

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

CONCLUSIÓN [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, la publicación de la Introducción y Partes 1 y 2 aparecieron publicadas en el número anterior de este Boletín mientras que las Partes 3, 4 y 5 y Conclusiones aparecen en éste.
- 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.

CONCLUSIÓN

El objetivo de este informe es ofrecer al personal y miembros de la OCLC y a los profesionales de las bibliotecas en general datos sobre las percepciones y prácticas cotidianas del usuario de la información y qué posición ocupa la biblioteca en el mundo en que se mueve.

Es el resultado de una necesidad de entender mejor los intereses, hábitos y comportamiento de la gente que utiliza las bibliotecas en un período en el que la información destaca por su abundancia. En el informe del 2003 titulado *The 2003 OCLC Environmental Scan* se sugirió en las conclusiones (a partir de las tendencias que identificamos) que el lugar que ocupan las bibliotecas hoy día no está tan claro como antes.

Las bibliotecas, muchos de sus recursos y servicios, y los expertos de la información que trabajan en ellas parecían ser cada vez menos visibles para el usuario de la información de hoy, pero no podíamos conocer con ninguna certeza la envergadura y la duración de este aparente cambio, ya que, como indicamos en la introducción de este informe, no existen estudios a gran escala recientes sobre los que basarnos.

Para resolver esta carencia, hemos compilado una base de datos con más de 270.000 opiniones, hábitos y recomendaciones de más de 3.300 usuarios de la información de seis países. La base de datos contiene más de 20.000 comentarios literales sobre la biblioteca, los recursos de Internet, los servicios bibliotecarios y la "imagen" de la biblioteca. En este informe no hemos identificado y analizado los datos desde todas las perspectivas (investigación que seguimos actualmente realizando), pero hemos descubierto mucho sobre los usos y percepciones de estos usuarios de la información. A continuación, presentamos un resumen de los resultados y algunas conclusiones y observaciones.

RESULTADOS DEL INFORME

...sobre las percepciones y hábitos de los usuarios de la información

- Los encuestados utilizan los motores de búsqueda para comenzar las búsquedas de información (84 por ciento). Un uno por ciento comienza la búsqueda de información con un sitio web de biblioteca. (*Parte 1.2*)

- La calidad y cantidad de información son los determinantes principales de haber realizado una búsqueda de información satisfactoria. A los motores de búsqueda se les valora por encima de los bibliotecarios. *(Parte 2.6)*
- El criterio seleccionado por la mayoría de los usuarios de la información para evaluar los recursos electrónicos es que la información sea *pertinente*, seguido de que sea *gratis*, mientras que la *rapidez es menos importante*. *(Partes 3.1 and 3.4)*
- Los encuestados no confían en la información por la que se paga más que en la información gratuita. Los comentarios literales nos sugieren que los encuestados *confían mucho en la información gratuita*. *(Parte 3.4)*
- A los usuarios de la biblioteca les gusta valerse por sí mismos. La mayoría de los encuestados no buscan ayuda cuando utilizan los recursos de la biblioteca. *(Parte 2.4)*
- Los usuarios con carnet de lector utilizan más los recursos de información que los que no lo tienen y tienen una disposición más favorable hacia las bibliotecas que los que no lo tienen. *(Partes 1.1, 1.4 y 3.7)*
- La edad a veces importa y a veces no. A veces las respuestas son similares en todos los grupos de edad (en el caso de los Estados Unidos), lo que nos sugiere que las preferencias y usos son independientes de la edad. El uso del correo electrónico es un ejemplo. En otros temas, las respuestas varían considerablemente según la edad de los encuestados. Por ejemplo, los jóvenes estadounidenses, a diferencia de los mayores de 65 años, tienden a considerar que el bibliotecario no aporta valor añadido al proceso de búsqueda de información. *(Parte 2.6 y todas las Partes en general)*
- Los resultados son generalmente similares en todos los países analizados. Las repuestas de los encuestados del Reino Unido presentan la mayor variación en comparación con otros países. *(Parte 5 y todas las Partes en general)*

RESULTADOS DEL INFORME

...sobre las bibliotecas

- Los usuarios de la información utilizan la biblioteca, aunque lo hacen con menos frecuencia y leen menos desde que comenzaron a utilizar Internet. La mayoría de los encuestados prevén que en el futuro su uso de la biblioteca continuará igual. *(Partes 1.1 y 3.7)*
- El préstamo de libros impresos es el servicio más usado de las bibliotecas. *(Parte 2.1)*

- Los “libros” es la imagen que tienen los encuestados de la biblioteca y esta imagen no tiene competencia. (*Parte 3.8*)
- La mayoría de los usuarios de la información ni conoce ni usa la mayoría de los recursos de información electrónicos de la biblioteca. (*Partes 1 y 2*)
- Los estudiantes universitarios son los que más utilizan la biblioteca y sus recursos, tanto físicos como electrónicos. (*Partes 1 y Parte 2*)
- Sólo el 10 por ciento de los estudiantes universitarios respondió que la colección de su biblioteca satisfizo sus necesidades de información tras haber accedido al sitio web de la biblioteca desde un motor de búsqueda.
- La mayoría de los usuarios de la información conoce muchos de los servicios que la biblioteca presta a la comunidad y la función que ésta desempeña en la comunidad en general. La mayoría de los encuestados coincide en que la biblioteca es un lugar para aprender. (*Parte 4.1*)
- Los comentarios hechos por los encuestados ofrecen consejos claros para la biblioteca tradicional: que esté limpia, luminosa, cómoda, con un temperatura agradable, bien iluminada, con personal agradable, horarios adecuados a su forma de vida y que dé publicidad a sus servicios. Las bibliotecas también deben encontrar la mejor forma de hacer llegar el material a los usuarios, en lugar de hacerles ir a ella. (*Apéndice B* - http://www.oclc.org/reports/pdfs/percept_appb.pdf)

...sobre las alternativas a la biblioteca

- A los usuarios de la información les gusta *valerse por sí mismos*, utilizando la experiencia personal y el sentido común para juzgar si la información electrónica es fiable, además de contrastarla en varios sitios web. (*Parts 3.2 and 3.5*)
- El 90 por ciento de los encuestados están satisfechos con su búsqueda de información más reciente usando un motor de búsqueda. La satisfacción con la experiencia de la búsqueda en su conjunto tienen una fuerte correlación con la calidad y cantidad de información recuperada en el proceso de búsqueda. (*Parte 2.6*)
- La gente confía en la información que encuentra utilizando tanto los motores de búsqueda como las bibliotecas. La confianza en los dos es la misma. (*Parte 3.3*)
- Los motores de búsqueda se adecúan a la forma de vida de los usuarios de la información mejor que la biblioteca tradicional o la biblioteca en línea. La

mayoría de los encuestados estadounidenses (los comprendidos entre 14 y 64 años) consideran que los motores de búsqueda se adecúan perfectamente a sus necesidades. (*Parte 3.7*)

CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

¿Qué se confirmó?

Como se mencionó brevemente en la introducción del informe, muchos de los resultados de la encuesta no sorprenden sino que confirman las tendencias que se indicaron en el informe anterior titulado *The 2003 OCLC Environmental Scan*.

Los resultados del cuestionario confirman que los usuarios de la información utilizan las bibliotecas. El número de usuarios con carnet de biblioteca es convincente y la mayoría utilizan los servicios de la biblioteca al menos una vez al año, principalmente para el préstamo de libros, el acceso a las obras de referencia y la ayuda en la búsqueda. Los encuestados comparten muchos aspectos positivos sobre estos recursos tradicionales así como sobre el espacio de la biblioteca. Cuando se les pidió que dieran un consejo a la biblioteca, muchos sugirieron que se aumentara la cantidad y variedad de los recursos de información tradicionales (con frecuencia se pidió que hubiera “más libros”) así como el número de horas que estuviese abierta. Claramente, los encuestados quieren poder visitar la biblioteca, aunque con unos servicios más apropiados.

Los resultados confirman también que la mayoría de los usuarios de la información no hacen mucho uso del total de recursos electrónicos (revistas electrónicas, bases de datos y el servicio de referencia, por ejemplo) que las bibliotecas ponen a disposición de sus comunidades. Muy pocos encuestados utilizan estos recursos de forma regular y la mayoría no saben que las bibliotecas disponen de ellos. La mayoría no utilizan la página web de la biblioteca desde donde se accede a los recursos electrónicos). Los estudiantes universitarios son la excepción, ya que los utilizan significativamente con más frecuencia y son los que están más familiarizados con lo que ofrecen las bibliotecas.

Los resultados confirman que los encuestados conocen que las bibliotecas están conectadas a la red y muchos utilizan sus ordenadores para acceder a Internet y usar sus recursos. La mayoría de los estudiantes de bachillerato y de universidad utilizan los ordenadores de la biblioteca de forma regular.

El cuestionario confirma los resultados de otros muchos estudios: el uso de los recursos de información de Internet es generalizado. Los encuestados utilizan los motores de búsqueda, el correo electrónico y la mensajería instantánea de un modo regular para obtener y compartir información. Muchos los utilizan a diario y la mayoría semanal o mensualmente. Los sitios web especializados, los servicios de noticias en

línea, los blogs y los contenidos web en formato RSS también se utilizan, aunque sea mínimamente. La biblioteca no es ni la primera ni la única fuente de búsqueda para muchos usuarios de la información. Los motores de búsqueda son el lugar favorito para comenzar una búsqueda y los encuestados indican que Google es el buscador usado más recientemente con este fin.

El mercado de los recursos de información (herramientas, contenido y acceso) está creciendo, no disminuyendo, ofreciendo más opciones y posibilidades a las personas que utilizan la web para buscar información y contenido. Los usuarios de la información están dispuestos a experimentar con los nuevos recursos e incorporarlos a las herramientas de información que ya utilizan. La gente continúa leyendo, aunque lo hacen con menos frecuencia conforme utilizan otras formas de acceso a la información y el contenido. Las bibliotecas se consideran como el lugar para los recursos tradicionales (libros, obras de referencia y ayuda en la búsqueda) y para acceder a Internet. Los resultados del cuestionario confirman que las bibliotecas no se consideran como la elección principal para acceder a los recursos electrónicos.

El conocimiento, usos y preferencias se mantuvieron bastante uniforme en todos los países estudiados y en todos los grupos de edad de los Estados Unidos. Aunque se observaron diferencias de preferencias según la edad y el país, en líneas generales las tendencias se mantienen uniformes. Los usuarios de la información en línea analizados utilizan Internet “universalmente”, más que la biblioteca, para acceder a los recursos de información electrónicos.

¿QUÉ SE REVELÓ?

El cuestionario reveló cómo eligen los recursos de información electrónicos los usuarios de la información y cómo los evalúan y toman decisiones sobre la calidad, fiabilidad y valor económico de los recursos de las bibliotecas y, en general, de la web.

Aunque es fácil asumir que los motores de búsqueda es la principal elección de los usuarios de la información por la rapidez con la que se recupera la información, el estudio reveló que la rapidez no es ni la única ni la principal razón por la que los buscadores son el punto de partida para comenzar una búsqueda. La calidad y la cantidad de la información recuperada es el principal indicador para determinar la satisfacción con la búsqueda en su conjunto. Los encuestados dijeron que los motores de búsqueda recuperan más información de mayor calidad que las búsquedas con la ayuda de un bibliotecario (y con mayor rapidez). A medida que cada vez más haya información digital accesible directamente mediante los buscadores, la cantidad aumentará y, en general, la cantidad de información de calidad es probable que también incremente.

Los usuarios confían en la información que obtienen tanto de las bibliotecas como de los motores de búsqueda, casi por igual. Mientras que todos los grupos de edad de los Estados Unidos dijeron que confiaban en ambas fuentes de información, los jóvenes de 14 a 24 años mostraron un mayor nivel de confianza en la información obtenida mediante los buscadores. ¿Hasta qué punto se podría atribuir esta confianza a una mayor familiaridad y frecuencia de uso de los recursos electrónicos de la web? La mayoría de los jóvenes estadounidenses no están familiarizados con los recursos electrónicos de la biblioteca, pero sí que lo están con los motores de búsqueda, el correo electrónico y el chat. A medida que haya cada vez más contenido directamente accesible mediante los buscadores, la familiaridad con una mayor cantidad y variedad de contenido digital es probable que también aumente. ¿Continuarán aumentando también la fiabilidad?

El cuestionario puso de manifiesto que los usuarios no sólo están satisfechos con el hecho de valerse por sí mismos para acceder a la información, sino que además están convencidos de que lo pueden hacer bien. Cuando se les pidió que dijeran cómo juzgan la fiabilidad de información, el “sentido común/experiencia personal” fue el método más usado. El 86% de los encuestados están convencidos de que poseen la experiencia personal para evaluar los recursos de información. Cuando quieren validar la información, se valen de sí mismos de nuevo buscando en otra página web que contenga información similar (82%). Esta independencia también se reflejó en el uso que los encuestados hacen de la biblioteca. La mayoría dicen que no han solicitado ayuda para usar ningún recurso de la biblioteca, ni de la biblioteca “física” ni de la virtual. A medida que haya cada vez más contenido digital accesible a través de Internet, el número de fuentes tanto para recuperar como para validar información es probable que también incremente, haciendo que a su vez aumente la independencia y la confianza en sí mismo del usuario.

Los usuarios piensan que la información debería ser gratuita. La mayoría de los encuestados no pagarían por la información y aquellos que lo hacen (25%) esperan que cada vez menos pagarán por ella en el futuro. También está claro que los usuarios no piensan que la calidad de la información está en relación directa con su calidad. Es de todos conocidos que la biblioteca ofrece acceso a material “gratuito”, aunque la mayoría de los usuarios no son consciente de que en su biblioteca pueden acceder gratuitamente a información electrónica. Puesto que muchos encuestados no están familiarizados o utilizan con poca frecuencia la página web de la biblioteca, no acceden a esta información gratuita que ofrece la biblioteca. Los comentarios literales del Apéndice B (http://www.oclc.org/reports/pdfs/percept_appb.pdf) demuestran la predilección de los encuestados por el material gratuito así como sus frustraciones cuando intentan acceder a él y tener que ir a la biblioteca para usarlo. Los usuarios quieren y esperan usar cada vez más información “gratuita” y sin trabas de acceso en el futuro.

En general, los encuestados se sienten satisfechos con las bibliotecas y los bibliotecarios, aunque la mayoría no piensa que en el futuro las utilizarán más de lo que ahora hacen. Muchos de ellos, los adolescentes en particular, usan menos la biblioteca desde que empezaron a utilizar Internet. Los comentarios muestran que los encuestados sienten un gran apego por las bibliotecas como lugares físicos, aunque muchas de estas asociaciones positivas son de naturaleza nostálgica y tienen que ver principalmente con los libros. Tal y como afirmó un encuestado estadounidense, "... cuando era pequeño me encantaba ir a la sección de niños para leer libros y sacarlos en préstamo. Me encantaba el olor a libro viejo". Este afecto por la biblioteca tradicional es un punto a favor que todas ellas comparten, aunque no está claro si este "cariño" se siente, o sentirá, por igual hacia los recursos electrónicos o si, en el futuro, marcará la diferencia en la elección que el usuario haga de las fuentes de información.

De hecho, los encuestados sienten un gran afecto por la "biblioteca" como institución, pero están claramente descontentos con el funcionamiento de los servicios bibliotecarios que utilizan. Una mala señalización, un entorno poco acogedor, un personal poco amistoso, falta de aparcamiento, un lugar sucio y frío, sistemas difíciles de usar y un horario poco adecuado fueron algunos de los comentarios que los encuestados dijeron una y otra vez. El mensaje está claro: hay que mejorar la sensación física que los usuarios experimentan al utilizar las bibliotecas.

El cuestionario reveló que los encuestados tienen mucho que decir cuando se les pregunta acerca de sus bibliotecas, la gente que les atiende y los servicios, lo que nos sugiere que las bibliotecas tienen una gran oportunidad de averiguar mucho más de lo que este informe revela sobre las impresiones que la gente de sus comunidades tiene, por ejemplo, mediante la realización de encuestas.

LA IMAGEN DE LA BIBLIOTECA

Uno de los objetivos más importantes de este proyecto era tener una noción más clara sobre la imagen de la "Biblioteca" en el 2005. ¿Qué piensan los usuarios de la información sobre las bibliotecas en la actualidad? ¿Cómo las identifican dentro del creciente universo de alternativas para la recuperación de información? ¿Cuál es la imagen que se tiene de la "biblioteca" como otro producto más dentro del mercado de la información?

¿Cuál es el lugar que ocupa la biblioteca en la mente de los usuarios de información? Con una gran diferencia, los encuestados consideran la "biblioteca" como sinónimo de "libros". Cuando se les pregunta por lo primero que se les pasa por la cabeza al mencionarles las bibliotecas, los usuarios de información contestan "Libros".

Conocimiento, fiabilidad y calidad - estos son las características intangibles que se suelen asociar al concepto de “producto comercial”. Todos los productos, desde los buscadores hasta los coches o las bibliotecas, pueden ser conocidos o no, fiables o no, y ofrecer la mejor calidad o no. En la encuesta, nosotros contrastamos estos conceptos en relación con los productos comerciales.

En cuanto al conocimiento que se tiene de la biblioteca. ésta es muy conocida por todos como proveedora de libros. Los buscadores son muy conocidos como proveedores de información electrónica. En cuanto a la fiabilidad, la cosa no está tan clara ya que se confía por igual tanto en las bibliotecas como en los buscadores de información. En lo referente a la calidad, los encuestados ven a ambos, tanto a las bibliotecas/bibliotecarios como a los buscadores, como proveedores de información de calidad. Una vez más, las diferencias no están nada claras. En conclusión, los datos nos dan a entender que, en última instancia, serían los buscadores los que ganarían el pulso.

La “biblioteca” como producto comercial domina en una categoría: los libros. Sería estupendo asumir que cuando los encuestados se refieren a los “libros” lo que realmente están diciendo es que éstos representan esas cualidades intangibles mencionadas anteriormente de conocimiento, fiabilidad y calidad de la información. No obstante, los datos no confirmaron esto. Examinamos miles de las respuestas a las preguntas abiertas en las que se pedían a los encuestados que dijeran qué ideas positivas asociaban con la biblioteca y su finalidad. Buscamos palabras y frases que mencionaran términos tales como “calidad”, “confianza”, “conocimiento”, “aprendizaje”, “educación”, etc. Encontramos algunas menciones de estos términos, pero eran relativamente pocas. Al contrario que la palabra “libros” que dominó en todos los países encuestados y en todos los grupos de edad.

Además de ser conocidos, fiables y de alta calidad, los productos comerciales importantes deben ser pertinentes. La relevancia es el grado por el cual la gente considera si un producto satisface sus necesidades. En la encuesta examinamos la relevancia y las costumbres de los usuarios de información. Más de la mitad de los encuestados dijeron que los buscadores encajan perfectamente en su rutina diaria. El 17% respondió que las bibliotecas se adecúan a sus costumbres diarias. Más del 20% afirmaron que las bibliotecas no encajan con su estilo de vida. De las actividades que los encuestados están haciendo menos desde que comenzaron a utilizar Internet, ver la televisión es la primera (39%) y el uso de la biblioteca es la segunda (33%). La lectura de libros, el principal rasgo distintivo de la biblioteca, es la tercera con un 26%. No se puso en cuestión el valor que los recursos de la biblioteca y los bibliotecarios añaden a la búsqueda de información, pero los datos nos sugieren que para el usuario la pertinencia de ese valor y su adecuación a su estilo de vida sí que está en cuestión.

En un mundo donde los recursos de información y las herramientas de acceso a ella continúan aumentando, al igual que su relevancia para los usuarios de la información en línea, la característica diferenciadora de la biblioteca sigue siendo los libros. No obstante, ésta no ha sabido “vender” su imagen e incorporar a ella los recursos electrónicos y los servicios en línea.

¿Sería posible ampliar y actualizar esta imagen para hacerla más relevante al usuario y ser algo más que libros? Aunque resulta difícil indagar en esta cuestión mediante una única encuesta, nosotros decidimos analizar brevemente este concepto. Les pedimos a los encuestados que identificaran el “propósito principal” que ellos pensaban que debía tener la biblioteca. ¿Cuál debería/podría ser la imagen de la biblioteca? Mientras que la tercera parte de los encuestados seguía respondiendo que los libros eran su objetivo principal, más del 50% pensaba que era la “información”. Esta impresión se mantuvo constante en todos los países encuestados. Los jóvenes estadounidenses son los que más opinaban que los libros eran su propósito principal, mientras que los de más de 25 años se inclinaban más a pensar que era la información.

Este estudio sugiere que existe la posibilidad de ampliar la imagen de la biblioteca más allá de los libros. Sería necesario profundizar en esta dirección.

La similitud de las impresiones que los encuestados tienen sobre las bibliotecas y sus recursos en los seis países es asombrosa. Nos da a entender que las bibliotecas se perciben como una solución común, una única organización (una sola entidad con diferentes sucursales), constante, estable, y previsible. La “biblioteca” es, en esencia, un “producto comercial” universal, una imagen dominada por la nostalgia y reforzada por la experiencia común.

Esta visión global y nostálgica debería ser razón suficiente como para que toda la comunidad bibliotecaria se preocupe, pero también nos ofrece un punto de partida que se puede aprovechar para llevar a cabo un cambio a gran escala. En un mundo en el que la información está pasando rápidamente a ser virtual, un imagen “universal” puede ser muy eficaz y poderosa. Las bibliotecas deben aprovechar esta ventaja y trabajar todas juntas para “rejuvenecer” esta imagen. No se trata únicamente de dar a conocer al usuario de la información la biblioteca actual. Intentar enseñar a gente cuyos hábitos y estilo de vida están cambiando y han cambiado, raramente funciona. No funciona en el caso de las grandes empresas y no funcionará tampoco con las bibliotecas. El rejuvenecimiento de la imagen de la biblioteca depende de las habilidades de los miembros de la toda la comunidad bibliotecaria en rediseñar los servicios bibliotecarios, de modo que la gran cantidad de recursos (impresos y digitales) que gestionan para sus comunidades puedan estar disponibles y ser accesibles y utilizadas. Rejuvenecer esta imagen depende de la forma en que se reconstruya la impresión que el uso de la biblioteca deje en el usuario. Aunque para el usuario parece tener menos relevancia la necesidad de contar con lugares de distribución de “contenidos”

que ya no están disponibles en soporte físico, la necesidad de las bibliotecas como lugares de encuentro en una comunidad o en la universidad no ha disminuido. Los datos son muy claros. Cuando se les pregunta, los usuarios de información ven el papel de las bibliotecas en la comunidad como *un sitio en el que aprender, un lugar para la lectura, un lugar para acceder a la información gratuitamente, un lugar de apoyo a la alfabetización, un lugar que ofrece ayuda a la investigación, un lugar que ofrece acceso gratuito a los ordenadores/Intenet* y mucho más. Estos servicios bibliotecarios son relevantes y claramente diferenciados.

Las bibliotecas continuarán compartiendo una esfera de la información cada vez mayor con un número también cada vez mayor de productores, proveedores y usuarios de “contenidos”. Los usuarios de información continuarán valiéndose ellos mismos para acceder a una variedad de información en constante crecimiento. El reto de las bibliotecas es definir claramente y promocionar el lugar que ocupa en esa esfera de la información, sus servicios y colecciones tanto físicas como virtuales.

Es hora de rejuvenecer la imagen de la biblioteca.