de ejemplo la biblioteca, en tiempos de desarrollo social de la web, ha pasado a ser un usuario más entre los usuarios. Por lo tanto su gestión ha dejado de ser unidireccional, es decir hacia y por el usuario, y ha derivado en una gestión distribuida con el usuario.

Hay que considerar que no solamente la información fluye hoy en todas direcciones. Las “gestiones” de las unidades de información pueden también ser participadas por los usuarios.

Por ejemplo, las herramientas tecnológicas actuales posibilitan colaborar en la interfaz del sitio web de la biblioteca, ya sea en tareas de referencia, como en la formación de otros usuarios, en la promoción de los servicios, en la animación a la lectura, y hasta en la clasificación de los recursos.

¿Los booktubers y bookstagrammers: nuevos referencistas?

Hoy existe un fenómeno que cada día gana mayor cantidad de adeptos y parece imparable dentro del mundo editorial: los *booktubers* y *bookstagrammers* son adolescentes o jóvenes que recomiendan libros a los adolescentes.

Son quienes conversan, a modo de los referencistas tradicionales, en su plataforma YouTube o Instagram acerca de libros. Ellos son, a la vez tanto intermediarios como críticos y llegan, en algunos casos, a convertirse en autores. Si la recomendación de un booktuber es buena, no sólo es positiva en relación a la venta y valor de la obra sino que, bien hecha desde lo creativo lo visual, genera tendencia.

Es por esta razón que las editoriales les mandan libros regularmente y generan reuniones a modo de observatorio de tendencias para su marketing que resultan fundamentales para el mercado de libros futuros. Dado que las editoriales, tienen que seguir conquistando a los adolescentes constantemente porque estos se aburren y les deja de llamar la atención algo rápidamente. Hacen Booktrailers para promocionar o anticipar un libro, muchas sagas tienen sus versiones en películas o series de televisión. También se hacen eventos exclusivos en las librerías; decoradas especialmente (ambiente acorde) al lanzamiento de un nuevo libro.

Si se busca la definición de la labor del referencista, la misma reza:

Bibliotecario Referencista. Persona que ayuda, instruye y asesora a los usuarios para acceder al conocimiento solicitado, brinda una asistencia completa para satisfacer las necesidades de información de un usuario en la búsqueda de Información, debe conocer

el perfil del usuario, edad formación, idiomas. Tiene que estar informado de los cambios de la realidad del mundo que lo rodea; debe actualizarse sistemáticamente a través de las fuentes existentes del conocimiento.(EcuRed, s.f.)

¿Similitudes? ¿Diferencias?

El pasar de una biblioteca para el usuario a una biblioteca con el usuario, requiere reconocer el cambio de paradigma. A lo largo de la historia, las unidades de información se han venido adaptando a nuevas modalidades de atención al usuario que, como vimos, presentan distintos tipos, necesidades y gustos. Pero estas modificaciones han sido siempre desde el enfoque de la institución como proveedora y mediadora de información.

El cambio hoy es disruptivo; involucra otro concepto diferente de organización, de institución, de gestión. Un cambio de postura respecto al usuario. En síntesis, otra actitud.

¿El ebook, los blogs y la web 2.0: la nueva colección?

Hay que rendirse ante la evidencia: el ebook ha venido para quedarse. No significará que se desterrará al papel ya que aún es difícil saber cuál será el formato definitivo que adopte el libro —si es que habrá alguno—, ya que junto a un PDF que se presenta cada vez más flexible, los productos transmedia y los libros-aplicación todavía hay mucho que decir y escribir.

Lo cierto es que cada son más los lectores que utilizan dispositivos tecnológicos con lo cual se generan nuevas oportunidades para las unidades de información. Los requisitos de equipamiento pueden suponer, en relación a los instrumentos intermediarios y la calidad de la experiencia de los lectores, una dificultad, pero se deben reconocer las ventajas que el formato digital plantea para universalizar el acceso a la lectura.

Hoy el foco de atención migra desde la colección actual, tal y como se la conoce, en forma física o virtual, hacia la integración bidireccional y en forma de red con el usuario.

Es aquí donde cobra real importancia la disponibilidad de información a través de diferentes redes, conexiones e intercambios.

“Una biblioteca del siglo XXI es mucho más de lo que contiene”

(Natalia Arroyo y José Merlo Vega).

Esta “nueva colección” responde a las necesidades e intereses de los nuevos usuarios ya que permite extender sus alcances, surge de herramientas que ya están aceptadas y son utilizadas por la mayoría y le otorga a la unidad de información otra visibilidad y posicionamiento. Por otra parte permite la optimización de los servicios en forma eficaz y eficiente ya que es económica en los costos de implementación, aprendizaje y uso.

La información entonces, fluye en todas direcciones por dentro y fuera de la unidad porque traspasa y conecta con todo el mundo y el conocimiento.

El personal de la unidad de información y el usuario se integran y colaboran en el desarrollo y distribución de la nueva colección de información y conocimiento donde los límites pasan a estar donde los usuarios puedan conectarse. Integrar, construir, compartir, colaborar, conectar... palabras claves del nuevo paradigma informacional.

EL NUEVO CONSUMIDOR DE INFORMACIÓN

Como se señala anteriormente, en el ámbito de la documentación se entiende al consumo de información como la acción de buscar y recuperar datos con la finalidad de dar respuesta a una necesidad o interés informativo. No se puede hablar, en consecuencia, del consumo de información sin vincularlo necesariamente a las características del usuario. El consumo informativo nos brinda datos sobre cuáles son las acciones que realiza el mismo y cuáles son sus habilidades informativas.

Ahora bien, la unidad de información hoy se pregunta sobre el significado de la incorporación de datos sobre la actividad informativa real y de qué forma darle utilidad al conocimiento mismo tal y como para completar su perfil a priori.

Al decir de Ortega Santamaría (2007), el nuevo perfil del usuario requiere:

Difundir compartir o intercambiar recomendaciones, hábitos de consumo y de navegación, opiniones, comentarios, documentos, servicios... implica inevitablemente mostrar capacidad para comunicarse con cierta coherencia, ser respetuoso con los demás, o conocer las normas y convenciones establecidas en cada caso. Esto lo saben muy bien los usuarios que muestran una actitud 2.0 de las nuevas aplicaciones y herramientas que están surgiendo cada día.

Sin embargo el rasgo más distintivo de estos nuevos usuarios no es tanto lo que saben o dejan de saber sino el modo en que lo comunican.

Saben lo que buscan antes de encontrarlo y su abundancia de capacidades y su disposición e iniciativa les permite crear e inventar nuevas posibilidades así

como construirse una identidad virtual cada vez más verdadera, creíble y cercana a la identidad real.(Ortega Santamaria,2007, p.11).

Por el planteo anterior se sabe que, en la actualidad es posible técnicamente, conocer cuál es la actividad de un usuario y poder extraer un comportamiento informativo concreto. Se sabe cuál es el buscador que más consulta; se puede deducir, partiendo del registro de palabras clave introducidas, cuáles son los temas o aquellas necesidades informativas puntuales que intenta resolver así como cuáles son los recursos que mayormente utiliza en un período de tiempo.

Sin embargo, ¿qué hace la Unidad de Información con toda esa información? Este cambio no es sólo tecnológico. Si bien, las facilidades tecnológicas actuales ayudan, si el personal de las mismas no está impregnado de las actitudes 2.0 que resultan imprescindibles no hará suyas las facilidades disponibles en la web.

Este planteo conduce a la puerta de otro gran desafío: las actividades que le permiten gerenciar las comunicaciones y la información entre los usuarios por parte de la Unidad de Información.

EL NUEVO DESAFIO; El peer to peer en las unidades de información

El término *peer to peer*, p2p, es el término en inglés que corresponde a la expresión en español *par a par*. La definición de este concepto se conecta con la de una red de computadoras en la que todas o algunas de sus propiedades funcionan sin servidores fijos ni clientes, sino que se componen de una serie de nodos que tienen un comportamiento igual entre sí. De allí radica su nombre red de pares o iguales. Este tipo de funcionamiento tiene la particularidad de permitir el intercambio directo de información, adoptando cualquier formato, y entre todas aquellas computadoras que estén interconectadas.

“La auténtica revolución 2.0 es la nueva concepción que se tiene de los usuarios, de manera que interactúen entre ellos y con el personal de la biblioteca”
(Dídac Margaix)

La web 2.0 o web social es, como ya se ha visto, aquella la Internet de segunda generación en donde los usuarios son quienes generan gran parte de los contenidos. Esto, además, permite la formación de comunidades en donde los usuarios comparten el contenido que han creado y se relacionan entre ellos de forma colaborativa. Sólo basta ver los blogs, las redes sociales, las wikis y recientemente el microblogging para

comprender su comportamiento e inquietudes. Por lo tanto las Unidades de Información 2.0 tendrán indefectiblemente que subsumir la necesidad de una mejora continua, la apropiación de las TIC's, tener confianza en los usuarios y poder brindar herramientas para el aprovechamiento de la inteligencia colectiva.

En esta sociedad globalizada, la conformación de redes de conocimiento nuclea al hombre como productor de conocimientos y reafirman su necesidad de compartir, intercambiar y transferir lo que aprende y lo que crea (conocimiento), teniendo como base la posibilidad de interactuar a partir de una plataforma tecnológica. Esto potencia el intercambio de información/conocimiento, además de su producción, distribución, almacenamiento, transferencia no restringiendo el acceso y análisis de los conocimientos que ya hayan sido producidos por el hombre de manera sistemática. Paralelamente también existe el interés personal o grupal de compartir datos cualquiera sea la índole de los mismos y a través de cualquier medio, con el objetivo de desarrollar sus capacidades internas de creación, y entendimiento así como transformación de la realidad que lo rodea.

Estas redes de conocimiento plantean no solamente una relación de unión intergrupala u organizacional en la búsqueda de diferentes objetivos comunes que son mediatizados a través del intercambio de información y los procesos de conocimiento.

Por otra parte también las redes tienden a agruparse con otras distintas redes formando comunidades, que están fuera del contexto donde se inician y se van multiplicando a medida que la relación avanza en el tiempo y se maximiza su interconexión tecnológica.

En definitiva, estas comunidades no son sólo acontecimientos puntuales de interés común, sino que están enfocadas a los aspectos más prácticos de un tema, las nuevas herramientas, los problemas cotidianos, las cosas que funcionan o no, los desarrollos de campo.

Los usuarios que participan en ellas lo hacen porque obtienen un real valor agregado.

La visión de este tipo de comunidades es la de crear espacios donde se interrelacionen y conozcan expertos y no expertos, investigadores y usuarios de todo tipo, empresas e individuos especializados en diversas áreas temáticas. Con ese fin, permiten la comunicación continua y confidencial entre sus distintos componentes

generando el consiguiente agregado de valor que es consecuencia de este tipo de interrelaciones.

En este contexto nos planteamos si las Unidades de información pueden y deben hacerse cargo de estos nuevos servicios y aprovechar el poder de la comunidad. Nos preguntamos si las mismas podrán re-convertirse en productoras/generadoras de contenidos dejando de ser solamente facilitadoras de información.

Pero aún más importante: ¿los profesionales de la información tienen la suficiente capacitación y conciencia para comenzar a trabajar con estos nuevos servicios?”

CONCLUSION

Dentro de toda Unidad de Información se distinguen tres elementos fundamentales:

- Colección.
- Organización.
- Uso.

Estos elementos son acompañados por un cuarto factor que es el personal encargado de su gestión y que constituye una pieza clave del conjunto.

En esta oportunidad se ha abordado el tema del *nuevo consumidor de información*, que requiere un uso diferente de la misma, donde es, a la vez, usuario y productor.

Por otro lado, se habló del tema de la *nueva colección* conformada por elementos convencionales y no convencionales cuya gestión constituye uno de los nuevos desafíos para quienes conforman y gerencian las Unidades de Información.

Como plantean Seoane y Barrero (2007): “¿Deben estos nuevos servicios ser “adoptados” por el personal de la Unidad de información? ¿Cómo podemos aprovechar el poder de la comunidad? ¿Debe la biblioteca convertirse en productora de contenidos? ¿O debe solamente facilitar el flujo de información?”

El desafío está planteado. Y recién está comenzando.

Referencias

- Álvarez Maraño, G. (2010). *Amenazas 2.0 para la Biblioteca 2.0*. España, Recuperado de www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/2010/CongresoBP/GonzaloAlvarez.pdf.
- Arroyo, N. y Vega, J. (2010). *La biblioteca como usuaria de la web 2.0*. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/9523/>.

- Cardoso, F. (2011). *Importancia de las unidades de información: sus semejanzas y diferencias*. Argentina. Recuperado de <http://www.archiveros.info/profiles/blogs/importancia-de-las-unidades-de>
- Castañeda Pérez, M. y Pérez Rodríguez, C. (2005). Aspectos teórico-conceptuales sobre las redes y las comunidades virtuales de conocimiento. *Acimed*, 13(6). Recuperado de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_6_05/aci020605.htm
- Dídacmargaix, A. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*,16(2), 95-106. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/9521/>
- Ibañez Hernandez, R.(2016). Ebooks, editoriales y bibliotecas. *Bibliogtecarios*. Recuperado de <http://www.biblogtecarios.es/rafaelibanez/ebooks-editoriales-y-bibliotecas/>
- Libertella,M. (07,05,2016). Los booktubers ya tienen su cumbre y su premio. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/cultura/booktubers-cumbre-premio_0_N18aTLwZZ.html
- Manchón, E. (11, 02, 2003). La evolución del perfil del usuario medio. *Alzado*. Recuperado de http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=114
- Martínez Avedillo, J. (2006). *Web 2.0*. Recuperado de <http://observatorio.cnice.mec.es/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=398>
- Martínez, G. (2003). El consumo de información: una primera aproximación al concepto. *hipertext.net*, (1). Recuperado de <http://eprints.rclis.org/9085/>
- Ortega Santamaría, S. (2007). Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0. [Exclusivo en línea]. *No solo usabilidad*. Recuperado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>.
- Quees.La (s.f) ¿Qué es p2p?. *Diccionario Actual*. Recuperado de <http://quees.la/p2p/>
- Rodríguez,D. (2009) Biblioteca 2.0: mezcla de cambios, protagonismos y oportunidades. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/13741/>
- Sagi-Vela Grande, L. (2004). *Gestión por competencias: el reto compartido del crecimiento personal y de la organización*. México: ESIC.

Seoane Garcia, C. y Barrero Robledo, V. (febrero, 2008) La evolución de los servicios de referencia digitales en la Web 2.0 Trabajo presentado en VIII Congreso de ANABAD, Madrid (España). Recuperado de <http://eprints.rclis.org/12498/>.

Vállez, M. (2009). Las bibliotecas en un entorno Web 2.0. *Hipertext.net*, 7. Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/bibliotecas-2.0.html>.

Autores

Alejandra Cristofani

Licenciada en Administración (UBA, 1990) Master in Business Administration, Orientación Negocios Internacionales (UP, 2002). Profesora la Universidad de Palermo en el Área de Licenciatura / Maestría y el de Negocios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Es docente de otras Universidades e Instituciones. Fue Coordinadora del Área de Comercialización de la Facultad de Diseño y Comunicación. Es responsable del área de Proyecto Incubadora de Empresas dentro del Equipo del Ciclo de Desarrollo Profesional de la UP. Actualmente es asesora de instituciones en áreas de capacitación y marketing. Asesoramiento en Seguros Internacionales y Marketing. Trainee Gerencial. Publicó varios artículos. Recibió el Reconocimiento a la Trayectoria Docente por Universidad de Palermo en el año 2004. Forma parte del Cuerpo Académico de la Maestría en Gestión del Diseño.

Miembro del Comité de Honor DC.

Pertenece a la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1991.