

## Vista desde la galería

Por Steve Borley

**EN ESTA NOTA sobre tendencias y desarrollos de la industria de la información el autor analiza por qué los profesionales de la información tendrían que hacer más “ruido”.**

¿Entiende la persona que en su oficina ocupa el despacho contiguo al suyo lo que Vd. hace? ¿Tiene su departamento de información suficiente presencia en la empresa? ¿O sólo vienen a verle los “enterados” cuando necesitan ayuda? Y sin embargo es probable que sea usted y su equipo quienes proveen información a toda la empresa —desde las suscripciones de revistas hasta los datos en que se sustentan las presentaciones a los clientes—.

Por supuesto, no es necesario que se lo cuente. Pero la cuestión es si los empleados de la compañía que usan esos datos saben quién está detrás de ellos. Seguramente no.

La visión que la organización tiene de la “biblioteca” —o como se denomine el lugar desde el que trabaja— es función de lo bien que los profesionales de la información sepan contar su historia al resto de la empresa. Desafortunadamente, como industria, pienso que no somos suficientemente buenos para hacer campañas a nuestro favor, para valorarnos y “vendernos” adecuadamente. Esto ocasiona un problema de percepción y reconocimiento profesionales: nuestros compañeros no saben qué hacemos ni quiénes somos.

Pruebe explicar a sus amigos de fuera del trabajo a qué se dedica. Apuesto a que se fijarán en la palabra “información” y se quedarán con la idea de que usted hace “algo con ordenadores”. Antes de

que se dé cuenta alguno se estará ya imaginando cómo pedirle ayuda para reparar su impresora.

Es probable, sin embargo, que mucha de esa gente pertenezca a organizaciones no muy distintas a la suya, donde disponen de un centro de documentación en el que se trabaja duro para suministrar la información que necesitan para su quehacer diario, e incluso más.

La gente asiente cuando se habla de “la era de la información” y está de acuerdo en que “el conocimiento es un bien de consumo”, pero luego muchos piensan que esto simplemente quiere decir guardar en el disco duro los e-mails que van recibiendo. Es frecuente oír que “las intranets no son demasiado útiles ni tienen el impacto que podrían tener”, pero sin embargo les parece normal que las intranets se dejen bajo la responsabilidad de los departamentos tecnológicos —informáticos— en vez de los de información.

Todo es resultado del mismo “¿y tú a qué te dedicas?”. Realmente deberíamos empezar a hacer algo sobre esto. Si no serán los informáticos quienes acaben estableciendo las pautas de uso de la información en nuestras empresas —y la verdadera economía del conocimiento pasará a ser algo secundario—.

Es más fácil decir que hacer, por supuesto, pero tenemos que dedicarnos a este problema si queremos poder exigir y reclamar unas oportunidades que tendrían que ser nuestras. Necesitamos, pienso, fijarnos en algunos principios básicos de márketing y aplicarlos en nuestras relaciones en la empresa.

### Cómo actuar

Está claro que ofrecemos un servicio de calidad que la gente necesita y usa. Lo que tenemos que buscar ahora es un “gancho”, algo que atraiga a los usuarios. En lenguaje de márketing: tenemos un buen filete que la gente sabe que es apetitoso, pero (para llevar la metáfora más lejos) tenemos que lograr hacerles la boca agua.

Pregunte a cualquier fan de la *Guerra de las galaxias*: todo radica en la imaginación y en la imagen que se aparenta. Se trata de poner marca a nuestros servicios, ofrecer valor añadido, y sobre todo, lograr ser tenido en cuenta. Un amigo que trabaja en relaciones públicas dice que la clave está en salir a visitar a los usuarios (actuales y potenciales) y preguntarles qué se puede hacer por ellos. Primero pondrán cara de sorpresa y contestarán: “pues no sé, nada en particular”. Pero es posible que enseguida añadan: “bueno, pues... en realidad, ahora que lo dices...”.

Si logra ofrecerles lo que buscan una vez, seguro que volverán. Si ya eran usuarios, ahora se habrán enterado de dónde provenía su información —no del *Hada de la Información* como pensaban—. Tenemos que hacernos con una reputación, y esto pasa por demostrarnos a nosotros mismos que somos un recurso valioso.

Una vez hayamos elevado nuestro perfil profesional hasta la altura que le corresponde y hayamos logrado hacer entender lo que hacemos, entonces nos tendrán presentes y estaremos en mejor posición para acceder a trabajos de más responsabilidad y a oportuni-

dades que tendrían que ser para los equipos de información. Pero esto sólo sucederá si salimos fuera de nuestro refugio y damos el chut inicial. No podemos permitirnos el lujo de esperar que las oportunidades vengan a nosotros, porque no

lo harán. Tenemos que ponernos en la posición correcta para atraparlas diciendo a nuestros usuarios “deja que te impresione”. Somos un recurso de calidad, pero nada se vende solo por muy bueno que sea.

**Steve Borley** es investigador de información de *Lehman Brothers* y miembro del comité del *City Information Group*.

“View from the gallery”. En: *Information World Review*, 1999, n. 151, p. 40.

## Los bibliobuses en España

**EL GRUPO DE TRABAJO SOBRE BIBLIOBUSES** —creado a raíz de las 1<sup>as</sup> Jornadas de Cooperación Bibliotecaria entre el M<sup>o</sup> de Educación y Cultura y las comunidades autónomas, y coordinado por M<sup>a</sup> Antonia Carrato— decidió realizar un estudio sobre los servicios de bibliobús en España, por lo que en marzo de 1998 se enviaron cues-

### Bibliobuses

Son un medio efectivo para hacer llegar la lectura a las personas que residen en áreas rurales, barrios extremos de las ciudades, residencias de ancianos, zonas de concentraciones demográficas temporales, etc.

Deben planificarse como un servicio integrado dentro de un sistema bibliotecario (ya sea local, provincial, o autonómico).

Es recomendable que la responsabilidad de los bibliobuses recaiga en los entes locales. En cualquier caso conviene establecer acuerdos de cooperación entre dos o más niveles de administración, especialmente en áreas rurales donde con frecuencia se solapan límites administrativos.

Deben ofrecer toda la gama de servicios de una biblioteca pública: información y referencia, préstamo de documentos, acceso al catálogo, y actividades complementarias.

Comunidad Autónoma	Servicios	Vehículos
Andalucía	3	3
Canarias	1	1
Cataluña	2	6
Castilla-La Mancha	3	3
Castilla y León	10	30
Comunidad Valenciana	2	2
Extremadura	1	1
Galicia	2	2
Madrid	1	13
Murcia	1	3
País Vasco	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>65</b>

Tabla 1

**tionarios a los responsables de dichos servicios en las comunidades autónomas donde operan.**

### Resultados

Los datos se refieren a 1997, año en que en España había 65 bibliobuses, distribuidos geográficamente según la *tabla 1*.

### Titularidad

La mayoría pertenecía a las comunidades autónomas (49), aunque de ellos un poco más de la mitad estaban gestionados por las diputaciones provinciales (35) [de forma exclusiva, 21, y de forma compartida con la CA, 14]. *Tabla 2*.

**Usuarios y servicio de préstamo**

Por comunidades autónomas se compara la población atendida con los usuarios que utilizan el servicio de préstamo, y los documentos prestados por habitante. *Tabla 3*.

### Fondos

10 de las 25 provincias disponen de centros de apoyo para sus bibliobuses, con lo cual las colecciones a las que se tiene acceso son mayores.

De las encuestas se deduce que se debería reforzar la disponibilidad de publicaciones periódicas,

Organismo	Bibliobuses	
	Titular	Gestor
Comunidad autónoma	49	22
Diputación provincial	9	21
Ayuntamiento	5	7
CA y ayuntamiento	1	14
CA y diputación	1	1

Tabla 2

Comunidad Autónoma	Usuarios de Préstamo	Población atendida	Documentos / habitante
Andalucía	16.126	39.704	0,36
Canarias	2.280	64.584	0,08
Cataluña	32.689	79.960	1,30
Castilla-La Mancha	17.304	75.719	0,62
Castilla y León	286.669	707.836	1,05
Comunidad Valenciana	6.602	120.000	0,24
Extremadura	3.979	24.068	0,21
Galicia	11.979	45.000	0,68
Madrid	107.886	1.820.150	0,15
Murcia	21.501	380.100	0,12
País Vasco	7.183	-	-

Tabla 3

así como otros soportes (vídeos, CDs, cd-roms, etc.) —sólo 28 bibliobuses ofrecen este tipo de materiales—.

### Informatización

De los 27 organismos gestores de bibliobuses, en 1997 14 habían informatizado alguna función concreta: 13 catalogación, 3 circulación, 3 adquisiciones y 2 disponen de opac y préstamo automatizado.

Se observa, pues, que la informatización todavía tiene mucho camino por recorrer. Los bibliobuses deberían ofrecer los servicios de

una biblioteca totalmente informatizada: acceso en línea al catálogo, préstamo automatizado, acceso a bdds en cd-rom y a internet... Y esto sólo acontece en los 4 bibliobuses de la *Diputación de Barcelona*.

### Personal

Principalmente se destacan las funciones de conducción e información bibliotecaria. En 56 bibliobuses las realizan dos personas, en 8 una sola persona asume ambas, y, como excepción, en Zamora son tres.

El 64% tiene la categoría de técnico, un 27% es administrativo

y un 9% auxiliar administrativo o similar. Estos datos evidencian la falta de un reglamento regulador del personal bibliotecario en las distintas comunidades autónomas.

### Bibliografía

**Robert Pestell.** *Lineamientos sobre Bibliotecas Móviles.* Informes profesionales de Ifla. La Haya: Ifla Headquarters, 1991.

*Reseña realizada por Clara Baiget de la publicación:*

"Los bibliobuses en España 1997". *Prólogo de Magdalena Vinent Gener.* Madrid: Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, M<sup>e</sup> de Educación y Cultura, 1999. 63 pp.

## El Parlamento Europeo escoge Loris

*Ever*, grupo al que pertenece *Chemdata Iberica S. A.*, anunció que su programa de gestión de bibliotecas *Loris* ha sido seleccionado por el *Parlamento Europeo* para la informatización de las dos bibliotecas ubicadas en Bruselas y Luxemburgo.

*Loris* ofrece como principales prestaciones: un sistema de control de préstamos en tiempo real, consulta de referencias bibliográficas vía internet por medio de una potente interfaz de búsqueda, arquitectura cliente-servidor sobre plataforma *Unix* y *Windows NT* basada en un sistema de gestión de bases de datos relacionales *SQL* (*Oracle* o *Sybase*) y todo ello en las 11 lenguas oficiales de la UE.

<http://www.chemdata.es>

<http://www.ever.fr>

*El profesional de la información* está abierto a todos los bibliotecarios, documentalistas y profesionales de la información, así como a las empresas y organizaciones del sector para que puedan exponer sus noticias, productos, servicios, experiencias y opiniones.

Dirigir todas las colaboraciones para publicar a:

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona

Fax: +34-934 250 029

[epi@sarenet.es](mailto:epi@sarenet.es)