

¿Cómo se perciben las bibliotecas y los recursos de información? [i]

INTRODUCCIÓN [ii]

INFORME DE LA OCLC [iii]

Este informe presenta un resumen de los resultados de un estudio internacional sobre los hábitos y preferencias en la búsqueda de información. Con la amplia colaboración de cientos de bibliotecarios y personal de la OCLC, el equipo de Investigación de mercado de la OCLC desarrolló un proyecto y le encargó a la empresa Harris Interactive Inc. que analizara una muestra representativa de los usuarios de la información con objeto de conocer más sobre el uso de la biblioteca, el conocimiento y uso de sus recursos electrónicos, los motores de búsqueda de Internet, la propia biblioteca y el bibliotecario, la información gratis frente a la información de pago y la “imagen” de la biblioteca. En junio del 2005, se recogieron más de 3.300 respuestas de usuarios de la información de Australia, Canadá, los Estados Unidos, India, el Reino Unido y Singapur. Los resultados indican que los usuarios de la información comienzan sus búsquedas de información con un motor de búsqueda (Google en la mayoría de los casos), ven las bibliotecas como lugares donde se prestan libros impresos, pero no son conscientes del rico contenido electrónico al que pueden acceder a través de ellas. Aunque los usuarios de la información hacen un uso limitado de estos recursos, siguen pensando que las bibliotecas son fuentes de información de confianza.

PALABRAS CLAVE: Hábitos de búsqueda de información. Encuestas. Usuarios. Uso de la biblioteca: Recursos electrónicos. Motores de búsqueda. OCLC.

PERCEPTIONS OF LIBRARIES AND INFORMATION RESOURCES: OCLC 2005 REPORT

This report summarizes the findings of an international study on information-seeking habits and preferences. With extensive input from hundreds of librarians and OCLC staff, the OCLC Market Research team developed a project and commissioned Harris Interactive Inc. to survey a representative sample of information consumers in an effort to learn more about library use, awareness and use of library electronic resources, the Internet search engine, the library and the librarian, free vs. for-fee information, and the “Library” brand. In June of 2005, over 3,300 responses from information consumers in Australia, Canada, India, Singapore, the United Kingdom and the United States were collected. The findings indicate that information consumers begin their searches for information with

- i. Traducción del informe “Perceptions of Libraries and Information Resources: OCLC 2005 Report”, de Cathy De Rosa, Joanne Cantrell, Diane Cellentani, Janet Hawk, Lillie Jenkins y Alane Wilson, publicado por la OCLC, 2005, y disponible en <http://www.oclc.org/reports/2005perceptions.htm>.
- ii. Debido a la extensión de este informe, su publicación aparecerá distribuida entre este número del Boletín (Introducción y Partes 1 y 2) y el siguiente (Partes 3, 4 y 5 y Conclusiones).
- iii. Traducido por Lozano Palacios, A. en colaboración con alumnos de Licenciatura de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Granada.

a search engine (Google in the majority of cases), they view libraries as places to borrow print books, but they are unaware of the rich electronic content they can access through libraries. Even though information consumers make limited use of these resources, they continue to trust libraries as reliable sources of information.

KEYWORDS: Information-seeking habits. Surveys. Users. Library use. Electronic resources. Search engines. OCLC.

INTRODUCCIÓN

En el 2003, la OCLC publicó el informe *The 2003 OCLC Environmental Scan: Pattern Recognitions* [El mapa del entorno de la OCLC del 2003: reconocimiento de patrones] dirigido a sus miembros con objeto de identificar y describir usos y tendencias que afectaban o afectarían a la OCLC y, en concreto, a las bibliotecas. El objetivo era, primero, informar a los responsables de la OCLC para orientarlos en la planificación estratégica y, además, servir de documento de referencia para los bibliotecarios que se dedican a la planificación estratégica en sus instituciones. Se distribuyeron más de 7.500 ejemplares y más de 15.000 bibliotecarios han participado en debates con otros colegas y la dirección de la OCLC sobre los resultados y las perspectivas de futuro.

En la introducción del informe (página ix), decíamos: “Ha sido cada vez más difícil identificar y describir el propósito del uso de las bibliotecas [...] La relación entre el profesional de la información, el usuario y el contenido ha cambiado y continúa cambiando”. Otra forma de decir esto es que las tendencias nos indican que existe una discrepancia entre lo que la biblioteca ofrece y lo que el usuario busca. El informe también identificó tres tendencias que demuestran esta discrepancia. El autoservicio, la satisfacción y la transparencia parecían ejemplificar las expectativas del usuario de la información en la enorme “infoesfera” en la que se desenvuelven las bibliotecas. Los conceptos en los que se basa el autoservicio, la satisfacción y la transparencia, como son la facilidad de uso, la conveniencia y la disponibilidad, les parecía a muchos profesionales de la información, incluidos los autores del informe, que eran tan importantes para el usuario como la calidad y la fiabilidad de la información.

El informe del 2003 contenía referencias a estudios, artículos e informes que confirmaban la identificación y el análisis de estas tendencias generales, aunque pocos de ellos procedían del entorno de la OCLC y las bibliotecas y no existe ningún estudio empírico reciente importante que analice específicamente la función que las bibliotecas y los bibliotecarios desempeñan en la infoesfera, desde el punto de vista del usuario de la información. ¿Cómo perciben los usuarios de hoy día a las bibliotecas? ¿Siguen importando las bibliotecas? ¿A qué nivel? ¿Aumentará o disminuirá el uso de las bibliotecas en el futuro?

Como resultado, a principios del 2005, el personal de estudios de mercado de la OCLC, con la colaboración de otras personas de la OCLC y cientos de bibliotecarios

que han participado en debates y talleres, crearon un proyecto para entender mejor estas tendencias en relación con las bibliotecas y los usuarios de la información. Con tal fin, la OCLC encargó a la empresa Harris Interactive Inc., un compañía que durante 45 años ha proporcionado investigación por encargo a una gran variedad de clientes incluidos organizaciones sin ánimo de lucro y agencias gubernamentales, para que gestionara el cuestionario en su nombre. Teníamos claros los objetivos de este estudio; queríamos conocer más sobre los hábitos de búsqueda de información de la gente, la familiaridad de la gente con la diversidad de recursos electrónicos que ofrecen las bibliotecas a sus usuarios y qué papel desempeñan las bibliotecas en la vida de los encuestados. Uno de los objetivos más importantes del proyecto en su conjunto era recoger información que ayudara a entender mejor el concepto de biblioteca.

Los temas analizados en el cuestionario incluyen las percepciones y preferencias de los usuarios de la información, relaciones de los usuarios con las bibliotecas y el uso que hacen de ellas, incluido el uso y la familiaridad con los recursos de información electrónica, conocimiento de las bibliotecas y los recursos que ofrecen, el concepto de biblioteca y su ubicuidad y universalidad, confianza en las bibliotecas y sus recursos y las percepciones de la gente sobre el objetivo/misión de la biblioteca.

Nuestra idea era analizar un amplio espectro de consumidores de la información y recoger información sobre usuarios de una gran variedad de países y de diferentes edades. También deseábamos conocer más sobre los universitarios como consumidores de la información, tanto dentro como fuera de los Estados Unidos. Debido a las limitaciones de presupuesto que teníamos y al área geográfica tan amplia que se había establecido, el cuestionario se realizó a través de la red y en inglés. Por lo tanto, todos los encuestados utilizan Internet, están algo familiarizados con el uso de los recursos electrónicos de la web y respondieron en inglés. Además, puede que algunos encuestados respondieran a este cuestionario desde una biblioteca con acceso a Internet, ya que algunos dijeron que acceden a Internet desde la biblioteca.

Por lo tanto, reconocemos que los resultados representan la población con acceso a la red, un subgrupo del total de usuarios de la biblioteca. y, en consecuencia, los resultados hay que interpretarlos teniendo esto en cuenta. Nosotros así lo hicimos. También somos conscientes de que los encuestados representan realmente un porcentaje significativo, y en potencia cada vez mayor, de los que son usuarios de la biblioteca y de los que lo pueden ser en el futuro. Como se describe más profundamente en la metodología del informe, el cuestionario se ponderó demográficamente y representa bastante bien la población con acceso a Internet de todos los países excepto India, debido al tamaño tan pequeño de la muestra. Estudios recientes confirman que más del 60 por ciento de la población de Australia, Canadá, Singapur, el Reino Unido y los Estados Unidos tiene acceso a Internet, hecho que ha aumentado vertiginosamente en los últimos cinco años. La mayoría de los países encuestados han visto un incremento del 50 al 100 por cien, de modo que los usuarios de la

información están utilizando Internet cada vez más, tanto desde la biblioteca como desde cualquier otro sitio.

Los resultados presentados en este informe no sorprenden, sino que confirman. Durante los cientos de debates y reuniones motivados por el informe del 2003 celebrados durante los últimos dos años, varios temas se repitieron una y otra vez: “Los usuarios no son conscientes de los recursos electrónicos que las bibliotecas ofrecen de forma gratuita” (Los resultados de nuestro informe así lo confirman), “A los usuarios les resulta tan cómodo utilizar los recursos de información de la web como los de la biblioteca” (Nuestro estudio demuestra que este hecho también es verdad sin importar el país, la edad (en el caso de los ciudadanos americanos) o si el usuario tiene o no carnet de la biblioteca), “La imagen de la biblioteca está desfasada” (De nuevo, los resultados de nuestro estudio no sorprenden, sino que lo confirman).

Recogimos más de 20.000 respuestas a preguntas abiertas de los consumidores de la información y este banco de datos supuso una valiosa fuente sobre las actitudes, pensamientos y opiniones de los usuarios sobre las bibliotecas y los recursos electrónicos. Los encuestados contribuyeron con más de 3.000 consejos para las bibliotecas que van desde el contenido, a la comunidad, a que la biblioteca deba contar con un cafetería y a que además en ella se pueda conversar. Nos hemos esforzado bastante por incorporar el mayor número de ideas y opiniones posibles y ofrecer un visión equilibrada de estos comentarios. El apéndice B (http://www.oclc.org/reports/pdfs/percept_appb.pdf) presenta una muestra de aproximadamente 2.000.

Las tendencias hacia una mayor transparencia y autoservicio de la información son claramente evidentes en los resultados del estudio. La posición que ocupa la biblioteca en este nuevo entorno de recursos electrónicos a los que el usuario puede acceder por él mismo también está clara: por detrás de las nuevas tecnologías. La continua importancia de las bibliotecas como proveedoras de información de confianza es evidente y, en conjunto, los usuarios tienen una opinión positiva, aunque obsoleta, de la “biblioteca”. Por lo tanto, nuestro desafío colectivo es coger esta información (tanto la positiva como la negativa) y evaluar dónde invertir más, dónde invertir menos, dónde innovar, dónde cambiar prioridades, y cómo llegar al usuario y promocionarnos mejor.

METODOLOGÍA

El personal encargado de los estudios de mercado de la OCLC elaboró un proyecto de investigación para analizar el uso de los recursos de información de la biblioteca, las opiniones e impresiones sobre la biblioteca y las preferencias de la gente en el uso de herramientas de búsqueda de información. La OCLC encargó a la empresa Harris Interactive Inc. que distribuyera un cuestionario anónimo a usuarios de la información. Ésta seleccionó una muestra de posibles encuestados de su base

de datos que consta de millones de individuos de todo el mundo. Los encuestados respondieron entre el 20 de mayo y el 2 de junio del 2005 y el margen de edad era de los 14 años en adelante.

La encuesta iba dirigida a hombres y mujeres de habla inglesa residentes de Australia, Canadá, India, Singapur, el Reino Unido y los Estados Unidos. Las respuestas de los residentes de Australia, Singapur e India se combinaron y en el informe se les denomina como región geográfica de Australia/Singapur/India.

La mayoría de los jóvenes encuestados residían en los Estados Unidos, mientras que los encuestados de fuera de los Estados Unidos tenían en general de 18 años en adelante. Los datos de los encuestados estadounidenses se subdividieron por edad con objeto de obtener una perspectiva diferente. Los tamaños de las muestras de las otras regiones geográficas no eran lo bastante grandes para ser representativos.

Como el sondeo se realizó en línea, todos los encuestados estaban al menos familiarizados con los recursos en línea y tenían acceso a Internet. La encuesta se realizó en inglés y un total de 3.348 personas respondieron al sondeo.

Los datos recogidos tienen un margen de error estadístico de +/-1,69% con un nivel de confianza del 95 por ciento para la población en línea de los países analizados. Esta población en línea puede o no representar la población general de cada país. De acuerdo con las estadísticas que aparecen en la página www.Internetworldstats.com, la siguiente tabla nos muestra el porcentaje de residentes en los países encuestados que tienen acceso a Internet, al igual que la presencia de Internet en el 2000 como indicador de su crecimiento en los últimos cinco años.

ACCESO A INTERNET Y POBLACIÓN - POR PAÍS¹

País	Población	Usuarios de Internet	Situación del acceso a Internet en el 2005	Situación del acceso a Internet en el 2000 ²
Australia	20,507,264	13,991,612	68,2%	34,5%
Canadá	32,050,369	20,450,000 ³	63,8% ³	42,1%
India	1,094,870,677	39,200,200	3,6%	0,54%
Singapur	3,547,809	2,421,800	68,3%	32,4%
Reino Unido	59,889,407	36,059,096	60,2%	26,4%
Estados Unidos	296,208,476	203,466,989	68,7%	44,1%

1. Información tomada de <http://www.internetworldstats.com>, consultada el 15 de noviembre del 2005.
2. Banco Mundial, Indicadores de Desarrollo Mundial, <http://devdata.worldbank.org/data-query/>, consultado el 15 de noviembre del 2005.
3. <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>, consultado el 15 de noviembre del 2005; datos de diciembre del 2003.

Todos los datos fueron ponderados demográficamente, a excepción del caso de la India debido a que el número de encuestados era relativamente pequeño. En general, la forma de redactar las preguntas y otros pormenores relacionados con la realización de encuestas pueden introducir algunos errores o sesgos en los resultados de los sondeos de opinión. De ahí, que los porcentajes de las tablas puede que no sumen el cien por cien debido a los redondeos o porque a los encuestados se les preguntaba frecuentemente que eligieran todas las respuestas posibles y, en otros casos, no se les obligaba a que respondiesen a una pregunta.

Los 3.348 encuestados respondieron a 83 preguntas. El cuestionario incluía una serie de preguntas condicionadas de modo que si se respondía *sí* o *no* a una pregunta eso llevaba al encuestado a otras preguntas que dependían de la respuesta dada. También se realizaron preguntas de respuesta abierta para que los encuestados pudieran tener la oportunidad de responder con sus propias palabras. Algunas de las secciones de este informe contienen ejemplos de estos comentarios literales, que se han incluido tal y como lo expresaron los propios encuestados, con errores ortográficos y gramaticales.

No es posible proporcionar todos los datos o las más de 20.000 respuestas literales recogidas en el cuestionario. No obstante, en este informe se presentan los resultados de los principales temas estudiados en la encuesta y el Apéndice B (http://www.oclc.org/reports/pdfs/percept_appb.pdf) recoge el 10 por ciento de estos comentarios literales ya que constituyen una valiosa fuente de información sobre lo que opinan los encuestados con respecto a sus bibliotecas.

Una vez se finalizó la encuesta, el equipo de Investigación de Mercado de la OCLC analizó y sintetizó los resultados con objeto de realizar este informe. Además de presentar los análisis de los datos, llevaron a cabo análisis de correlación de varias de las preguntas que estaban relacionadas para obtener datos adicionales a partir de los resultados y que también aparecen en el informe.

En todo el informe se utiliza la frase “consumidor de la información” tal y como se usó en el informe *The 2003 OCLC Environmental Scan* para referirse a la gente que busca, asimila y a veces adquiere información.

Los resultados de la encuesta muestra que los consumidores de la información estaban familiarizados con las bibliotecas: casi todos los encuestados habían visitado una biblioteca en el pasado. Además, se les preguntó que indicaran el tipo de biblioteca que habían visitado: el 96% habían visitado una biblioteca pública.

También se les pidió que identificaran qué biblioteca utilizaban principalmente (por ej., pública, universitaria, de empresa, otra) y que respondieran a todas las preguntas relacionadas con una biblioteca teniendo esa biblioteca concreta en mente.

La palabra “universitario” se usa en el informe para referirse a estudiantes que han terminado el bachillerato, tanto estudiantes de diplomatura como de licenciatura,

que respondieron al cuestionario. Estos estudiantes residían en todos los países analizados.

El término “usuario con carnet de biblioteca” se utiliza en el informe para referirse a aquellos encuestados de todos los países estudiados que indicaron que estaban registrados como usuarios de una biblioteca.

TOTAL DE ENCUESTADOS – POR PAÍS

País	Total de encuestados
Australia/Singapur/India	534
Canadá	491
Reino Unido	468
Estados Unidos	1.854

Fuente: *Perceptions of Libraries and Information Resources*, OCLC, 2005,

TOTAL DE ENCUESTADOS ESTADOUNIDENSES - POR EDAD

Edad	Total de encuestados
14-17	621
18-24	403
25-64	449
65 y más	381

Fuente: *Perceptions of Libraries and Information Resources*, OCLC, 2005,

TOTAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS – POR EDAD

396 estudiantes universitarios, tanto estudiantes de diplomatura como de licenciatura, de todas las regiones geográficas incluidas en el estudio respondieron a la encuesta. Esta tabla desglosa los resultados por edad.

Edad de los estudiantes	Total de estudiantes por edad
14-17	3%
18-24	65%
25-64	31%
65 y más	0%

Fuente: *Perceptions of Libraries and Information Resources*, OCLC, 2005,

TOTAL DE USUARIOS CON CARNET – POR PAÍS

La encuesta le pidió a los encuestados que indicaran si estaban registrados en una biblioteca.

Esta tabla muestra el porcentaje de usuarios registrados por región geográfica.

País	Porcentaje de usuarios con carnet
Australia/Singapur/India	71%
Canadá	71%
Reino Unido	59%
Estados Unidos	75%

Fuente: *Perceptions of Libraries and Information Resources*, OCLC, 2005, pregunta 805,

ESTRUCTURA DEL INFORME

Este informe presenta al lector una visión estructurada de cómo los consumidores de la información encuentran, usan, evalúan y se decantan por ciertos recursos de información, incluidas tanto las bibliotecas físicas como las virtuales. Los resultados se presentan en cinco partes o secciones, no en el orden en el que se presentaron en la encuesta, sino de modo que se puedan agrupar las acciones, actitudes y herramientas de búsqueda de información que prefieren los encuestados.

Parte 1. Las bibliotecas y las fuentes de información – uso, familiaridad y preferencia. Estudia el nivel de familiaridad y el uso de las bibliotecas y de la información por parte de los encuestados así como las fuentes de información que más utilizan. También analizamos las preferencias de los encuestados en cuanto a recursos de información. Por motivos de este informe, hemos organizado las preguntas en tres grupos, fuentes de información, recursos electrónicos y herramientas de búsqueda de información.

Hicimos preguntas sobre cinco lugares, físicos y virtuales, que los encuestados utilizan para buscar información y que denominamos *fuentes de información*. Estos son los siguientes:

- Motores de búsqueda
- Bibliotecas
- Librerías
- Bibliotecas en línea
- Librerías en línea

Hicimos preguntas sobre tipos de recursos electrónicos con los que los encuestados están familiarizados y utilizan para obtener información, a los que denominamos *recursos electrónicos* y son los siguientes:

- Motores de búsqueda*
- Librerías en línea*

* Los motores de búsqueda y las librerías en línea se incluyen tanto como fuentes de información como recursos electrónicos.

- Revistas/revistas electrónicas
- Libros electrónicos (digitales)
- Sitios web sobre temas específicos
- Mensajería instantánea
- Suscripción a información por correo electrónico
- Servicios de referencia bibliotecarios en línea
- Sitios webs de las bibliotecas
- Noticias en línea
- Bitácoras
- Bases de datos en línea
- Correo electrónico
- Servicios de distribución selectiva de información
- Servicios de “Consultas a un Experto”
- Libros sonoros (descargable/digital)

Le preguntamos a los encuestados sobre impresiones, actitudes y grado de familiaridad con fuentes de información de todos conocidas y los recursos asociados a ellas. A estos los denominamos *herramientas de búsqueda de información comerciales* y son las siguientes:

- | | |
|--|---|
| • About,com | • HotBot,com |
| • AllTheWeb,com | • iWOn,com |
| • AltaVista,com | • Library Web sites** |
| • AOL Search | • LookSmart,com |
| • Consulte a un experto
(e,g,, para tareas escolares)** | • Lycos,com |
| • Ask Jeeves,com | • MSN Search |
| • Clusty,com | • Netscape Search |
| • Dogpile,com | • Servicios de referencia bibliotecaria en línea
(El Bibliotecario Responde)** |
| • Excite,com | • Teoma,com |
| • Gigablast,com | • Yahoo,com |
| • Google,com | |

**Consulte a un experto, los sitios webs de las bibliotecas y los servicios de referencia bibliotecaria en línea no son herramientas de búsqueda comerciales, sino recursos electrónicos. Se han incluido aquí para contrastar las impresiones y actitudes de los encuestados sobre las herramientas de búsqueda comerciales con sus impresiones y actitudes sobre las bibliotecas,

Parte 2. Uso de la biblioteca. En persona y en línea. Trata de lo que hemos descubierto sobre cómo los consumidores de la información utilizan las bibliotecas y sobre cómo las nuevas fuentes de información, recursos electrónicos y herramientas de búsqueda de información comerciales están afectando e influyendo en su comportamiento.

Parte 3. La imagen de la biblioteca. Analiza los factores determinantes de la imagen tradicional de la biblioteca como son las características positivas y negativas, la confianza, los valores y la presencia de la biblioteca en la vida diaria del individuo. Presentamos los resultados sobre las impresiones más destacadas que los encuestados tienen de las bibliotecas, así como sobre su objetivo o lo que pueden llegar a ser.

Parte 4. Consejos de los encuestados a las bibliotecas. Ofrece opiniones y consejo originales sobre los servicios, recursos y las instalaciones de las bibliotecas. Los encuestados no escatimaron sus consejos (ofreciendo más de 3.000) y muchos conocían bien las bibliotecas y los servicios que ofrecen, como lo demuestran las expresiones que utilizaron. El Apéndice B (http://www.oclc.org/reports/pdfs/percept_appb.pdf) incluye una muestra del 10% de las respuestas que dieron.

Parte 5. Las bibliotecas. ¿Imagen “Universal”?, analiza la coincidencia y uniformidad de las respuestas ofrecidas en todas los países estudiados. La coincidencia de las impresiones, actitudes y prácticas manifestadas nos sugiere que la imagen de la “Biblioteca” es tanto nacional como universal.

La **conclusión** resume los resultados presentados de forma general en el informe.