

Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas

MÓNICA IZQUIERDO ALONSO
Fundación Séneca, Grupo Semiodoc, Fac. de Ciencias
de la Documentación, Universidad de Murcia, España
E- mail: semiodoc@ fcu.um.es

RESUMEN

Ante la ausencia de un *corpus* conceptual claramente reconocible, este trabajo pretende asentar las bases conceptuales y metodológicas para un estudio sistemático del usuario de información. En esta línea argumental, se propone un marco teórico integrador para el análisis global del usuario dentro del proceso informativo-documental desde presupuestos interdisciplinares. Se incluye también una caracterización de los estudios de usuarios teniendo en cuenta los objetivos, alcance y situación actual de este tipo de estudios, así como su relación con otras disciplinas próximas. El trabajo concluye con la propuesta de un modelo metodológico, desde la óptica de la pragmática del discurso documental, basado en el análisis de los autores, las categorías de documentos, los tipos de usuarios y las relaciones en esta tríada.

AN INTERDISCIPLINARY APPROACH TO THE STUDY OF THE END USER
OF INFORMATION: CONCEPTUAL AND METHODOLOGICAL BASES
MÓNICA IZQUIERDO-ALONSO

ABSTRACT

In response to the lack of a clearly recognizable conceptual body of literature on information users, the author shall attempt to establish the conceptual and methodological bases for the systematic study of information end users. To this end, an integrating, theoretical framework is proposed in order to achieve an in-depth, interdisciplinary analysis of the information end user working within the documentary-informational process. A description of the scope, situation and objectives of the literature on end-users is also provided, including a discussion of related disciplines. The paper concludes with a methodological proposal, from pragmatic approach to documentary discourse, based upon an analysis of the authors, the classes of documents, the kinds of users, and an analysis of the relationships within this triad.

Artículo

Trabajo recibido
el 21 de abril de
1999

*

Trabajo aceptado
el 25 de mayo
de 1999

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende servir de introducción general y elemental a la conceptualización del usuario y al análisis de su contexto interdisciplinar. No es ni una presentación del “estado de la cuestión” propiamente dicha ni una introducción en profundidad a todo el amplio campo del ámbito del usuario. Surge ante la detección, por nuestra parte, de una significativa ausencia de un *corpus* conceptual claramente reconocible en los estudios de usuarios, y la necesidad consecuente de asentar unas bases epistemológicas que sustenten una verdadera teoría documental de la recepción.¹

El usuario y el uso de la información documental son hoy en día el centro de las preocupaciones de los sistemas de información. Los estudios de usuarios se han convertido, pues, en muy poco tiempo, en uno de los temas centrales de investigación,² generado una gran profusión de resultados empíricos o prácticos y, en menor medida, una reflexión teórica rigurosa por parte de los investigadores y profesionales de la información. Los estudios de usuarios comenzaron desde el momento de su nacimiento a diversificar sus objetos de estudio, sus campos o áreas de aplicación y los métodos de investigación, de modo que actualmente existe una multitud de modelos que atienden a fenómenos puntuales muy variopintos que sólo comparten entre sí el pertenecer al dominio del usuario. Por otra parte, creemos preciso señalar la excesiva importancia dada a los aspectos cuantitativos relacionados con estos estudios, en detrimento de valoraciones cualitativas más exhaustivas. Este tipo de datos, aunque necesario y sin menosprecio de las áreas en las que se aplica, no es suficiente para explicar el funcionamiento de los servicios documentales y la dinámica de una transferencia óptima de información. Y más si consideramos que debemos operar con conceptos “subjetivos” como satisfacción, necesidad, demanda, y con toda una serie de procesos y actividades mentales relacionados con ellos.

Por todo lo dicho anteriormente, postulamos la necesidad de un enfoque interdisciplinar para el estudio de los usuarios de información, desde el ámbito de las Ciencias de la Documentación (centrándonos en la relación comunicativa en que ocurre el fenómeno documental), que recoja las distintas aportaciones teórico-metodológicas de las técnicas y de la investigación de mercados, así como de la evaluación

- 1 El discurso teórico y las propuestas metodológicas presentadas en este artículo se enmarcan dentro de una de las líneas de investigación del Grupo SEMIODOC, de la Universidad de Murcia, que atiende a la creación de una Teoría Pragmática del Discurso Documental en la que se atiende al análisis de la relación interdependiente entre el documento (y su contenido informativo) y cada uno de los actores del proceso informativo-documental (autor, intermediarios, usuario final).
- 2 Durante esta última década se han sucedido una serie de acontecimientos que han influido directamente en la consolidación de la disciplina que nos ocupa: la proliferación de la literatura, la progresiva inclusión de este tipo de estudios en los planes de estudio de las universidades, y la asidua presencia del tema del usuario en los foros de debate de las asociaciones profesionales, en los que se ponen sobre la mesa preguntas, problemas y expectativas que debe afrontar el estudio sistemático del usuario.

institucional; los modelos explicativos de la psicología cognitiva y ciencias afines; las técnicas y métodos de la investigación social, los modelos pragmalingüísticos; etcétera. Y todo ello, desde una complementariedad de enfoques, si es que aspiramos a tener una teoría suficiente y adecuada del usuario.

LA CONSTRUCCIÓN DEL CONTEXTO TEÓRICO DEL USUARIO. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

Las reflexiones teóricas relacionadas con el ámbito del usuario son escasas e insuficientes. Desde este presupuesto básico, abogamos por la necesidad de hacer una reflexión teórica y metodológica paralela y complementaria a la pura mecánica de la investigación práctica. Una vez hecha esta observación, en este apartado nos centraremos en cuestiones de tipo conceptual y denominativo. Prestaremos también especial atención a la naturaleza multidimensional del usuario como uno de los criterios básicos desde los cuales se han de fundamentar las propuestas taxonómicas de los tipos de usuarios.

Reflexiones en torno al concepto de usuario. Un problema previo de terminología

Las dificultades surgen desde el mismo momento de la conceptualización y denominación del término en cuestión, dada a la diversidad de acepciones y la duplicidad de valores coexistentes para designar el objeto de estudio. El uso polisémico de los términos, así como la falta de sistematización de los distintos significados, impide una clara conceptualización del mismo. Esta situación poco definida ha contribuido a la dispersión de enfoques a la hora de examinar el fenómeno del usuario. Aunque el término más aceptado es el de “usuario”, la figura de éste ha recibido varias acepciones (destinatario, receptor de información, cliente, consumidor de información, usuario interno/ externo, usuario real / potencial, etcétera), y existe una clara matización respecto al contenido o a lo que designan los distintos conceptos, según veremos a continuación, aunque todos ellos ofrecen un sustrato común.

Desde la perspectiva etimológica, la palabra “usuario” procede del vocablo latino “*usuarius*”. La raíz del término deriva a su vez de “*usus*” (uso) participio de “*uti*” (usar). El sufijo “ario” es una forma de nombre de la persona a cuyo favor se realiza algo. Tras esta breve nota sobre las raíces morfológicas y etimológicas del término, recogeremos las acepciones más comunes que de la palabra “usuario” nos ofrecen algunos diccionarios. El Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 1992),³ al margen de la acepción jurídica del término, que no se ajusta a nuestros intereses, recoge la siguiente definición para usuario: “Que usa *ordinariamente* una cosa.” La

3 Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*, 20ª ed., Madrid: Espasa-Calpe, 1996, Tomo II, p. 1360.

definición del diccionario ideológico de Julio Casares (1988)⁴, se asemeja en su contenido a la presentada por el diccionario de la RAE: “Que usa *ordinariamente* una cosa o se sirve de ella”. Se observará que en estas dos primeras definiciones el uso se halla matizado por un carácter temporal de asiduidad y frecuencia. Es un uso reincidente. María Moliner (1988)⁵ ofrece dos acepciones del término. En una primera “*se aplica a las personas que usan cierto servicio;*” para la segunda “*se aplica al que disfruta el uso de cierta cosa*”. En esta última definición, se restringe el campo semántico temporal del término y se amplía el objeto de uso: un servicio o una cierta “cosa”. En un intento de abstracción podemos sustituir el término “cosa” por el de producto o bien informativo y determinar el tipo de servicio al que está destinado el uso: un servicio de información. Así pues, nuestro primer ensayo de definición quedará del siguiente modo. Un usuario de información será “todo aquel individuo que usa o utiliza un servicio de información o que disfruta el uso de un producto o bien informativo.”

Los diccionarios y léxicos especializados en documentación, también aportan algunas definiciones específicas. Para Martínez de Sousa (1993)⁶, un usuario es toda “persona que utiliza los servicios que puede prestar una biblioteca, centro de documentación o un archivo”. Domingo Buonocuore (1976)⁷ caracteriza al usuario de una biblioteca como “... la persona que hace un aprovechamiento intensivo, activo y asiduo ... de sus servicios”. El autor hace una diferenciación entre usuario y lector, y señala la inadecuación del término cliente como anglicismo adoptado para definir al usuario.

La Association Française de Normalisation (AFNOR)⁸ se refiere al término como usuario final (*utilisateur final*), y lo define como “usuario que busca información para su propio uso”, diferenciándolo del usuario intermediario (*utilisateur intermédiaire* o *courtier*) concebido como enlace o agente en los procesos de transferencia y gestión de información. Generalmente, este usuario intermediario se refiere a las empresas u organismos comerciales intermediarios entre el servidor y el usuario.

Desde el ámbito anglosajón se ofrecen similares definiciones. El glosario de la ALA⁹ no recoge el término, aunque incluye otros relacionados como *user group*, *user education* o *user profile*.

Tras esta elemental presentación lexicológica podemos inferir algunos elementos fundamentales y característicos del usuario de información: a) la utilización de un servicio de una unidad de información; b) el uso de un producto informativo, y c) el

4 Julio Casares. *Diccionario ideológico de la lengua española*. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1988, p. 849.

5 María Moliner. *Diccionario del uso del español*. 2 T. Madrid: Gredos. - (Biblioteca Románica Hispánica V. Diccionarios, 5), 1988, p. 1427.

6 José Martínez de Sousa. *Diccionario de Bibliología y Ciencias afines*, 2ª ed. aum. y act. Madrid, etc: FGSR; Madrid: Pirámide, 1993. - (Biblioteca del libro; S), p. 861.

7 D. Buonocuore. *Diccionario de Bibliotecología ...*, 2ª ed. aum. Buenos Aires: Marymar, 1976, pp. 419-120.

8 AFNOR. *Vocabulaire de la Documentation*, 2ª ed. París: AFNOR, 1987, p. 119.

9 *Glosario ALA de Bibliotecología y Ciencias de la Información*. Madrid: Díaz de Santos, 1988, p. 361.

hábito o frecuencia con que se acude a dicho servicio o con el que se usa dicho producto. Así pues, podemos definir al *usuario de información* como “aquel individuo que necesita información para el desarrollo continuo de sus actividades, ya sean profesionales o privadas, y que como tal utiliza un servicio o hace uso de un producto informativo.” Según esta definición todos los seres humanos somos usuarios de información. La información es la base esencial del progreso de la sociedad y la necesitamos constantemente para poder llevar a cabo las múltiples actividades que realizamos cada día. De este modo, necesitamos información puntual y práctica sobre una dirección, sobre una persona, o un organismo concreto; necesitamos una información cronológica determinada o sobre un acontecimiento de actualidad. Asimismo, necesitamos también información para tomar una decisión importante, o para satisfacer una curiosidad intelectual o estética.

La cuestión terminológica y conceptual se complica ante la afluencia de expresiones o significantes con los que se denomina adicionalmente al usuario (receptor, destinatario, cliente, consumidor de información). Esta imprecisión terminológica se acrecienta con los distintos matices existentes dentro de estos mismos términos. Así, se habla de usuario potencial y real, de usuario interno y externo, de usuario final o usuario intermediario, y de broker o courtier. Haremos una breve revisión de todos ellos con la intención de fijar los términos.

Desde los modelos de la teoría de la comunicación y la teoría de la información se emplean la expresiones *receptor* y *destinatario* de información. Dichos términos no son incluyentes, pues si bien todo destinatario es un receptor de información no todo receptor tiene porqué ser el destinatario, y consiguientemente usuario, de una determinada información.

Esta acepción no ha calado muy hondo en el ámbito de las Ciencias de la Documentación¹⁰ y de ahí que, en principio, el término *usuario* sea el más difundido. Se podría emplear también la palabra “*cliente*” o “*consumidor de información*,” los tres términos representan las funciones que debe cumplir un sistema de información encargado de la recepción, tratamiento y difusión de la información con el fin de satisfacer las necesidades informativas de una determinada comunidad. Es decir, el sistema de información debe poder ser “utilizado” en su dimensión de generador y transmisor de información, debe “estar al servicio del público” y debe “suministrar” los productos “puestos a la disposición de” este mismo público para satisfacer una necesidad de información.

‘Cliente’ y ‘usuario’ son dos términos utilizados con el mismo valor, aunque éste no sea real. Si bien, el término usuario es de uso muy generalizado a nivel documental, no

10 Salvo en el uso de modelos para la explicación del fenómeno informativo-documental basados en los principios teóricos de las Ciencias de la Comunicación y de la Información. Cfr. el modelo de comunicación propuesto por J.M. Izquierdo Arroyo: “La Ciencia de la búsqueda secundaria I. Razón y misión de la CBS”. En: *Documentación de las Ciencias de la Información*, 13, 1990, pp. 87-111. Ver también del mismo autor: “*Sobre la transducción (Meditaciones semiológicas)* I: *Transmisión y Desustanciación*”. En: *Boletín Millares Carlo*, 1/1, 1980, pp. 179-218.

estamos muy acostumbrados a emplear el término *cliente*; quizás por el matiz de interés *económico* que denota, aunque su uso se halle muy extendido en el ámbito de la gestión empresarial, para el cual los usuarios son clientes y deben ser tratados como tales. En la literatura anglosajona el uso de la expresión “customer” o “client” en sustitución de “user” o “patron” resulta significativo. El término cliente identifica a personas que utilizan un servicio y por lo tanto manifiestan interés en la *variedad y calidad* de la oferta disponible. Es un término importado del sector mercadotécnico, junto con otros como necesidad, satisfacción, producto o mercado. Su uso comienza a generalizarse a finales de la década de los ochenta como elemento esencial de la calidad total, entendida como una filosofía de gestión orientada hacia la consecución de un único objetivo: la satisfacción total del cliente/usuario y, algo mucho más importante, de sus expectativas. La idea de cliente aporta un valor añadido a la significación de usuario. Ya no sólo se hace referencia al hecho de un determinado uso de una información, sino que se contemplan también las relaciones del cliente-usuario con el profesional del centro de información. Ya no se concebirá al usuario como un elemento ajeno al sistema de información sino que el cliente se integrará en el ciclo de la gestión de calidad y se le considerará como el eje central del sistema de información.

Junto a la generalización del término cliente, dentro de la “cultura” de la mercadotecnia, la gestión organizacional y la filosofía de la gestión de calidad, se amplía el sentido del mismo, y se establece también una diferenciación entre el *cliente externo* y el *cliente interno* (personal, profesionales del servicio o de la unidad de información). El principio básico de la calidad no sólo buscará la satisfacción de las exigencias y necesidades de los clientes externos sino también la satisfacción del personal de la organización, motivándolo en el desarrollo de las habilidades personales y profesionales, fomentando su participación y potenciando su excelencia organizativa.

Surgen también especificaciones del término para diferenciar a aquellos usuarios que conocen y utilizan el servicio de quienes no lo hacen. La IFLA extiende la acepción dada al concepto de usuario a “todos los beneficiarios en potencia, y no sólo a los que utilizan los servicios en un momento determinado.” Sanz (1994)¹¹ define al *usuario potencial* como “aquel que necesita información para el desarrollo de sus actividades pero que no es consciente de ello,” y quien por tanto no materializa su necesidad en una demanda. El *usuario real* “no sólo es consciente de que necesita información sino que la utiliza frecuentemente.”

Otro de los problemas conceptuales radica en la situación del usuario dentro de la realidad del proceso informativo-documental. Para algunos, el usuario sólo aparece al final de la cadena documental cuando se obtiene el documento en el servicio de préstamo o en el momento de la búsqueda bibliográfica (usuario final). En los sistemas que distribuyen grandes bases de datos legibles por ordenador, el usuario (broker,

11 Elías Sanz Casado. *Manual de estudio de usuarios*. Madrid; Salamanca: FGSR; Pirámide, 1994, p. 19.

courtier)¹² es la persona que consulta la información; de ahí que en la práctica a menudo sea éste un especialista o profesional de la información (usuario intermediario). Algunos ven en el usuario tanto al cliente de los servicios de información como al productor o generador de información. Otros lo incorporan al sistema de información como productor y cliente, o como enlace o agente de ciertos procesos de gestión y de transferencia de información. En cualquier caso, para definir al usuario es importante no perder de vista su *multiplicidad de funciones*. No debemos olvidar que las actividades de cada persona en materia de información son fluctuantes y complejas, y que *el papel del usuario se sitúa en varios niveles*. Así, y tomando como ejemplo el caso de un investigador científico, éste podrá ser a la vez, y casi siempre simultáneamente: un *productor de información* por los artículos que escribe y que posteriormente serán tratados en la unidad de información; un *usuario* de los servicios de búsqueda bibliográfica cuando necesite localizar una documentación para preparar su investigación; un *agente de tratamiento* para la unidad de información en el caso de la realización de resúmenes de autor, y un *agente de difusión* gracias a la habilidad para transmitirle mensajes a cierto público, en determinados contextos o situaciones.

El fenómeno multidimensional del usuario de información

De todo lo anterior se deduce que no podemos aproximarnos al usuario, sin establecer un perfil definido. Ahora bien, coincidimos con Guinchat y Menou¹³ en que una de las dificultades a la hora de definir los perfiles de usuarios radica en que, a menudo, se han tratado de definir éstos respondiendo a la pregunta: “¿la información para quién?”; y, dado que cada individuo tiene preocupaciones diversas, deberíamos reformularnos la pregunta en los siguientes términos: “¿la información para qué?”, es decir, “¿qué uso pretende dársele a la información?”. Es preferible preguntarse a *qué está destinada la información* y no a quién, ya que cada individuo puede incluirse simultáneamente en varias categorías. Así, cuando un investigador quiere preparar un proyecto de investigación no tiene las mismas necesidades de información, ni los mismos comportamientos, que cuando va a escribir un artículo para una revista especializada o cuando necesita información para impartir un curso sobre un determinado tema. Las necesidades de información cambian en función de las *tareas* realizadas y del *objetivo* y alcance de éstas. Así pues, el primer cometido será identificar los tipos de usuarios del centro implicado: ¿quién acude al centro, por qué y para qué?; determinar sus preferencias y expectativas; localizar sus hábitos informativos y detectar cómo perciben los problemas y qué necesidades proyectan a partir de ellos; definir los procesos que determinan la activación de su necesidad y los factores que

12 El *usuario intermediario* (courtier, broker) se sitúa entre los servidores de información y los usuarios, asistiendo a estos últimos en la selección y consulta de los bancos de datos. El término courtier se refiere más a un intermediario comercial entre el servidor y el usuario. (AFNOR, op. cit., p. 44).

13 Cfr. C. Guinchat y M. Menou. *Introducción General a las Ciencias y Técnicas de la Información y Documentación*, 2ª ed. corr. y aum., Madrid: Cindoc / UNESCO, 1992, p. 500.

hacen posible que su necesidad se formule y se transforme en demanda; identificar sus intereses y competencias cognitivas; considerar sus valoraciones u opiniones, y determinar cuál es el grado de satisfacción obtenido y/o esperado por ellos, etcétera.

Sin embargo estas variables subjetivas son de difícil objetivación, ya que el fenómeno humano es de naturaleza compleja, heterogénea y multidimensional. En consecuencia, las necesidades adquiridas, las condicionantes cognitivas que influyen en la percepción y en el procesamiento de la información, así como la valoración del grado de satisfacción obtenido, no son los mismos para los distintos grupos de usuarios, los cuales tienen intereses diversos. Incluso tales intereses varían dentro del propio sujeto, como veremos más adelante.

Delimitación de las categorías de usuarios

Teniendo en cuenta lo dicho, las categorías de usuarios pueden definirse en función de dos tipos de criterios: sociodemográficos y psicosociológicos.

1.- Los **criterios sociodemográficos** son los de más fácil identificación y cuantificación, y sus variables o manifestaciones son las más ampliamente tratadas hasta ahora para definir las categorías de usuarios. Entre ellos englobaremos:

- ❖ La categoría socioprofesional o el grupo de actividad al que pertenece el usuario (dirección, investigación, servicios, etcétera).
- ❖ El sector específico al que pertenece la rama de actividad desempeñada (administración, industria, agricultura, etcétera).
- ❖ El nivel de formación y responsabilidad del usuario (directivo, técnico, personal de administración, responsable principal de un equipo de investigación, becario de investigación, etcétera).
- ❖ La naturaleza de la actividad o el tipo de actividad para la cual se busca la información.
- ❖ El objeto de la relación con los sistemas de información.
- ❖ La conciencia del universo existente de recursos informativos, etcétera.

2.- Entre los *criterios psicosociológicos* incluiremos:

- ❖ Las actitudes y valores del usuario con relación a la información en general, y con las unidades de información de modo particular.
- ❖ Los factores que determinan su necesidad.
- ❖ El comportamiento que manifiesta el usuario hacia las unidades de información (respecto a sus productos y diferentes servicios).
- ❖ Las condicionantes cognitivas y afectivas del usuario (competencia cognitiva, condicionantes culturales, experiencia personal ante el uso de información, actitudes y criterios evaluativos, etcétera) y una valoración de todo esto.
- ❖ Los procesos de adquisición y procesamiento de la información, y un estudio de esto.

- ❖ Los fundamentos del desarrollo de la búsqueda de información y de comunicación de la información: cómo selecciona las fuentes de información, cómo formula sus preguntas, cómo escoge la información, preferencias por ciertos medios de información (determinados por la competencia cognitiva del usuario, los condicionantes temporales o espaciales, los socioculturales, etcétera), el grado de fiabilidad que le concede a las diferentes fuentes de información, las condiciones materiales y los hábitos de trabajo, y valoraremos todo esto.
- ❖ El uso dado a la información suministrada, etc. En el caso de la información científica, es preciso analizar todo el circuito de la información, desde su producción hasta los procesos de tratamiento y transferencia de información.

Pocas clasificaciones consiguen un consenso que resista al paso del tiempo y estén exentas de discusión. La mayor parte de las taxonomías presentan apartados de dudosa aceptación. No tenemos interés en ofrecer un vía única para tipificar los tipos de usuarios de información, antes bien proponemos la siguiente teniendo bien en cuenta que se trata de una relación de carácter descriptivo y orientativo. En ella pretendemos reflejar e incluir todo el contexto relacionado con el usuario ante el proceso comunicativo-documental al que nos venimos refiriendo (determinantes psicológicas, cognitivas, sociológicas, culturales, etcétera). Queremos subrayar el hecho de que hasta ahora se han tratado de definir los perfiles de usuarios atendiendo a *quién* es el usuario que acude al centro de información: ¿la información *para* *quién*?; y se han identificado cuatro categorías de usuarios en función de su actividad (el investigador científico; el personal técnico-industrial; el gestor, administrador o político; el docente y el estudiante; y finalmente el ciudadano de a pie u hombre de la calle).¹⁴ Sin embargo, dado que cada individuo tiene preocupaciones diversas, deberíamos reformularnos la pregunta del siguiente modo: ¿*qué uso* pretende darse a la información? ¿cuál es la finalidad a la que está destinada la información demandada?, puesto que cada individuo puede incluirse a la vez en varias categorías de usuarios. No debemos olvidar tampoco que las necesidades de información cambian en función de las actividades realizadas y del *objetivo* y el alcance de éstas; y así como no son las mismas para los distintos grupos de usuarios con intereses diversos, también varían dentro del propio sujeto dependiendo del entorno en el que se produce la necesidad y los objetivos que se pretenden conseguir.

14 Una de las tipologías sobre las que más se ha escrito ha sido la agrupación de los usuarios según su campo de actividad, y se han determinado las cuatro categorías señaladas. Los estudios de usuarios han demostrado que, en general, las pautas de comportamiento, hábitos y necesidades de información, dentro de determinados campos de afinidad, son similares. Esta clasificación constituye un primer punto de partida ya que permite distribuir a los usuarios de un modo homogéneo, lo que facilita su estudio, sin embargo debe ser completada con otros criterios de evaluación.

Cfr. E. Sanz. *Op. cit.*, pp. 38-44.

Teniendo en consideración todo lo señalado, nuestra propuesta taxonómica atiende a los cuatro siguientes criterios complementarios de clasificación:

- 1.- **Criterios referentes a las características pragmáticas de la situación comunicativa.** La información, los hechos, se comunican en un contexto social determinado y están dotados de una funcionalidad intencional. Asimismo, la búsqueda y recuperación de información también se realiza desde ciertos presupuestos intencionales y desde una situación comunicativa concreta.
- 2.- **Criterios referentes a las características propias del usuario** (incluyen variables sociodemográficas, y una serie de condicionantes cognitivas y afectivas que influyen en la percepción y en el procesamiento de la información así como en el índice de impacto de la satisfacción percibida).

Por lo común los usuarios siguen unas pautas de información muy generales dentro de determinados campos o áreas afines, gracias a lo cual se ha podido establecer una clasificación de los distintos grupos de usuarios, con el fin de facilitar su estudio. Así, tal y como señalan Guinchat y Menou,¹⁵ podemos distinguir tres grandes categorías según el *tipo de actividad desempeñada* por el usuario:

- ❖ Los que todavía **no pertenecen a la vida activa** (estudiantes y universitarios).
- ❖ Los que pertenecen a la vida activa y cuyas **necesidades informativas provienen de su profesión**. Éste tipo se clasifica de acuerdo con:
 - ◆ **Su función principal** (dirección, gestión y administración, docencia e investigación, etcétera).
 - ◆ **Su sector de actividad** y/o su especialidad (política, industria, agricultura, economía, tecnología, investigador en humanidades, ciencias sociales, ciencias experimentales, etcétera).
 - ◆ **Su nivel de formación y de responsabilidad** (directivos, técnicos, administrativos, miembros de un grupo de investigación, becarios de investigación, etcétera).
- ❖ El **ciudadano**, considerado bajo el aspecto de sus necesidades de información general, que están ligadas a la vida social.

En cada un de estos tres casos, y tal como señalamos anteriormente, el usuario o categoría de usuarios prefiere ciertos recursos de información que vienen determinados por su formación, posición jerárquica y relaciones laborales, condiciones materiales y hábitos de trabajo, condicionantes cognitivas, situacionales, etcétera.

15 Guinchat y Menou, *Op. cit.*, p. 499.

3 y 4.- **Criterios relacionados con el tipo de necesidad informativa generada y las características de la información requeridas para satisfacerla.**

- ❖ **Tipo de necesidad informativa:** información científico-técnica; información general; información de actualidad; información puntual y precisa sobre un dato de la vida social; información de divulgación; etcétera.
- ❖ **Uso al que está destinada la información:** aprendizaje, docencia, investigación, interpretación, toma de decisiones, etcétera.
- ❖ **Nivel de especificidad de la información suministrada:** divulgación, información de síntesis; información muy elaborada y específica; actualizaciones; información de alerta o puesta al día; información sobre el estado de una cuestión o materia; primera aproximación a un tema; información exhaustiva sobre todo lo publicado sobre una materia; información puntual y precisa; etcétera.
- ❖ **Tipo de recurso informativo a suministrar:** índices de citas y boletines de resúmenes; informes sobre patentes; catálogos de normas; informes técnicos; boletines informativos; catálogos comerciales; diccionarios, manuales y obras de síntesis; monografías especializadas; etcétera.
- ❖ **Naturaleza de la información y tipo de presentación de la misma:** textual, gráfica, factual, mixta.
- ❖ **Grado de elaboración de la información:** información primaria, secundaria o terciaria.

Criterios para una clasificación de los usuarios de información	
Características de la situación comunicativa	-Funcionalidad intencional y pragmática del contexto comunicativo
Características propias del Usuario de información	-Tipo de actividad desempeñada -Contexto cognitivo y contexto afectivo -Competencias comunicativas y discursivas
Características de la necesidad de información requerida	-Tipo de necesidad informativa -Uso al que está destinada la información
Características de la información a suministrar	-Nivel de especificidad de la información -Naturaleza de la información suministrada -Grado de presentación y elaboración de la información -Tipo de recurso informativo

OTRAS CUESTIONES TEÓRICAS CONCERNIENTES A LOS ESTUDIOS DE USUARIOS

Una vez revisados algunos de los principios fundamentales para la conceptualización del usuario, formularemos las bases necesarias para afrontar con sistematicidad y rigurosidad un estudio de este tipo. Nos enfrentamos a un campo de investigación amplio y variado, dada la propia naturaleza multidimensional del usuario. Trataremos de precisarlo, de circunscribirlo, a través de un análisis de conceptos y objetivos, así como del examen de los ámbitos o sectores de estudio en los que han podido desarrollarse sus características y manifestaciones más importantes. Señalaremos igualmente cómo pueden plantearse los estudios de usuarios desde la perspectiva de la pragmática del discurso documental.

Aproximación conceptual

Es difícil dar una definición exacta de lo que se entiende por un estudio de usuarios, ya que se trata de un fenómeno dinámico y complejo en el que intervienen un número importante de variables. El conjunto de las definiciones tiene un sustrato común; el estudio de la relación entre la información y el usuario. Difieren, sin embargo, los aspectos y las características que definen esta relación. Un grupo de definiciones centra su interés en el análisis de las características del uso de una determinada institución documental (biblioteca, centros de información, archivo o museo), o de un determinado servicio o recurso de información. Desde estos supuestos, Clason (1976: 401)¹⁶ concibe los estudios de usuarios como: “investigaciones sobre las necesidades y características de los usuarios de una biblioteca o centro de información.” Elías Sanz (1994: 31)¹⁷, desde una óptica bibliométrica, sitúa la esencia de la definición en los hábitos de comunicación y en el consumo de información. El autor concibe, pues, 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 principalmente estadísticos a su consumo de información.”

Consideramos, sin embargo, que estas definiciones, al excluir de su formulación toda la serie de presupuestos “subjetivos” relacionados con el ámbito del usuario (de carácter psico-sociológico, cognitivo y cultural), resultan un tanto restringidas e incompletas. En consecuencia proponemos una definición en la que integramos todo el contexto global en el que se inserta la figura del usuario.¹⁸ Basándonos pues

16 W.E. Clason. *Dictionary of Library Science, Information and Documentation*. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing, 1976.

17 Sanz. *Op. Cit.*, p. 31.

18 Dicho marco situacional determina la configuración del usuario y condiciona toda una serie de factores como la necesidad; el comportamiento; el hábito o el uso de un determinado recurso o servicio de información; la satisfacción percibida; etcétera

en las propuestas del enfoque cognitivo y en los principios de la pragmática, concebimos los estudios de usuarios como:

El conjunto de estudios que tratan de analizar cualitativa y cuantitativamente la interacción entre la información en todas sus dimensiones y el usuario, incluyendo en su valoración el contexto situacional o pragmático en el que éste se inscribe. A ellos competirá la valoración de:

- ☞ La mecánica de creación de hábitos informativos.
- ☞ El consumo de información de los usuarios.
- ☞ El análisis de comportamientos y actitudes individuales o colectivas ante la información.
- ☞ Los procesos que determinan la activación de una necesidad y los factores que hacen posible que ésta se transforme en demanda.
- ☞ Las características del uso de la información por parte del usuario (es decir, cómo opera con ella, los procedimientos empleados para adquirir los conocimientos y recuperarlos cuando han de ser utilizados ...).
- ☞ La mecánica de percepción del ser humano ante una determinada información o recurso informativo o ante la oferta de un determinado servicio o prestación.
- ☞ El modelo de procesamiento de la información (competencia cognitiva del usuario de información; formas y estrategias de pensamiento; condicionantes de la adquisición, reconocimiento y representación de la información; etcétera).
- ☞ El modo y el nivel en el que se representan estas necesidades de información en el sistema; etc.

El alcance de estos estudios cubre tanto las investigaciones de colectivos en general (como por ejemplo el estudio de la comunidad de los científicos españoles) como los estudios concretos de un grupo de usuarios de una determinada unidad de información, o incluso los de un servicio concreto o un recurso en particular.

Objetivos de este tipo de estudios

En un esfuerzo de síntesis por aunar e integrar todos estos matices complementarios de los estudios de usuarios, podemos resumir sus objetivos en las siguientes categorías:

- a) El análisis de las **necesidades**: el contenido y el tipo de información buscado, desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo. Este análisis permite definir los productos, los servicios y hasta la clase de unidad de información que mejor se adapte a las distintas circunstancias.
- b) El análisis de los **comportamientos de la información**: indica cómo se satisfacen normalmente las necesidades; aclara el contexto de los productos y servicios; precisa las condiciones que deben cumplirse, y permite definir el tipo de preparación y/o de formación de los usuarios.
- c) El **análisis de motivaciones y actitudes**: valores; deseos expresados y ocultos frente a la información y a las actividades relacionadas con ella; expectativas; nivel de satisfacción; imagen (idea que se hace el usuario) de los servicios de información

- y de sus profesionales; etcétera. Este análisis permite explicar el fundamento de los comportamientos y de las necesidades.
- d) El **análisis del consumo y producción de literatura científica** se centra en estudios bibliométricos descriptivos (producción, colaboración y análisis de materias) y en el análisis de citas.
- e) El **análisis de modelos de procesamiento de la información**, atiende los fenómenos psicocognitivos que se evidencian en cada una de las fases del proceso documental (creación, tratamiento, difusión, uso e influencia de la información); los contextos cognitivos de la recepción de la información; los mecanismos y motivaciones de la percepción; los factores que determinan la atención y el reconocimiento de información; los procesos implicados en la organización y representación del conocimiento; las intenciones comunicativas de los actores informativos; el estudio de los efectos comunicativos producidos en la mente de los usuarios; el análisis del uso de la información; la valoración de las actitudes, motivaciones y comportamientos de los usuarios; etcétera.

“Excursus” histórico

Los primeros estudios de usuarios, según el profesor Elías Sanz (1994:45)¹⁹ se sitúan hacia 1920 en el ámbito norteamericano. Se dedicaron al análisis de aspectos relacionados con el *análisis de las fuentes de información utilizadas por los distintos colectivos investigadores, el estudio de los hábitos de comunicación entre los científicos, o la valoración del uso que se hacía de los sistemas y servicios de información*. Estas primeras investigaciones fueron muy elementales, y hubo que esperar hasta finales de los años 50 para encontrar orientaciones más elaboradas sobre el tema. Sin embargo, es hacia la mitad de los años 60 cuando empieza a tomar cuerpo esta disciplina y sale a la luz un número importante de trabajos sobre los hábitos y necesidades de información de los científicos. A partir de esta fecha va surgiendo también una preocupación por los estudios relacionados con los *hábitos, y necesidades de información del usuario en general*, y comienzan a tenerse en cuenta los resultados de estas investigaciones para la gestión de las unidades de información. No obstante, será a inicios de los años 80 cuando cobrará gran importancia esta línea temática, gracias a la generalización de los modelos de gestión de calidad aplicados a los sistemas de información científica. El principio básico de esta filosofía de gestión será la búsqueda de la satisfacción de las exigencias y necesidades de los clientes, y más aún, de sus expectativas; lo que trasladado a la institución documental se traduce en la optimización de los flujos de información y conocimiento. El enfoque de estos estudios se centra en la *evaluación*

19 Para obtener una información complementaria más detallada sobre la evolución histórica de los estudios de usuarios. Ver , Elías Sanz. *Manual de estudios de usuarios*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1994, pp. 45-87.

de los servicios de información a través de las valoraciones de los usuarios con el objetivo de instalar una política de mejoramiento de las unidades de información, al intentar orientar el producto o servicio de información en función de las necesidades del cliente/usuario. En esta fase, influida por la gestión desde la óptica de la calidad, se cubren aspectos tales como: detección y análisis de las necesidades de información de los usuarios; identificación de las motivaciones, actitudes y deseos respecto a la unidad de información y a los productos informativos; valoración del grado de satisfacción recibida y/o esperada ante determinado servicio o producto; sensibilización y formación del usuario; etcétera.

Paralelamente dentro del ámbito bibliométrico se siguen desarrollando los estudios relacionados con el usuario científico, que se centran en el *consumo y la producción de literatura científica*.

Desde finales de los años 80, coincidiendo con un crecimiento sorprendente de algunas disciplinas científicas como la psicología cognitiva, la teoría de la comunicación, la pragmática o la propia inteligencia artificial, el entorno y el objeto de estudio cambió significativamente dentro del paradigma teórico que dominaba las Ciencias de la Documentación e Información. El concepto de usuario desde una perspectiva pragmático-cognitiva cobra entonces especial importancia, y el eje central de interés en la mayoría de las investigaciones se traslada del sistema de información al usuario. Será sobre todo en los años 90, de la mano de la Information Retrieval, cuando surge la preocupación por redefinir al usuario con base en enfoques cognitivos. Bajo esta concepción, en el análisis del usuario se incluyen toda una serie de presupuestos y contextos subjetivos. Es decir, se considera todo el contexto global en el que el usuario se mueve para buscar y recuperar información (intereses individuales, conocimientos generales, competencia pragmática, bagaje de experiencias previas, conocimiento de los recursos informativos, etcétera).

Desde esta perspectiva cognitiva, un sistema de recuperación de información (SRI) se caracteriza porque en ambos extremos del canal de comunicación tienen lugar procesos cognitivos. El mensaje aquí no sólo es portador de información objetiva (conocimiento objetivo que un autor ha depositado en un texto), contiene también otros elementos pragmáticos que determinan el contexto de la emisión, dotan al mensaje de significación e influyen en la recepción de éste. Estos elementos subjetivos, si así queremos llamarlos, son quizá los responsables de que a la hora de recuperar información, un determinado documento, entre varios de la misma materia, sea o no relevante para un determinado usuario.

Esta última orientación está recibiendo actualmente una gran aceptación entre los investigadores, gracias al desarrollo paralelo de las investigaciones en psicología cognitiva e inteligencia artificial. Asimismo, está acaparando la atención en los proyectos de investigación sobre organización y representación del conocimiento (análisis de modelos cognitivos en los procesos de reconocimiento y representación de la información) y en el ámbito de las técnicas avanzadas de recuperación de

información.²⁰ Al mismo tiempo considera el estudio de las distintas estructuras y procesos de la mente de los usuarios y su traducción a estructuras de contenido informativo, al ser incluidas en el sistema documental. Finalmente analiza el grado de interacción que existe entre la representación en el sistema de estas estructuras cognitivas del usuario, y el reconocimiento de esa representación por parte de éste. Atiende también al uso que hace de estas representaciones el usuario.

Dentro de este nuevo enfoque situacional, surge una nueva red de conceptos que debe ser reconsiderada e integrada en el acervo documental. El concepto de *dominio temático* se amplía y de la de designar el conjunto representado por el conocimiento propio de un campo temático o disciplina para incluir otras características que pertenecen a la *esfera cognitiva* de los autores y los usuarios, lo cual afectará significativamente la valoración de la información relevante. Esta última también amplía sus miras diferenciando entre lo que es una *relevancia temática* (significado implícito, semántico o de representación temática) y lo que es una *relevancia psicológica o situacional*.²¹ La relevancia se convierte pues en algo variable y dinámico. No puede entenderse sólo como la recuperación de una determinada temática de interés para el usuario. Ha de incluir toda una serie de presupuestos contextuales o cognitivos que parten de la óptica del modelo mental del usuario, y que son tanto o más importantes que la precisión temática. Es importante tener en cuenta estas consideraciones a la hora de proponer modelos ya sean teóricos o prácticos para el estudio del usuario de información, e incluirlas como criterios de clasificación en las propuestas taxonómicas.

Ámbitos de aplicación de los estudios de usuarios

En cuanto a los ámbitos o dominios de aplicación de este tipo de estudios, es preciso señalar que se caracterizan por la pluralidad de enfoques, planteamientos y métodos. No pretendemos hacer una relación detallada y exhaustiva de los campos o áreas de investigación que circunscribe este tipo de estudios; sin embargo, hemos recogido los más usuales para hacernos una idea de sus distintos objetos y aplicaciones. El problema ante esta heterogeneidad de investigaciones y paradigmas metodológicos radica en la dispersión y pérdida de visión de conjunto, así como en una posible falta de conceptualización coherente y una teorización sistemática y rigurosa del usuario. En nuestra opinión, uno de los retos con los que nos enfrentamos es encontrar medios efectivos para organizar este material con el propósito de desarrollo tanto teórico como práctico.

20 Esta dimensión cognitiva es el objeto principal de la investigación de Ingwersen y ha sido tratado también por autores como Ellis y Belkin. Cfr. Ingwersen. *Information Retrieval interaction*. Londres, Taylor Graham, 1992; D. Ellis. *New Horizons in Information Retrieval*. Londres: The Library Association, 1990; Belkin, N: "The cognitive viewpoint in Information Science". En: *Journal of Information Science*, 16(1), 1990, pp. 11-16.

21 Cfr. Stephen Harter. "Psychological relevance and Information Science". En: *Journal of the American Society for Information Science*, 43(9), 1992, pp. 602-615.

- 1.- **Evaluación institucional. Gestión de calidad total aplicada a los servicios de información, Técnicas de investigación de mercado, marketing.** Estas “disciplinas” abarcan aspectos tales como: el conocimiento de los usuarios; la detección y análisis de las necesidades de información; la identificación de motivaciones, actitudes y deseos respecto a un servicio/producto determinado; la evaluación de servicios y productos a través de las opiniones de los usuarios; el estudio del grado de satisfacción respecto a un producto y/o servicio, etc. Sus aplicaciones se centran mayoritariamente en el diseño y evaluación de los sistemas de información.²²
- 2.- **Bibliometría y estadística documental**, centradas en el análisis de la producción y consumo de literatura científica, incluye estudios cuantitativos de diversos aspectos de la literatura científico-técnica; identificación de la estructura y dinámica de los colectivos investigadores; detección de especialidades emergentes; predicción de tendencias de publicación sobre temas específicos; etcétera.
- 3.- **Instrucción y Formación de usuarios**, con aplicaciones referentes a la introducción al uso de un servicio o herramienta documental, etcétera.
- 4.- Actualmente están cobrando gran importancia los estudios relacionados con los dominios de las **Ciencias Cognitivas**. Ello supone la integración de los modelos psicocognitivos en el proceso documental (análisis de la estructura cognoscitiva, procesos mentales de adquisición, organización y transmisión del conocimiento, etc.étera).

HACIA UNA TEORÍA INTERDISCIPLINAR DEL USUARIO

En un principio las ciencias suelen dividirse en función de su objeto de estudio, así como por la forma específica en la que se aborda dicho objeto. Hoy en día, se pretende separar los objetos de las ciencias y englobar o juntar las disciplinas parciales que se fijan en ellos. En este sentido, el estudio del usuario se vincula con otras disciplinas, todas ellas relacionadas, en tanto se fijan de alguna forma en el mismo objeto, tal y como lo reflejan los dominios de relación presentados a continuación entre ciencias afines:

- ❖ **Psicología Cognitiva y Ciencias afines.**

Procesos cognitivos presentes en la producción, procesamiento y transferencia del conocimiento científico.

- ❖ **Ingeniería del Conocimiento y Tecnologías de la información.**

22 Como ejemplo de un modelo concreto dentro de esta orientación. Cfr. M. Izquierdo Alonso; J. Ruiz Abellán ; J.T. Piñera Lucas. “Un modelo de gestión de calidad total para las bibliotecas públicas”. En: *SCIRE: Representación y Organización del Conocimiento*, 2 (1), 1996, pp. 63-92. Sobre la metodología de encuesta aplicada al estudio de la percepción de los usuarios en centros documentales, y más concretamente para el diseño de preguntas en la elaboración de cuestionarios ver. J. Ruiz Abellán; M. Izquierdo Alonso; J.T. Piñera Lucas. “Aportaciones en torno al usuario de información”. En: *Revista de Documentación de las Ciencias de la Información*, 21, 1998, pp. 11-75.

- ❖ **Teoría de la Información y Comunicación.**
Aplicaciones de las investigaciones del proceso general de comunicación al ámbito del proceso documental.
- ❖ **Ciencias del Lenguaje: Semiótica. Psicolingüística. Sociolingüística.**
- ❖ **Epistemología. Gnoseología. Filosofía de la Ciencia.**
- ❖ **Sociología de la información. Sociología del conocimiento y de la Ciencia.**
- ❖ **Psicología social** (estudio de actitudes, comportamientos individuales y colectivos ante la información, usos efectivos dados a la información, coeficientes de satisfacción, etcétera).
- ❖ **Técnicas de Evaluación y Gestión (Evaluación de Instituciones, Gestión de Calidad, Investigación de Mercados).**
- ❖ **Ciencias de la Información y Documentación:**
 - ◆ **Organización y Representación del Conocimiento.**
 - ◆ **Sistemas de Almacenamiento y Recuperación de la información.**
 - ◆ **Técnicas bibliométricas aplicadas al estudio de los procesos de transferencia de información científica. Estudios de producción y consumo de literatura científica.**

Pero, ante el peligro de la dispersión, creemos conveniente intentar una unificación de enfoques teórico-metodológicos. Debemos integrar en un cuerpo teórico único las distintas disciplinas implicadas, y analizar la relación que guardan éstas entre sí, dentro del marco específico de lo que podríamos llamar una teoría rigurosa y sistemática del usuario. En este sentido, conviene recordar que no se trata de un conglomerado de elementos diversos, sino de la integración y la elaboración de algo nuevo a partir de ellos. Asimismo, señalamos la necesidad de reivindicar un espacio propio para los estudios de usuario, ubicándolos en el lugar apropiado del cruce interdisciplinar, por un lado, y definiendo paralelamente su estatus específico dentro de las Ciencias de la Documentación.

Tras la aproximación al mundo de los usuarios como fenómeno multidimensional, y advertida la necesidad de definir un marco teórico interdisciplinar para su estudio, con base en la integridad y complementariedad de enfoques, pasaremos a la formulación de un nuevo modelo metodológico para el estudio del usuario desde la perspectiva del proceso comunicativo documental.

CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO TEÓRICO INTEGRADOR PARA EL ESTUDIO DEL USUARIO

Para la construcción de este modelo tendremos en cuenta el análisis interdependiente de cada una de las variables del proceso informativo-documental: el análisis de los autores, las categorías de documentos, los tipos de usuarios y las relaciones entre esta tríada. Partimos del estudio del proceso comunicativo por medio de documentos, desde el punto de vista de la correspondencia existente entre el pensamiento

“subjetivo” del autor y el del receptor-usuario, tal y como ese pensamiento queda “cristalizado” en el documento. Consideramos la intención comunicativa del emisor o productor de información, los intereses cognoscitivos y las competencias discursivas del destinatario-receptor, el mensaje como portador de conocimiento, y los efectos surgidos en el destinatario tras su recepción.

Dentro de esta dimensión pragmática incluiremos la compleja situación comunicativa en la que se produce la emisión y la recepción de la información. Entre los aspectos a tener en cuenta, habrán de considerarse los contextos cognitivos de la producción y recepción de la información; los mecanismos y motivaciones de la percepción; los factores que determinan la atención y el *reconocimiento*; los procesos implicados en la organización y representación del conocimiento; las intenciones comunicativas de los actores informativos; el estudio de los efectos comunicativos producidos en la mente de los usuarios;²³ el análisis del uso de la información; la valoración de las actitudes, motivaciones y comportamientos de los sujetos; etcétera.

a) ESTUDIO DE LOS AUTORES. Se trata de analizar las relaciones, a nivel mental, que existen entre los autores y los usuarios por medio de los documentos científicos; es decir, se busca identificar la correspondencia entre el pensamiento del autor y el del usuario, tal como ese pensamiento queda materializado en el documento.

En el estudio de la dimensión situacional del emisor, incluiremos el reconocimiento de sus creencias, aptitudes, intereses, competencia discursiva, objetivos pretendidos con la comunicación, cultura, localización espacio-temporal de la emisión, etcétera). De este modo, centrándonos en la perspectiva de la producción del texto, es decir en el autor, podremos analizar la organización, la jerarquía, y la importancia de las ideas que el autor quiere transmitir así como los factores dependientes de los aspectos técnicos y gráficos (formato, tipo de letra, ilustraciones, gráficos, esquemas, tablas, etcétera) que puedan incidir de forma positiva o negativa en la percepción y legibilidad de lo impreso. Consecuentemente, a través de su texto escrito, un autor puede ser estudiado con base en su capacidad para expresar las ideas, relacionar conceptos, argumentar, y elaborar proposiciones coherentes y suficientemente representativas. Se puede valorar también su destreza para presentar una información textual estructurada, a partir de su capacidad de seleccionar un vocabulario apropiado, de usar una sintaxis y estilística adecuadas, etcétera. Se puede, en definitiva, analizar la capacidad del escritor para organizar la presentación de las ideas que desea comunicar. Así, un determinado autor, y según su propia competencia, organiza de un determinado modo la materia que trata en razón del lector-tipo por él previsto. Por tanto, se pueden estudiar como factores determinantes de la emisión y de la recepción: la manera como se

23 El contenido de un documento no es sino el efecto producido en la mente del lector con ocasión de que éste decodifica el mensaje del documento, y ese efecto no viene dado sólo por el documento, también obedece a una serie de circunstancias internas y externas al lector. (Cfr. “El concepto de ‘relativización del contenido’”, en J.M. Izquierdo Arroyo. *La organización documental del conocimiento*. I/1: *El marco documental*. Madrid: Tecnidoc, 1995, p. 288).

trata la materia, el carácter del autor, el carácter del lector previsto, etcétera. Por otra parte, desde el punto de vista de la comprensión e interpretación (asimilación), se pueden formular reglas científicas a las que deberían atenerse los autores a fin de obtener el máximo de "lecturabilidad" (reglas para captar y retener la atención del receptor, para hacer comprender las nociones, producir emociones, etcétera).

El objetivo final de estos estudios será disponer de una técnica efectiva para la elaboración de documentos.

b) ESTUDIO DE LOS DOCUMENTOS. Podemos también tomar como referente de estudio el mismo texto o el contenido informativo del mensaje escrito, bien desde la vertiente de su contenido temático o bien desde la estructura organizativa de ese contenido, de modo que se puedan generar estrategias de procesamiento de la información a través de la identificación y reconocimiento de esas estructuras. Con ello pretendemos investigar la relación que se da entre ciertos aspectos de los mensajes científicos y las características psicocognitivas del receptor. Clasificaremos las obras atendiendo a los siguientes criterios:

- ❖ **Tipo de texto/ documento.**
- ❖ **Grado de especialización.**
- ❖ **Objetivos del texto/ documento.**
- ❖ **Área o disciplina a la que pertenecen los contenidos textuales.**
- ❖ **Facilidad de acceso al contenido.**
- ❖ **Grado de asimilación del contenido** (asimilabilidad).
- ❖ **Nivel de información que proporciona el documento.**
- ❖ **Grado de estructuración del contenido:** tratamiento de una cuestión en particular; exposición de una materia de un modo sistemático y completo, primera aproximación al tema, información del estado de la cuestión, etcétera.
- ❖ **Valoración del tipo de información y forma de presentar esa información**
- ❖ **Nivel de representación:** primario, secundario, terciario.
- ❖ **Naturaleza de la información** (textual, gráfica, factual, mixta).
- ❖ **Grado de abstracción de la información presentada o suministrada:** modo de estar representado el contenido relacionado con el tipo de proceso mental (razonamiento) implicado en el tratamiento de los datos. Es decir, valoración del grado de comunicación (conexión entre el receptor y el documento) o distancia psico-gnoseológica.
- ❖ **Exactitud del contenido informativo.**
- ❖ **Grado de Completud.**
- ❖ **Capacidad de sugerencia o fuerza sugeridora de los contenidos,** etcétera.

C) **ESTUDIO DE LOS TIPOS DE USUARIOS.** El usuario de información también debe ser estudiado desde esta óptica de la psicología cognitiva y con una dimensión y competencia pragmática. Una de las tareas importantes para los profesionales de la documentación es tratar de entender *cómo puede y suele asimilar el sujeto humano*, es decir, debe *analizar y estudiar el conjunto de procesos que realiza el individuo a la hora de asimilar información nueva* (modos de adquisición de la información; la interacción entre percepción y conocimiento; los procesos implicados en la percepción; las condicionantes de la atención; el razonamiento; la intuición; la asimilación crítica; la comprensión y la interpretación; los procedimientos analítico-sintéticos relacionados con el procesamiento de la información; los modos de representación del conocimiento; etcétera). Nuestro objetivo último será el establecimiento y delimitación de “perfiles” o tipos de la conducta de los humanos en cuanto procesadores de información, con el propósito final de diseñar estrategias de representación y transmisión de información de un modo más eficaz. Valoraremos también los *modelos situacionales* o factores internos y externos que determinan los comportamientos, hábitos, expectativas y necesidades de los usuarios hacia determinados tipos de información.

Para ello, consideraremos una serie de indicadores:

- ❖ Pertenencia a un determinado **grupo de actividad, área o disciplina científica.**
- ❖ **Condicionantes temporales y espaciales** del usuario.
- ❖ **Competencia cognitiva**, nivel de experiencia del sujeto dentro del campo en el que intenta asimilar nueva información (no es lo mismo un investigador experto, que un novel, un estudiante de primer ciclo, etc.). El investigador cualificado cuenta con unos conocimientos previos y unos esquemas mentales relacionados con la nueva información que procesa. Es un buen procesador de la información y organiza rentablemente los conocimientos dentro del (os) campo(s) en que posee experiencia. Además, el usuario experto está interesado en comprender las relaciones del documento con los conocimientos que ya posee y, especialmente, en la información nueva contenida por el documento. Esto ha de tenerse especialmente en cuenta por parte del documentalista a la hora de seleccionar cualitativamente la información. Y para ello se han de definir perfiles de competencias e intereses desde el punto de vista lector-usuario.
- ❖ **Marco relacional o de trabajo** / Contexto cognitivo (pertenencia a un grupo de investigación determinado, etcétera).
- ❖ **Condicionantes culturales** (influencia acumulada: formación académica, etcétera).
- ❖ **Formas y estrategias de pensamiento.**
- ❖ **Capacidad de percepción del sujeto cognoscente.**

- ❖ **Hábitos ante la información** por parte del usuario; es decir, cómo opera con ella, procedimientos empleados para alcanzar los conocimientos y recuperarlos cuando han de ser utilizados, etcétera.
- ❖ **Experiencia personal del usuario.**
- ❖ **Elementos afectivos**, emocionales.
- ❖ **Influencias informativas, documentales y sociales.**
- ❖ **Creencias, actitudes, criterios evaluativos**, etcétera.
- ❖ **Tipo de necesidad informativa:** información científico-técnica; información general; información de actualidad; información puntual y precisa sobre un dato de la vida social; información de divulgación; etcétera.
- ❖ **Uso al que está destinada la información:** aprendizaje, docencia, investigación, interpretación, toma de decisiones, etcétera.
- ❖ **Nivel de especificidad de la información suministrada:** divulgación; información de síntesis; información muy elaborada y específica; actualizaciones; información de alerta o puesta al día; información sobre el estado de una cuestión o materia; primera aproximación a un tema; información exhaustiva sobre todo lo publicado acerca de una materia; información puntual y precisa; etcétera.
- ❖ **Tipo de fuente informativa a suministrar:** índices de citas y boletines de resúmenes; informes sobre patentes; catálogos de normas; informes técnicos; boletines informativos; catálogos comerciales, diccionarios; manuales y obras de síntesis; monografías especializadas; etcétera.
- ❖ **Naturaleza de la información a suministrar y tipo de presentación de la misma:** textual, gráfica, factual, mixta.
- ❖ **Grado de elaboración de la información:** información primaria, secundaria o terciaria.

D) RELACIONES ENTRE TIPO DE DOCUMENTO, TIPO DE AUTOR Y TIPO DE USUARIO. Como documentalistas y profesionales debemos tender a una difusión del contenido informativo, teniendo en cuenta la *economía de tiempo y esfuerzo para el usuario*; lo cual exige una *selección* previa de las existencias documentales atendiendo a criterios en los que primen los conocimientos aportados por los documentos y sus posibilidades de desarrollo. Respecto a la información científica, debemos proporcionar una información que impacte, que suscite en el investigador un tipo de efecto capaz de generar conocimiento; y ello es directamente proporcional a la proximidad entre el tipo de documento y el tipo de usuario. Nos interesa no sólo la relación del usuario con el documento primario, sino también la del usuario con el documento secundario, que ha sido elaborado por el documentalista tratando de prever los distintos tipos de perfiles. Estos son factores que han de considerarse a la hora del diseño, construcción y evaluación de los sistemas de representación y organización de la información documental, ya que

el éxito de una correcta recuperación de la información dependerá de la calidad de la organización.

CONCLUSIÓN

Esta exposición, como suele decirse, “*apenas roza la superficie del tema.*” Con ella, sólo hemos pretendido –con mayor o menor acierto– llamar la atención sobre la *naturaleza teórica de los problemas implicados* y sobre el estatuto de éstas dentro de un marco teórico integrador para el estudio del usuario de información.

Nuestra investigación supone, en todo caso, una limitada intervención a favor de una *teoría sistemática del usuario* que habrá de situarse en una encrucijada de diversas perspectivas. Dicha teoría presupone una teoría de la cognición social y una teoría de los contextos sociales implicados en la adquisición, reconocimiento, representación y uso de la información.

Si una *perspectiva teórica* es, sobre todo, un *sistema virtual de preguntas*, en este artículo hemos hecho efectivas algunas interrogantes sobre el usuario. Nuevas preguntas nos darán nuevas respuestas.

