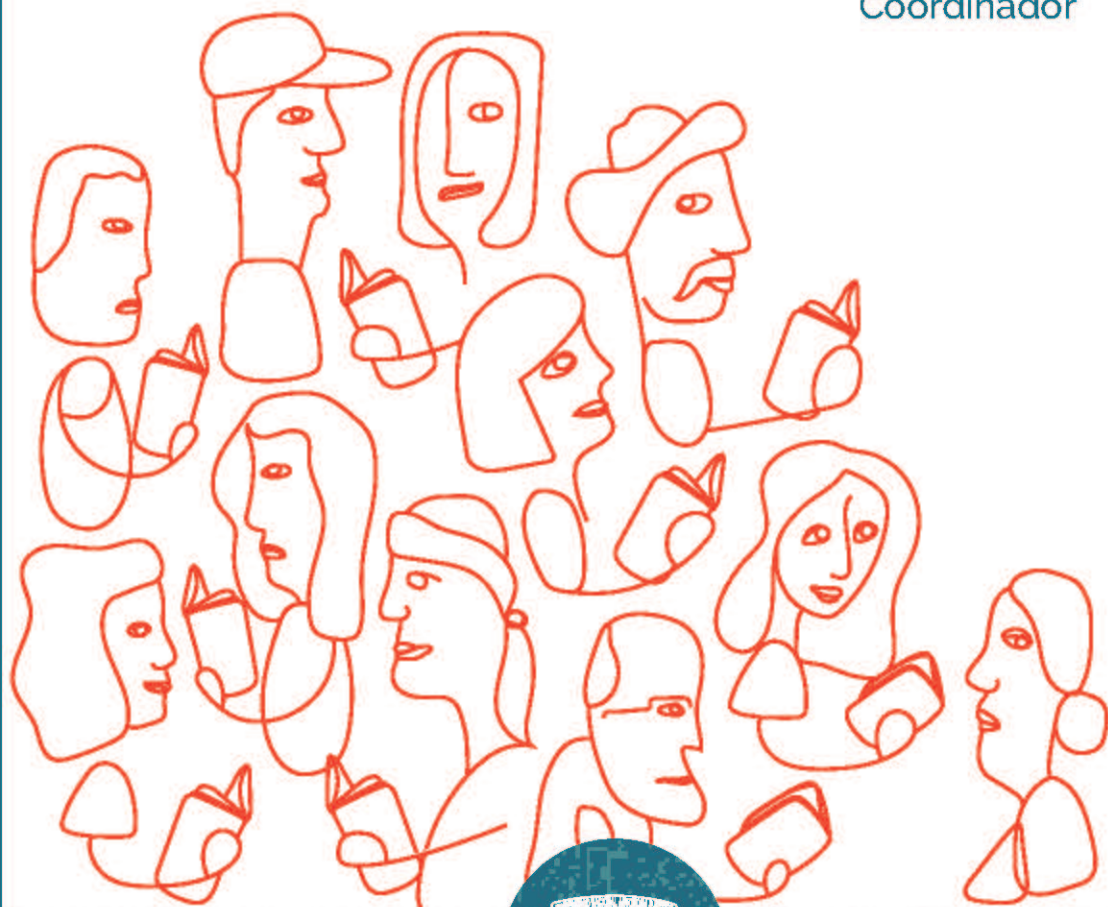


USUARIOS EN DIFERENTES CONTEXTOS INFORMATIVOS: ASPECTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

Juan José Calva González

Coordinador



Z678.88
U79

Usuarios en diferentes contextos informativos : aspectos teóricos y prácticos / Coordinador Juan José Calva González. - México : UNAM. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2020.

xi, 187 p. - (USUARIOS DE LA INFORMACIÓN)

ISBN: 978-607-30-3616-0

1. Usuarios - Necesidades de información - Teoría y práctica. 2. Comunidades - Servicios de información. 3. Comportamiento informativo. I. Calva González, Juan José, coordinador.

Diseño de portada: Natalia Cristel Gómez Cabral

Primera edición, 2020

D.R. © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Ciudad Universitaria, 04510, Ciudad de México

Impreso y hecho en México

ISBN:

Publicación dictaminada

2020

El giro hermenéutico en los estudios de usuarios de información

JUAN ANTONIO GÓMEZ GARCÍA
UNED, ESPAÑA

DE LA ONTOLOGÍA A LA METODOLOGÍA DE LOS ESTUDIOS DE USUARIOS DE INFORMACIÓN

En el presente trabajo, voy a tratar sobre los fundamentos epistemológicos y metodológicos de los estudios de usuarios de información, considerados a la luz del *Modelo NEIN* (*Modelo de las necesidades de información*), propuesto por Juan José Calva.¹ En anteriores trabajos he reflexionado sobre la naturaleza hermenéutica de este modelo,² en tanto que responde a una perspectiva ontológica en su consideración de la fenomenología de las necesidades de información.

1 Me remito, por ejemplo, a los siguientes trabajos del autor: Calva González (2007); Calva González, Juan José en Ríos Ortega y Ramírez Velázquez (2014) y Calva González (2004).

2 Vid., por ejemplo: “El trasfondo hermenéutico de los estudios de usuarios de la información”, en Calva González (2015, 1-20); “Hermenéutica del comportamiento informativo en los estudios de usuarios de información”, en Calva González (2015, 21-38); “El contexto informativo del investigador en derecho y ciencias jurídicas: la metodología de investigación”, en Calva González (2015, 135-158); y “El método hermenéutico aplicado a los estudios de usuarios de la información”, en Calva González (coord.) (2016, 1-28).

Corresponde ahora dar un paso más; esto es —como se dice usualmente en Hermenéutica— avanzar desde la *comprensión* a la *explicación*, desde el plano ontológico al epistemológico, al abordar toda la inabarcable y variadísima fenomenología que pretende abarcar el Modelo NEIN, al de plantear y desarrollar estudios de usuarios de información. Se trata, en suma, de pasar del *qué* son los estudios de usuarios (su comprensión), al *cómo* se articulan metodológicamente (su explicación).

De alguna manera, se pretende arribar a una suerte de corolario final en la consideración hermenéutica de la fenomenología de las necesidades de información y, consiguientemente, de los estudios de usuarios que puedan operarse plantearse y realizarse a partir de aquélla.

Al efectuar este tránsito desde lo ontológico a lo metodológico, la primera cuestión que se nos plantea es la de la adecuación entre la naturaleza de la cosa que pretendemos conocer y los modos en que podemos conocerla. Dicho en otras palabras: la cuestión de las relaciones entre la realidad y el método. Ésta es una de las cuestiones fundamentales en la epistemología y en la metodología en general y, desde luego, éste no es el lugar para tratarla en profundidad; lo que sí me interesa aquí es considerarla específicamente bajo el Modelo NEIN, en tanto que modelo hermenéutico de conocimiento de la fenomenología de las necesidades de información.

CONSIDERACIÓN PREVIA: QUÉ ENTENDEMOS POR ESTUDIOS DE USUARIOS DE INFORMACIÓN

El momento metodológico por antonomasia es el de la investigación; esto es, el momento en que se ejecuta y valida un determinado modelo teórico en una concreta actividad investigadora. En el ámbito de la fenomenología de las necesidades de información, tal momento (y tal investigación) es el de los estudios de usuarios; por lo tanto, cualquier tentativa de reflexión metodológica al respecto se encuentra vinculada inexcusablemente a la

problemática de estas investigaciones, de ahí que resulte necesario aclarar inicialmente qué entendemos por *estudios de usuarios de información*.

Prácticamente toda la literatura existente sobre el concepto de estudios de usuarios de la información ha puesto de manifiesto su carácter práctico, puntual, coyuntural, muy relacionado con situaciones concretas en las que se buscan respuestas y soluciones a propósito de problemas que se plantean en la cotidianidad de los profesionales de la información, lamentándose, por lo general, de que se haya desarrollado muy escasamente la reflexión teórica al respecto, tanto en cuestiones conceptuales de fondo, como en sus aspectos puramente metodológicos.³ No obstante, durante los últimos años, este panorama está cambiando y cada vez encontramos una preocupación mayor por estos aspectos teóricos, de tal manera que se han propuesto diversas conceptualizaciones y definiciones que están sirviendo de marco de referencia para enmarcar la cuestión de su metodología, y poder desarrollar investigaciones metodológicamente más sólidas y mejor fundadas.

Así pues, en primer término, debemos definir qué entendemos por *estudios de usuarios de información*, al menos con una pretensión meramente funcional, con el fin de enmarcar la cuestión de su metodología. En este sentido, resulta muy interesante y útil la definición ofrecida por Isabel Villaseñor, por su apertura y generalidad: “Actividad que, mediante la aplicación de uno o varios métodos, busca el conocimiento de todo lo relativo a las necesidades informativas del ser humano”. La autora concreta y matiza esta definición inicial afirmando la *cientificidad* de tal “actividad”, al tratarse de una actividad propiamente investigadora, científica;

3 Esto explica que la gran mayoría de los estudios de usuarios se sustenten sobre metodologías de carácter empírico, sobre estudios de campo para intentar comprender coyunturas concretas y reales en la praxis profesional de sus autores, lo cual impide llegar a unas mínimas bases metodológicas, de carácter general, en torno a estas investigaciones (vid, por ejemplo: Hernández Salazar en Martínez Arellano y Calva González, (2004, 165-176) y Villaseñor Rodríguez, Isabel en Ríos Ortega y Calva González 2010, 161).

y, por lo tanto, sujeta a una determinada metodología, con el fin de aportar nuevo conocimiento de carácter científico (de hecho, la autora la considera –con mucha razón– una línea de investigación dentro de los estudios generales de Biblioteconomía y Ciencias de la Documentación).⁴

Dicho esto, la alternativa es clara: al plantear y desarrollar un estudio de usuarios se trata de aplicar, bien metodologías de carácter cuantitativo, o bien de carácter cualitativo (teniendo en cuenta, claro está, la posibilidad de diversas hibridaciones entre las mismas, en función del tipo de usuarios y de comunidad de usuarios que se trate, y de la aplicación concreta que se pretenda). Ésta es la distinción metodológica básica en el ámbito de las Ciencias Humanas y Sociales, que es al que pertenecen las Ciencias de la Información.

⁴ Villaseñor Rodríguez, Isabel: *Estudios de usuarios de información. Diseño metodológico e informe final*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2017, pp. 26-27. Otras definiciones pueden encontrarse en: Sanz Casado, Elías: *Manual de estudios de usuarios*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1994, p. 31; González Teruel, Aurora: *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Gijón: Trea, 2004, p. 24; y Martín Moreno, Carmen: “Metodología de investigación en estudios de usuarios”, en *Revista General de Información y Documentación* (2007, 17, núm. 2), p. 133.

Sin embargo, como pone de manifiesto Isabel Villaseñor, tales definiciones no resultan tan abarcadoras, abiertas ni precisas como la propuesta por la autora, al incidir excesivamente en aspectos parciales de los estudios de usuarios, en detrimento de otros, como por ejemplo, priorizando el aspecto cuantitativo como método prácticamente exclusivo de estos estudios, o contemplando solo alguna fase de la fenomenología de la información (necesidad, comportamiento o satisfacción), relegando a las otras a un segundo plano. En lo que sí coinciden todas ellas, de una manera u otra, es en poner de relieve la naturaleza científica de los estudios de usuarios de la información.

ESTUDIOS DE USUARIOS DE LA INFORMACIÓN, METODOLOGÍAS Y MÉTODOS CIENTÍFICOS: DE LO CUANTITATIVO A LO CUALITATIVO EN LOS ESTUDIOS DE USUARIOS DE INFORMACIÓN

Bajo las premisas anteriores, no es de extrañar que la gran mayoría de los estudios de usuarios de información se hayan basado y sustentado sobre metodologías y métodos cuantitativos. Las metodologías cuantitativas resultan muy útiles para conocer las necesidades de información de comunidades de usuarios que se encuentran muy clara y distintamente determinadas, tanto por su contexto espacio-temporal, como por el perfil de usuario que está en juego.

Tales metodologías resultan muy adecuadas, pues cuando se trata de conocer las necesidades de información de los usuarios determinados por su relación con un concreto centro o unidad de información, ya que permiten manejar más fácilmente variables objetivas, numéricas (al tener un menor grado de complejidad que otras comunidades, más amplias y heterogéneas en su conformación), en relación con tales necesidades (y consecuentemente, con el grado de satisfacción) de esos usuarios, de cara a optimizar, por parte de tal centro o unidad de información, sus servicios en todos los órdenes de su gestión (planificación y distribución de los recursos disponibles, identificación de prioridades en los servicios, fortalezas y debilidades en sus políticas de servicio, etcétera). En este caso, la naturaleza concreta y específica de la institución informacional propicia mucho más, y mejor, la aplicación de metodologías de carácter cuantitativo, por ejemplo, de tipo estadístico o bibliométrico.

Sin embargo, bajo una consideración de los estudios de usuarios como la expuesta anteriormente, tales metodologías pueden resultar, a todas luces, insuficientes e insatisfactorias. Es claro que los estudios de usuarios son investigaciones que pueden trascender el simple marco contextual de un concreto centro informacional, y que, por lo tanto, la complejidad aumenta exponencialmente. La comprensión de la fenomenología de las necesidades de información bajo el Modelo NEIN así lo demuestra; sin duda el Modelo NEIN pretende ser, valga la expresión, un modelo más

ambicioso, al comprender y explicar el fenómeno de las necesidades de información de los usuarios y, por ello, tiene la vocación de comprender un mayor grado de complejidad.

Como he afirmado en otras ocasiones,⁵ se trata de un modelo hermenéutico cuya característica esencial es, de entrada, su aptitud, su apertura y su objetivo de reducir la complejidad de cualquier comunidad informacional, sean cuales sean sus rasgos identitarios; de ahí que resulte un modelo perfectamente apto para fundar metodologías y aplicaciones de carácter cualitativo.

He aquí el reto metodológico de los estudios de usuarios de la información que plantea singularmente el Modelo NEIN: la oportunidad y la capacidad para plantear y desarrollar estudios de usuarios de información desde metodologías cualitativas, que son las propias de los modelos hermenéuticos en general. Ello no significa que el Modelo NEIN sea un modelo única y esencialmente cualitativo, sino más bien que, por su propia naturaleza hermenéutica, ofrece enormes posibilidades de llevar a cabo investigaciones de carácter cualitativo, por su acercamiento y consideración hermenéutica de la fenomenología de las necesidades de información.

Por lo tanto, el abordaje de la fenomenología de los usuarios de la información desde su consideración hermenéutica (esto es, en una escala de mayor complejidad, como puedan ser comunidades de usuarios que trascienden la mera adscripción objetiva a un determinado centro o unidad informacional) debe plantearse, al menos en sus bases, desde esta específica metodología: la cualitativa, la única que puede reducir toda esta complejidad.

La adopción de metodologías cualitativas requiere una fundamentación teórica de base que sea capaz de comprender y explicar la diversidad casuística que es susceptible de ser investigada en los estudios de usuarios de información. Como he dicho antes, el Modelo NEIN puede satisfacer, de entrada, tal exigencia epistemológica debido a su naturaleza hermenéutica. De este modo, lo que podríamos denominar *giro hermenéutico* en nuestro ámbito

5 Vid. nota 2 de este trabajo, por ejemplo.

de estudio, se concretaría en la adopción de metodologías básica o mayoritariamente cualitativas para planear, diseñar y realizar estos estudios, que combinen adecuadamente los aspectos cuantitativos y cualitativos, si bien teniendo presente –como digo– un enfoque esencialmente cualitativo.⁶ ¿En qué se basa este postulado? Veámoslo con más detalle.

ALGUNAS IDEAS GENERALES SOBRE LAS METODOLOGÍAS CUALITATIVAS EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Desde un punto de vista ontológico, lo cualitativo tiene que ver con el principio de diferencia del ser y de lo real, en tanto que lo cuantitativo se acomoda más al principio de identidad.

El ser y lo real pueden ser comprendidos unívocamente, reduciéndolos a una determinada identidad que permita explicarlos bajo un determinado criterio epistemológico. De este modo, lo cuantitativo, lo numérico y lo aritmético constituyen metodologías que ofrecen extraordinarias herramientas y posibilidades para efectuar tal propósito, y revisten, pues, una funcionalidad enorme para avanzar en su conocimiento. Sin embargo, debido a su univocidad ontológica, estas metodologías presentan el inconveniente de olvidar, relegar e incluso arrasar con las particularidades y los matices que, de suyo, son propios del ser y de lo real. Ya lo dijo Aristóteles en su *Metafísica*: “el ser es uno y se dice de muchas maneras” y, en consecuencia –señala el Estagirita– “la cualidad es en primer lugar la diferencia que distingue la esencia” (Aristóteles 5, XIV, 1013b).⁷ Por lo tanto, un excesivo univocismo ontológico

6 Obviamente, cada caso particular tiene su propia identidad e idiosincrasia y requiere, así, una metodología específica, que pueda ser mayoritariamente cuantitativa; pero la base de esta valoración es resultado, precisamente, de un acercamiento inicialmente cualitativo.

7 En *Categorías* (8b, 25) escribe Aristóteles: “Llamo cualidad a aquello según lo cual algunos se llaman tales o cuales; ahora bien, la cualidad es de las cosas que se dicen de varias maneras”.

puede resultar contraproducente en aquellos casos en que es específicamente necesario tener en cuenta (y respetar) el principio de diferencia. Así pues, lo cualitativo atiende más a lo que diferencia, que a lo que homogeniza.⁸

La integración de la diferencia –de la cualidad, en suma– se produce, en su mayor grado de plenitud, bajo modelos hermenéuticos, en la medida en que la hermenéutica permite comprender a la persona en su contexto, tanto interno como (sobre todo) externo. Rafael Capurro lo ha expuesto muy bien, a propósito específicamente de las Ciencias de la Información, al afirmar que éstas, bajo su consideración hermenéutica, toman como marco de referencia principal, no el elemento de pre-comprensión de un sujeto o usuario aislado (lo que Calva denomina los *factores internos* en su Modelo NEIN), sino “[...] el de una comunidad determinada así como la de un campo específico de conocimiento y/o de acción en la que el usuario está ya implícita- o explícitamente insertado” (Capurro 2007, 22). En efecto, esta interrelación entre el usuario individual y la comunidad en que se inserta, resulta muy difícil, en general, de ser comprendida satisfactoriamente bajo el reduccionismo univocista de las metodologías cuantitativas.

Y es que uno de los presupuestos fundamentales de los modelos cualitativos es que parten de que la realidad es plural, múltiple, heterogénea y diversa, de tal manera que su comprensión y explicación requiere, asimismo, de una aproximación que se adecúe a ella con la suficiente apertura, dinamismo y flexibilidad. Bajo esta consideración general, lo fundamental en estos modelos es que existen muchas y diferentes *miradas y puntos de vista*,

8 No obstante, no debe perderse tampoco de vista lo que hay en común entre aquellos elementos a los que se estudia, para evitar caer en un equivocismo absoluto que pueda resultar estéril y disolvente. En este sentido, la analogía (la lógica analógica) constituye un medio excepcional para efectuar tal actividad interpretativa, ya que permite, de algún modo, integrar y unificar sin perder de vista la diferencia y, por lo tanto, impide incurrir en tal equivocismo, tan improductivo desde el punto de vista epistemológico. Así lo expone Mauricio Beuchot magistralmente en su *hermenéutica analógica* (Beuchot 2000).

lo cual debe ser tenido muy en cuenta por el investigador, de tal manera que su actividad investigadora tenga como objetivo realmente la comprensión y la explicación del espacio socio-cultural que aborda, desde adentro: esto es, desde la perspectiva de las personas que conforman tal espacio, tratando de interiorizarlo con el fin de *interpretarlo*.

En esta relación investigador-investigado, no hay que olvidar la persona de este último, ya que sus ideas y concepciones entran también en juego en la actividad investigadora, llegando incluso a implicar a aquél directamente, claro está, desde una posición distinta al investigado: con una exigencia de apertura personal hacia lo investigado, pero –y esto es fundamental– sin perder el rigor científico. Ello implica que, con carácter previo a la acción investigadora, el investigador haya de tener un plan de investigación predeterminado en el que se contemple y recoja el sentido científico de su pesquisa. Implicación personal, empatía y afectividad, pero también rigor científico, pues de otro modo, no se estaría investigando nada, sino simplemente *viviendo* un determinado acontecimiento, más o menos inducido artificialmente.

De ahí que las metodologías cualitativas sean, casi siempre, *investigaciones en acción*, donde la interrelación entre investigador e investigado se encuentra en permanente movimiento. Por ello, en una investigación cualitativa, debe existir una interacción entre las partes involucradas que sea dinámica y flexible; ha de haber un intercambio donde el diálogo sea la vía ideal para la exteriorización de experiencias, vivencias y otras informaciones que contribuyan al esclarecimiento de lo que se indague.

Tal interrelación debe materializarse en un ambiente horizontal, no jerárquico, en el que el conocimiento científico, el éxito y el prestigio del investigador no se conviertan en un obstáculo para la intercomunicación, de tal modo que la investigación pueda estar en permanente construcción, donde todo esté, a la vez, *hecho y por hacerse*, determinado e indeterminado.

De este modo, el investigador tratará de llegar a las bases estructurales de la compleja realidad que está tratando de comprender y explicar, ya que, en el fondo, se entiende que tal realidad,

aun cuando sea poliédrica, multiforme, mutable y diversa, posee una unidad orgánica y una estructura holística que manifiestan, en último término, las claves interpretativas de la misma para el investigador.⁹

En suma, en las metodologías cualitativas lo realmente importante es el *sentido* de la investigación, más que los datos en sí mismos. No basta ya con darle sentido a la información obtenida en sí misma, sino también –específicamente en el campo que nos ocupa– a los estudios de usuarios de tal información como producto investigativo. Naturalmente, las metodologías cualitativas no se conciben ni se aplican de manera tan radical, sino que, por lo general, han de complementarse con metodologías cuantitativas que sirvan para afirmar objetivamente lo que se está investigando.

EL MODELO NEIN COMO MODELO CUALITATIVO

Hemos venido sosteniendo que el Modelo NEIN es un modelo hermenéutico; por lo tanto, permite poner en ejercicio investigaciones de carácter cualitativo. Tales investigaciones han de diseñarse metodológicamente a través de métodos, técnicas e instrumentos acordes con tal carácter, de tal manera que permitan dar cuenta lo más precisa y rigurosamente posible de la problemática interpretativa en juego, en el estudio de usuarios que pretende llevarse a cabo.

En este sentido, voy a fijarme seguidamente en los aspectos cualitativos implícitos en el Modelo NEIN, examinando individualmente cada una de sus fases: surgimiento de la necesidad de información en el usuario, comportamiento informativo encaminado a satisfacerla y satisfacción o insatisfacción derivada de tal comportamiento.

9 Cfr. Fernández Hernández y Rivera “El paradigma cualitativo y su presencia en las investigaciones de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información” (2009, 9).

SURGIMIENTO DE LA NECESIDAD DE INFORMACIÓN PARA EL USUARIO (FASE INICIAL)

La cuestión metodológica fundamental a plantearse (y a resolver) en esta fase se resume, a mi juicio, en la siguiente pregunta: ¿cómo comprender las condiciones y los modos bajo los que surgen las necesidades de información para un usuario en el contexto de su comunidad? Se trataría, así, de interpretar, para comprender y explicar, el medio antropológico, cultural, geográfico, social, político, jurídico, etcétera, en los que se desenvuelve tal comunidad, en relación con el surgimiento de esa necesidad concreta que se le presenta a ese usuario en particular.

Técnicamente, se trataría de articular métodos y estrategias para que el investigador pueda incursionar en el seno de tal comunidad de usuarios con el fin de empatizar en el mayor grado posible con los factores internos del usuario al que le surge tal necesidad, en relación con los factores externos que le rodean. Solo bajo esta contextualización se puede llegar a una comprensión cabal de esta fase y, desde luego, el investigador debe realizar, al efecto, un juicio práctico (o varios), de carácter *fronético*, que puedan regir su actividad investigadora en este marco.

Este juicio prudencial ha de conjugar dos aspectos metodológicos fundamentales, tanto de carácter teórico, como práctico; teórico en el sentido de que la investigación (el estudio de usuarios) debe satisfacer las exigencias científicas mínimas que se le demandan en el estado actual del saber al respecto, ya que solo así puede aspirar a la universalidad y objetividad que son propios de todo conocimiento científico y a su necesaria validación académica. Los aspectos prácticos vienen dados por la situación existencial concreta en que se da tal surgimiento de la necesidad para ese usuario en particular, en el seno de la comunidad que se trate.

Con tales propósitos, el investigador debe articular metodológicamente una serie de instrumentos (más bien, como se dice en hermenéutica, *reglas de interpretación*) que le capaciten para conjugar lo universal con lo particular (lo cual es propio de todo

ejercicio hermenéutico), las cuales deben partir de los siguientes presupuestos, tanto objetivos, como subjetivos:

- A) Deben contemplar cuestiones objetivas, relativas a la adecuación y a la contextualización de la persona del investigador en los estudios empíricos de tal comunidad de usuarios, tales como, por ejemplo, su conocimiento del medio en que se produce el surgimiento de tal necesidad de información. Así, es importante considerar, en este sentido, el tipo de población y la muestra significativa que se adopten, tomando ambos (tanto población como muestra) como elementos hermenéuticos por separado, pero también interrelacionados entre sí.
- B) Deben contemplar también cuestiones subjetivas, relativas, sobre todo, a los procesos de empatía individual con la persona del usuario a investigar, para poder obtener un mejor conocimiento particular de sus necesidades de información al respecto.

A partir de tales consideraciones generales de toda esta fase inicial del fenómeno de las necesidades de información, se habrá de llegar a un cierto grado de comprensión de la problemática, y de las experiencias y situaciones en que se da el surgimiento de las necesidades de información, que son propias y acompañan a unos determinados usuarios de información, en el ámbito de un determinado contexto informativo (interno y externo), con el propósito de ubicar metodológicamente la investigación en una adecuada comprensión de la siguiente fase del fenómeno (la manifestación del comportamiento informativo del usuario para satisfacer tal necesidad) con el objetivo principal de satisfacer, en la mayor medida de lo posible, en último término, sus necesidades informativas (tercera fase del fenómeno de las necesidades de información).

COMPORTAMIENTO INFORMATIVO DEL USUARIO DIRIGIDO A SATISFACER LA NECESIDAD DE INFORMACIÓN (FASE INTERMEDIA)

En esta fase, desde un acercamiento cualitativo, la cuestión metodológica fundamental a elucidar es la siguiente: ¿cómo comprender las condiciones y los modos bajo los cuales se llevan a cabo los distintos comportamientos informativos en el seno de una comunidad de usuarios? Al igual que en la fase anterior, se trataría de interpretar y comprender el medio antropológico, religioso, cultural, geográfico, social, económico, político, jurídico, etcétera, en que se desenvuelve la comunidad en que se inscribe el usuario al que se le ha planteado la necesidad de información, pero visto ahora desde la óptica de las acciones del usuario encaminadas a satisfacerla.

Como en la fase anterior, el investigador ha de realizar un juicio técnico, también de carácter *fronético*, prudencial (esto es, un juicio de racionalidad práctica) que pondere aspectos prácticos derivados de la concreta situación existencial en que se da un determinado comportamiento informativo, en razón de la necesidad de información que lo determina, con aspectos teóricos derivados metodológicamente de la exigencia de rigor científico y de coherencia metodológica con estudio del surgimiento de la necesidad de información para el usuario en cuestión.

A partir de ahí, atendiendo a las específicas características que identifican tanto al usuario como a la comunidad en que se inserta, la investigación cualitativa de esta fase se concreta en una serie de instrumentos o reglas de interpretación del comportamiento informativo del usuario, que deben seguir los siguientes lineamientos:

- A) Como en la fase anterior, deben contemplar cuestiones objetivas, relativas a la adecuación y a la contextualización de la persona del investigador en la comunidad de usuarios, también relacionadas con su conocimiento del medio en que se produce su comportamiento informativo (al igual que en la fase previa, población y muestra significativa has de ser adecuados y entendidos de manera interrelacionada).

Es importante considerar los comportamientos que usualmente realizan los usuarios de esa comunidad en relación con la tipología de necesidades que los motivan, la tradición y las costumbres que suelen regir los comportamientos informativos de los usuarios de esa comunidad para tales necesidades, así como el origen y tipo de necesidades de información que habitualmente determinan tales comportamientos informativos en esa comunidad.

- B) Asimismo, debe contemplar factores subjetivos, relativas también a los procesos de empatía del investigador con la persona del usuario a investigar, por las mismas razones que en la fase anterior.

A partir de estos presupuestos generales de toda esta fase del fenómeno de las necesidades de información, a la luz de una metodología cualitativa, se obtendrá un cierto grado de comprensión de la problemática empírica, de las experiencias y de las situaciones en que se da el comportamiento informativo de los usuarios, que son propias y acompañan a unos determinados usuarios de información¹⁰ en el ámbito de un determinado contexto informativo (interno del usuario y externo de la comunidad) con el propósito de lograr así una adecuada comprensión de la siguiente fase del fenómeno (la satisfacción de la necesidad de información del usuario), y en definitiva, con el objetivo final y principal de satisfacer, en la mayor medida posible, sus necesidades informativas de acuerdo con una comprensión de su comportamiento informativo lo más operativa y eficaz posible.

10 Es importante incidir aquí en que, bajo un acercamiento cualitativo, siempre se va a lograr “un cierto grado de comprensión”, y no “una comprensión total y absoluta”, de la problemática que se investiga, debido precisamente a la apertura que caracteriza a estas metodologías. De ahí que el investigador deba plantear, diseñar y ejecutar su investigación, siempre desde una actitud y unas pretensiones de modestia, e incluso de humildad. He aquí uno de los principios éticos que han de regir las metodologías cualitativas para no incurrir en distorsiones peligrosas en este tipo de investigaciones.

FASE DE SATISFACCIÓN O INSATISFACCIÓN DE LA NECESIDAD
DE INFORMACIÓN DEL USUARIO (FASE FINAL)

Por último, esta fase final del fenómeno de las necesidades de información es la que reviste un carácter valorativo más acusado que las otras, puesto que, en definitiva, se trata de realizar un juicio crítico en torno a la satisfacción o insatisfacción de la necesidad de información del usuario, en virtud del comportamiento informativo que ha llevado a cabo al efecto.

En consecuencia, en mi opinión, la cuestión metodológica fundamental a elucidar aquí es la siguiente: ¿cómo articular y comprender los indicadores de satisfacción del usuario a partir de las distintas modalidades de comportamientos informativos, según los diversos tipos de necesidades de información que los motivaron, en el seno de una comunidad de usuarios? En este juicio valorativo, evaluativo, entran en juego dos factores de gran importancia, que tienen que ver, respectivamente, con el aspecto social o comunitario del usuario y con su dimensión personal o individual:

- A) Lo social o comunitario entra en juego aquí en el momento de la interpretación y de la comprensión del medio antropológico, religioso, cultural, geográfico, social, económico, político, jurídico, etcétera, en que se desenvuelve tal comunidad. En este sentido, el juicio de satisfacción o insatisfacción de la necesidad se articula en base a los criterios y patrones sociales imperantes en esa comunidad, al valorar la satisfacción o no de una necesidad de información, en función del comportamiento informativo realizado por el usuario. Es indudable que, aun tratándose de un usuario particular y que la satisfacción o no de su necesidad es algo eminentemente personal, el contexto social en que se le presenta su necesidad de información interviene de forma intensa a la hora de determinar tal satisfacción o insatisfacción.
- B) Lo individual o personal constituye el aspecto central en el juicio valorativo, y se concreta en la interpretación y comprensión del medio psíquico, moral, personal del usuario

en particular, en relación con la necesidad de información que le ha surgido. En este sentido, la personalidad e intereses particulares del usuario tienen un papel fundamental en relación con su necesidad de información, y su grado de exigencia, perentoriedad o conformabilidad, en relación con ésta y con los resultados obtenidos mediante su comportamiento informativo.

Desde el punto de vista técnico-metodológico, la cuestión principal es prácticamente la misma que en las anteriores fases, si bien ahora en relación específica con el hecho de la satisfacción o insatisfacción del usuario: ¿cómo ha de introducirse e involucrarse el investigador en una determinada comunidad de usuarios, con el fin de determinar los indicadores de satisfacción, en virtud de las necesidades de información concretas de los usuarios? Al igual que en las fases precedentes, el investigador debe realizar un juicio práctico (es un ejercicio de racionalidad práctica), de naturaleza prudencial, equilibrado entre teoría y práctica, que conjugue armónicamente aspectos prácticos, puestos de manifiesto en la naturaleza concreta de la situación existencial en que se da una satisfacción real y cierta del usuario de esa información, en razón de las necesidades de información que posee, con aspectos teóricos, que sean coherentes con la metodología general empleada para su estudio de usuarios, de cara a no traicionar su cientificidad y su rigor.

Esta fase final también ha de regirse metodológicamente por unas reglas de interpretación que sirvan para valorar la satisfacción o insatisfacción del usuario, en relación con su comportamiento informativo, de acuerdo con la necesidad de información surgida. Tales reglas (en un plano muy general) podrían contemplar los siguientes extremos:

- A) Deben tener en cuenta cuestiones objetivas, relativas a la adecuación y la contextualización de la persona del investigador en los estudios empíricos de tal comunidad de usuarios, como su conocimiento del medio en que se surge una determinada necesidad de información y se produce un

determinado comportamiento informativo orientado a satisfacerla. Así, por ejemplo, es importante valorar nuevamente la relación población-muestra, los comportamientos que usualmente realizan los usuarios de esa comunidad en relación con el tipo de necesidades que los motivan y los niveles de satisfacción que logran; así como el origen y tipo de necesidades de información que determinan tales comportamientos informativos para ese tipo de usuarios en el seno de esa comunidad, y el grado de satisfacción resultante para ellos.

- B) Deben, asimismo, tener en cuenta cuestiones subjetivas, relativas –también aquí– a los procesos de empatía del investigador con la persona del usuario y de la comunidad a investigar para lograr el mayor grado de identificación posible con la conciencia del usuario en torno a la satisfacción o no de su necesidad de información.

A partir de estas consideraciones generales, a propósito de esta fase final del fenómeno de las necesidades de información, desde el punto de vista metodológico, se obtendrá (como en las anteriores) un cierto grado de comprensión de la problemática empírica, de las experiencias y situaciones en que se da la satisfacción o insatisfacción de las necesidades de información de los usuarios de esa comunidad, en relación con el surgimiento de una determinada necesidad de información y del comportamiento informativo llevado a efecto con el fin de satisfacerla, en el ámbito de un determinado contexto informativo (interno y externo al usuario).

En esta fase final, el investigador se encuentra en disposición para comprender adecuadamente la totalidad del fenómeno de las necesidades de información, al concluir su tarea investigadora con el juicio valorativo de satisfacción o insatisfacción de la necesidad del usuario, el cual ha de considerar prudencial y proporcionadamente la relación entre las dos fases anteriores del fenómeno. Por lo tanto, las tres fases deben considerarse de manera interrelacionada e interdependiente, sin perder nunca de vista la unidad orgánica y la totalidad del fenómeno.

CONCLUSIÓN: POR UN *GIRO HERMENÉUTICO* EN LOS ESTUDIOS DE USUARIOS DE LA INFORMACIÓN

El Modelo NEIN nos enseña que es posible (y en muchos casos, obligatorio) aplicar metodologías hermenéuticas, cualitativas, al realizar estudios de usuarios de la información. Así pues, puede hablarse en propiedad de un *giro hermenéutico* en los estudios de usuarios de la información, a propósito del Modelo NEIN, como referente teórico para la tematización de esta problemática, y como referente metodológico para la ejecución de tales estudios de usuarios, que se puede vincular perfectamente con un giro hacia el uso de metodologías cualitativas para llevarlos a cabo.

En este sentido, se hacen cada vez más necesarios para los estudiosos e investigadores de los usuarios de la información la consideración y el empleo de teorías y metodologías propias de otras Ciencias Sociales, como la Sociología, la Antropología, la Psicología sociales, la Etnografía, etcétera. La interdisciplinariedad es una exigencia epistemológica de la hermenéutica y, por ende, de las metodologías cualitativas y, en consecuencia, se hace cada vez más necesario el apoyo y el diálogo con estas disciplinas por parte del bibliotecólogo y el investigador en Ciencias de la Información. Técnicas metodológicas cualitativas como los estudios de caso, la entrevista en profundidad, la observación participante, los grupos focales, etcétera, resultan de gran utilidad para ejecutar tales estudios cualitativos.

Asimismo, un segundo aspecto de este *giro hermenéutico-cualitativo* se concreta en la necesidad de investigaciones que analicen la fenomenología de las necesidades de información bajo enfoques de carácter socio-cognitivo, que tengan en cuenta la naturaleza holística de las realidades y de los contextos existenciales en que se desenvuelven los usuarios de la información, para así captar con mayor precisión la pluridimensionalidad del fenómeno, su dinamismo y la importancia de las experiencias de los usuarios como elemento crítico fundamental para su comprensión y análisis.

Sin duda, el Modelo NEIN nos permite afrontar tales investigaciones desde una sólida base teórica y, a mi juicio, tal vez

dispongamos aquí de uno de los caminos y de las vías de investigación más interesantes a explorar en el futuro, en el arduo y apasionante estudios de las necesidades de información de los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles (1982). Categorías, en *Tratados de Lógica*. Introd., trad. y notas de Miguel Candel Sanmartín. Madrid: Gredos.
- . (1994). *Metafísica*. Introd., trad. y notas de Tomás Calvo Martínez. Madrid: Gredos.
- Beuchot, Mauricio (2000). *Tratado de hermenéutica analógica. Hacia un nuevo modelo de interpretación*. México: Facultad de Filosofía y Letras-UNAM, Ítaca.
- Calva González, Juan José (2007). *El fenómeno de las necesidades de información: investigación y modelo teórico*. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- . (2014). “La investigación sobre el ciclo de las necesidades de información: modelos teóricos y métodos”, en Ríos Ortega y Ramírez Velázquez (coords.): *Naturaleza y método de la investigación bibliotecológica y de la información*, 191-207. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
- . (2004). *Las necesidades de información. Fundamentos teóricos y métodos*. México: CUIB-UNAM.
- Capurro, Rafael: “Epistemología y Ciencia de la Información”, en *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 2007, 4 (1), pp. 11-29.
- Fernández Hernández, Sara y Zoia Rivera. “El paradigma cualitativo y su presencia en las investigaciones de la Bibliotecología y la Ciencia de la Información”, en *ACI-MED*, (2009, 20, 3), pp. 6-30.

Gómez García, Juan Antonio: "El contexto informativo del investigador en derecho y ciencias jurídicas: la metodología de investigación", en Calva González, Juan José (Coord.): *Bibliotecas, web 2.0 y teoría sobre usuarios*. Colección "Usuarios de la Información". México DF: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México, 2015, pp. 135-158.

———. (2016). "El método hermenéutico aplicado a los estudios de usuarios de la información", en Calva González, Juan José (Coord.): *Comunidades de usuarios, necesidades de información y servicios bibliotecarios: investigaciones*, 1-28. México: IIBI-UNAM.

———. (2015). "El trasfondo hermenéutico de los estudios de usuarios de la información", en Calva González, Juan José (Coord.): *Bibliotecas, web 2.0 y teoría sobre usuarios*. Colección "Usuarios de la Información", 1-20. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México.

———. (2015). "Hermenéutica del comportamiento informativo en los estudios de usuarios de información", en Calva González, Juan José (Coord.): *Bibliotecas, web 2.0 y teoría sobre usuarios*. Colección "Usuarios de la Información", 21-38. México DF: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México.

González Teruel, Aurora (2004). *Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales*. Gijón: Trea.

Hernández Salazar, Patricia (2004). “El fenómeno de los usuarios de la información”, en Martínez Arellano, Filiberto Felipe; Calva González, Juan José (Comps.): *La investigación bibliotecológica en la era de la información. Memoria del XXI Coloquio de Investigación Bibliotecológica y de la información*, 165-176. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2004.

Martín Moreno, Carmen. “Metodología de investigación en estudios de usuarios”, en *Revista General de Información y Documentación*, vol. 17, núm. 2(2007): 129-149.

Sanz Casado, Elías (1994). *Manual de estudios de usuarios*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Villaseñor Rodríguez, Isabel (2017). *Estudios de usuarios de información. Diseño metodológico e informe final*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

———. (2010). “Los estudios de usuarios de información como línea de investigación prioritaria en Bibliotecología y Documentación”, en Ríos Ortega y Calva González (Comps.): *Memoria del XXVII Coloquio de Investigación Bibliotecológica y sobre la Información: la investigación y la educación bibliotecológica en la sociedad del conocimiento*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

Usuarios en diferentes contextos informativos: aspectos teóricos y prácticos. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información/UNAM. La edición consta de 100 ejemplares. Coordinación editorial, Israel Chávez Reséndiz; revisión especializada, Valeria Guzmán González; revisión de pruebas, Carlos Ceballos Sosa; formación editorial, Natalia Gómez Cabral. Fue impreso en papel cultural de 90 gr. en los talleres de Grupo Fogra. Año de Juárez 223. Col. Granjas San Antonio. Alcaldía Iztapalapa. Ciudad de México. Se terminó de imprimir en 2020.