

LA 118

3440 [INFOBILA]

# EDUCACION Y CULTURA DE LA INFORMACION

**BIBLIOTECA**



**CENTRO UNIVERSITARIO  
DE INVESTIGACIONES  
BIBLIOTECOLOGICAS**

**GUADALUPE CARRION RODRIGUEZ  
CENTRO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIONES  
BIBLIOTECOLOGICAS  
UNAM  
SEPTIEMBRE 12, 1997**

## INTRODUCCION

Cultura de información implica, en primer término, tener el conocimiento y convencimiento del valor que tiene la información para despejar dudas; resolver problemas; decidir qué rutas de acción se deben tomar; qué investigaciones iniciar. La información para un individuo "culto" en este ámbito, es un ingrediente fundamental en su diario quehacer, en cualquier terreno, como estudiantes, administradores, empresarios, investigadores, obreros, etc.; es un bien tan valioso como otros muchos que requiere para el desempeño de sus actividades. Pero la cultura se adquiere en un primer paso, a través de la educación, en el ámbito escolar y, posteriormente, en el extraescolar y es, en mi opinión, una manifestación más de la CULTURA, en su acepción más amplia.

¿Qué es cultura? De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, cultura es el: "conjunto de condiciones o factores determinantes del desarrollo y afinamiento intelectuales en la vida de los individuos (educación) y de los pueblos (civilización)." Peter Drucker, destacado especialista norteamericano en materia de administración, de desarrollo de organizaciones, indica abiertamente que a medida que se habla más sobre la velocidad de transmisión de las computadoras, sobre el tamaño de los chips, sobre los cambios de las tecnologías - hardware y software - se diluye o se olvida el papel fundamental de la información en todo tipo de organizaciones. "Para realizar el trabajo que se tiene entre manos, cualquiera que sea, debe empezarse por identificar claramente su naturaleza, conocer lo que debe hacerse, añadir el insumo de información y, finalmente, asegurar que se cuenta con el personal que tenga las capacidades y las habilidades para realizarlo." (1) además de otros elementos de infraestructura que lo complementan.

## EL CICLO DE INFORMACION

La cultura de la información debe manifestarse desde la primera fase de su ciclo, que es la de generación. Podríamos preguntarnos qué tanta conciencia hay en nuestros diferentes sectores: el agrícola, el industrial, el de servicios, el de la salud, entre otros, por plasmar en documentos, con diferentes niveles de profundidad, los conocimientos que puedan ser aprovechados para el mejoramiento de la calidad de vida, que reflejen problemáticas y circunstancias específicas de nuestra propia realidad. En este sentido, probablemente los sectores con un mayor nivel de conciencia por generar documentos son el académico y el de investigación; pero ciertamente esta conciencia debe arraigarse más en todos los sectores. Hay, por otra parte, casos en que se producen documentos, pero no se cuenta con los canales adecuados o suficientes para su divulgación, que permitan hacerlos llegar a quien los necesita. Ello refleja, sin duda también, una falta de cultura de la información, ya que aunque la información mundial, en principio, está a nuestro alcance, en muchas ocasiones ésta no es la requerida para nuestros entornos, cuyas características propias demandan una información endógena para lograr los beneficios de su adecuada aplicación y en este ciclo entran en juego el especialista de información y el usuario a quienes me referiré más adelante.

## LOS ESPECIALISTAS DE INFORMACION Y LOS USUARIOS

La cultura de la información debe manifestarse por igual en los oferentes como en los demandantes de la información. Los primeros actúan como intermediarios entre las necesidades de los usuarios y los recursos que tienen a su alcance. Su papel es o debe ser mayor, sobre todo en las comunidades con una débil cultura en este campo. Debe tener un claro conocimiento de las ventajas y amplias posibilidades que brinda la información como apoyo al desarrollo individual y colectivo, y hacer uso de competencias y habilidades que se requieren para manejar y

explotar los recursos de información con efectividad y eficiencia, independientemente de su formato o modalidad de acceso.

La cultura en los oferentes de información debe reflejar también una permanente actitud de flexibilidad y de adaptación al cambio, la cual es cada día más necesaria a la luz de una continua interacción profesional con especialistas de otras disciplinas cuyas actividades se interrelacionan con la nuestra, enriqueciéndola a la vez, pero que también podrían ser negativas, si no tenemos la capacidad para entender, analizar y conciliar objetivos que, en una primera apreciación pudieran parecer opuestos, lo que afectaría no sólo el entorno bibliotecario y de información, sino, por igual, el de la institución en la cual están enclavados estos servicios.

Cabe señalar, sin embargo, que el intermediario de información se ha visto una y mil veces limitado en sus acciones, debido a que otro sector no menos importante, el de las autoridades, bien sean gubernamentales o institucionales, ignorando el papel que juega y debe jugar la información en los diferentes entornos - resultado natural de su débil cultura en este campo - en muchas ocasiones ofrece apoyos reducidos, insignificantes para el desarrollo de los servicios de información, argumentando, en ocasiones, que con el acceso a bases de datos se cubren ampliamente las necesidades de información de los usuarios, espejismo que está afectando negativamente el desarrollo y fortalecimiento de dichos servicios.

Son frecuentes los ejemplos en nuestro medio de desaparición o reducción de unidades de información, justificados, en ocasiones a la luz de los altos costos en que se incurre, realidad innegable, sí, pero que refleja una débil visión del impacto que sin duda tienen estos servicios, a mediano y largo plazo, en la vida económica y social de una comunidad, del país. Cabe añadir aquí, brevemente, que el aspecto de los escasos recursos económicos que se destinan a las unidades de información, puede subsanarse, por lo menos parcialmente, buscando la generación de ingresos propios, para lo cual se deben planear e implantar efectivos planes de mercadotecnia.

Por otra parte, la cultura de la información entre los usuarios es también débil y, en algunos sectores o comunidades, inexistente. Esta realidad puede presentar, en un futuro cercano, problemas de mayor envergadura si no se fortalecen, desde diferentes ángulos, las medidas que conduzcan a un proceso de culturización. De no darse, ¿qué ocurrirá en un futuro cercano cuando el usuario final tenga la posibilidad de acceder diferentes bases de datos desde su cubículo, oficina o domicilio, si carece de los conocimientos, formación, sensibilidad para derivar de ellas el beneficio que se traduciría en la adecuada solución de sus problemas? Las habilidades técnicas, el diseño de programas, el manejo del hardware o la manipulación de comandos, entre otras, con lo importante y necesario que son, no garantizan la explotación de los recursos y servicios existentes. Hay que conocer su contenido, sus características, cómo explotarlos, a quién y a dónde acudir, para obtener de ellos el máximo provecho.

Sin lugar a dudas, un problema permanente que enfrentamos quienes hemos tenido experiencias en servicios de información, es la falta de capacidad de muchos usuarios para definir con claridad y precisión sus necesidades de información, situación que se da no sólo en los niveles educativos básicos, sino que en nuestro medio se manifiesta también en niveles superiores y, en prácticamente todos los sectores. Empezamos por enfrentar un círculo vicioso entre educadores y educandos, en el que por diversas razones no se genera la cultura de la información. Por ello deben estar permanentemente en juego los conocimientos, las habilidades del intermediario para ayudar en la definición de los problemas e identificar las posibles alternativas para resolverlos, sin que esto implique soslayar la responsabilidad de formar al usuario.

Pero no todos los usuarios se encuentran en situación desventajosa; algunos de ellos, sobre todo de sectores especializados, ya se enfrentan directamente al uso de recursos vía electrónica. Podríamos pensar que

ello representa una amenaza para los especialistas de información, para el bibliotecario; pero esto, sin embargo, debe verse simultáneamente como una oportunidad que basada en sus capacidades y habilidades para manipular la información en sus diferentes facetas, puede ahorrar tiempo al usuario, sobre todo los de niveles superiores, con un excelente servicio que refleje su amplia comprensión del problema.

Es evidente que la cultura de la información en las diferentes comunidades usuarias, es una pieza más de la cultura - en una acepción más amplia. En cada uno de los campos del conocimiento prevalece una cultura propia: una es la cultura de los investigadores - a su vez con matices diferentes en cada sector - y otra la de los administradores, una la del medio bancario o la de los comerciantes y otra la de los estudiantes, y a su vez cada entidad, cada organismo, genera y refleja su propia cultura; pero ¿sería factible considerar una cultura horizontal de información que cubra los muy diversos campos de acción, aunque con profundidad y características diferentes?

Así como se consideran alfabetizados aquellos individuos que saben leer y escribir, lo que les permite contar con los elementos esenciales para mejorar su nivel de vida, de igual manera deberíamos esperar que tengan el conocimiento mínimo para buscar información en las fuentes y servicios más apropiados para su propósito, haciendo uso de sus propias capacidades/habilidades personales, o bien, con el apoyo de los especialistas de información cuyo papel, como se ha indicado, es el de actuar como vínculo entre demandantes y recursos de información para identificar y precisar no sólo lo que se desea, sino para qué... lo que resulta indispensable en la medida en que las demandas de la clientela, los usuarios, son más complejas y especializadas, y para las que, en muchos casos, se requieren respuestas con una fuerte dosis de valor agregado, que el especialista de información está en posibilidad de ofrecer, y en esto radica una de sus más fuertes ventajas competitivas.

El proceso de culturización en cuanto a información se ve afectado también, en nuestro país, por la irregular distribución,

alcance de los servicios/recursos de información. Sin lugar a dudas, como en tantos otros aspectos, en nuestro México, el centralismo, o por lo menos la gran concentración de servicios de información se ha dado principalmente en los polos de desarrollo industrial y económico.

Esto ocasiona que tengamos sectores más ricos o potencialmente ricos en información y otros pobres, independientemente de que en estas escalas comparativas entre países pobres y ricos, México no sea precisamente de los que están a la vanguardia, debido a la débil infraestructura de servicios bibliotecarios y de información. Es fácil observar grandes diferencias en este aspecto en muchos estados de la república, diferencias que son la causa, o quizás el resultado de la muy pobre cultura de la información en donde de nuevo se repite el círculo vicioso: inexistencia o pobreza de bibliotecas, colecciones reducidas, personal escaso y a veces sólo medianamente preparado, limitación de recursos económicos, falta de apoyo de las autoridades, etc.

## INFORMACION Y TECNOLOGIA

La tecnología que hoy por hoy está a nuestro alcance, se transforma a gran velocidad como resultado de los mismos desarrollos tecnológicos que se están dando en diversos terrenos, del interés de las compañías por diseñar productos diferentes a los de la competencia, o simplemente, pero no menos importante, por incrementar ganancias, característica del mundo actual, inmerso en la competitividad. Los cambios tecnológicos se dan con tal rapidez que poco tiempo hay para las instituciones de analizar las alternativas que se ofrecen y madurar sus decisiones de lo que debe adquirirse, a la luz del costo-beneficio, a un horizonte de corto o mediano plazo. Ante las veloces transformaciones tecnológicas es necesario formular la pregunta de si se han considerado los intereses, necesidades del cliente, en su acepción más amplia, qué tipo de información requieren y para qué, o bien, si por razones que le son ajenas se está “empujando” el producto per se, lo que reflejaría una inadecuada planeación mercadológica que se

aprovecha, sin duda, de una débil cultura de información en prácticamente todos los entornos.

Sin embargo, pese a que los avances tecnológicos que inciden en el campo de la información ya están siendo aprovechados en numerosos organismos en nuestro país, por lo menos en lo que atañe a su organización, manipulación y difusión, no es de esperarse que en el corto plazo se generalicen y permeen en todo tipo de instituciones u organizaciones, tanto en el ámbito educativo, desde los niveles básicos a los superiores, incluyendo el terreno de la investigación, como en los entornos productivos y el de servicios.

Considero que en México todavía veremos, por varios años, un desarrollo paralelo, en donde la tecnología, incluyendo la de telecomunicaciones, cobre cada vez más importancia y se amplíen los sectores que la utilicen, sin que desaparezcan del todo los esquemas que podrían identificarse en este contexto como “tradicionales”. Por ello es factible que nuestras unidades de información sigan enfrentando un doble proceso: por una parte la identificación y adquisición de material impreso y en medios electrónicos, al mismo tiempo que se identifiquen mayores, novedosas y más eficaces alternativas tanto para tener acceso a recursos y servicios de información que no se tienen in situ, como para difundirlos, haciendo uso, entre otros medios, de internet, la red de redes.

Ante esta desconcertante y compleja realidad, ¿podríamos esperar que los avances tecnológicos coadyuven en el proceso de una mayor cultura de información? Creo que la respuesta es afirmativa en tanto se de énfasis, sobre todo, al contenido y a los beneficios que evidentemente se derivan de su aplicación, y no solamente a los medios para manipularla. Si éste fuera el caso, se corre el peligro de una grave distorsión ya que los usuarios de todos los sectores - incluyendo a las autoridades - pueden tender a ver los medios: computadoras, redes, formatos electrónicos, cursos y laboratorios de computación, etc., como

un fin en sí mismos, pues carecen de la formación para valorar el papel de la información aun desde la primera etapa del proceso educativo.

El que al medio se le de más peso que al contenido, no es nuevo. En nuestro país, a fines de los setentas y principios de los ochentas las entidades públicas, las escuelas y las empresas se vieron inundadas de computadoras, las que, en ocasiones, fueron subutilizadas. ¿Cuál es la realidad actual? ¿Tendremos la capacidad para explotar ampliamente tanto la tecnología de cómputo como la de telecomunicaciones, sin menoscabo del contenido? ¿Se tienen ya las condiciones en nuestras comunidades para que el usuario final obtenga el beneficio que se deriva del acceso directo a recursos y servicios de información, o bien, ¿qué limitaciones existen y en su caso cómo subsanarlas?

## INFORMACION Y COMUNICACIÓN

La información está íntimamente vinculada al proceso mismo de la comunicación, es el medio para que aquélla se proporcione en respuesta, o de acuerdo a contextos culturales específicos; es a través de los procesos y modalidades de la comunicación que podrá identificarse, obtenerse la información que tiene sentido para el usuario. Comunicación que ha sido el vehículo natural de interrelación entre todos los grupos humanos, independientemente de su actividad, de sus propios valores, de su escolaridad, etc. y que ha llegado a conformar lo que para McLuhan es el “pueblo global.”

Comunicación formal o informal, verbal, visual o auditiva, que se da con un sinnúmero de propósitos: de recreación, orientación, estudio, toma de decisiones, sin dejar de lado los, en ocasiones, desorientadores o amenos chismes o rumores. Es en una palabra lo que Altheide califica como la “ecología de la información.” (2)

Los símbolos, los signos y las imágenes que entran en juego en el proceso de comunicación, cumplen también un importante papel como vehículos de información en todo tipo de entornos: en las vías de

comunicación, en fábricas, hospitales , en bancos, o bien en áreas del conocimiento altamente especializadas.

Elementos visuales más o menos complejos que facilitan la comprensión de la información y que en ocasiones sustituyen a la palabra escrita. Su adecuada interpretación depende, naturalmente, de la formación, en muchos casos especializada, y de la cultura necesaria para interpretarlos.

Pregúntale a quien sabe... una expresión trillada, familiar que día a día escuchamos a nuestro alrededor; y se acude a los padres, al colega, al especialista, al bibliotecario; nos comunicamos con el individuo que puede aclarar nuestra duda, resolver nuestro problema; buscamos la información que despeje nuestra incertidumbre, sin soslayar la importancia de señalar la fuente de la cual procede: quien fue el autor del himno nacional, cuáles son los principales problemas sociales de la Tarahumara, qué patentes proporcionan información sobre la fabricación del ácido ftálico, o bien, cuál es el mejor medicamento para combatir determinada enfermedad.

En los niveles escolares, con el apoyo del proceso de comunicación, y como resultado de una mayor cultura de información, debería esperarse que los educandos desarrollen capacidades para resolver sus propios problemas e identifiquen alternativas para buscar información sobre lo que desean. Aunque mucho se ha escrito a propósito de las características y debilidades del modelo actual de enseñanza-aprendizaje, pocas son las acciones que hayan desembocado, hasta ahora, en cambios sensibles. Se sigue trabajando en gran parte de las escuelas, en la línea de formar individuos memoristas, y de ahí que sus capacidades de discernimiento sean pobres, lo que se traduce, como ya se ha indicado, en individuos sin cultura de información.

“La gran prueba del cambio debiera ser no qué tan bien conocen los estudiantes las características operativas de cada una de las herramientas,

sino cómo pueden utilizar su conocimiento y entendimiento de la tecnología para tomar decisiones, para resolver problemas.” (3)

## ENFASIS EN EL USUARIO/CLIENTE

El panorama planteado refleja la gran paradoja que se vive actualmente en el campo de la información en un sinnúmero de países. Por una parte la alta tecnificación que ya incide en todos los procesos de la información, desde su generación, hasta su análisis y aplicación así como el crecimiento exponencial de la información misma y, por otra, la gran cantidad de individuos que desconocen los recursos, servicios de información que pueden estar a su alcance.

Los modernos sistemas de información que tanto han proliferado, deben tener particularmente en cuenta las características específicas de los microentornos a fin de que sean la respuesta a la cultura propia de los grupos a los que van a servir. En la medida en que el conocimiento y, por lo tanto, la información se conviertan en elementos prioritarios en la sociedad, ésta será mucho más sensible y crítica a los cambios que ocurran en el diseño y manejo de sistemas, productos y servicios de información. Aunque todavía hay mucho por hacer en este aspecto, ya hay importantes logros en el terreno de la investigación, así como en algunos sectores o nichos que se ubican en lo que la jerga actual se identifica como los “productivos”, es decir aquéllos que en mayor o menor medida contribuyen al desarrollo económico, social, industrial de una región o del país.

Considero que el terreno de la medicina es uno de los más ricos en información. Son numerosísimas las fuentes y los recursos existentes a través de los cuales se puede conocer lo que se ha generado; cabe preguntarse, sin embargo, si se ha producido y difundido información suficiente sobre las ciencias de la salud de particular interés en nuestro entorno y, si se cuenta con los canales de divulgación adecuados para explotarla debidamente.

En un proceso mercadológico, producto de una adecuada planeación, se diseñan y desarrollan productos/servicios de interés para nichos específicos de usuarios, ya que no hay tal cosa como un producto general y único para todo público. Sin duda alguna las variables de edad, de educación, de lengua, de niveles socio-económicos, de ocupación, en una palabra de la propia cultura de cada sector, son determinantes para diseñar/ofrecer productos específicos, lo que incide o debe incidir desde la primera etapa del proceso, es decir ¿qué tipo de información debe generarse, con qué nivel de tratamiento, en qué campos, quiénes serán los usuarios finales?

## LOS RETOS

Las grandes diferencias que vivimos en materia de cultura de información, no deben, sin embargo, frenar o disminuir el interés para impulsar, en forma continua, un cambio; por el contrario, deben ser un acicate que nos impulse a trabajar más inteligente e íntimamente con los grupos más débiles en información.

Es un trabajo en el que nos tenemos que comprometer muy diversos sectores y, de manera importante, el educativo. Bien cabe aquí la siguiente aseveración del Dr. Fortes, quien en 1995 presidía la Academia de la Investigación Científica: “Es necesario insistir en que una prioridad de nuestra sociedad es la adecuada valoración del conocimiento y la educación. Este es un planteamiento estratégico. No hacerlo implica un costo mucho mayor para el Estado.” (4)

Esto requiere obviamente de maestros formados e informados en el proceso de información; convencidos de que son ellos quienes van a propiciar el cambio en los educandos, a todos los niveles, pero principalmente en el básico y el medio; los resultados no serán inmediatos, pero ya se tiene que empezar a trabajar en ello. De no hacerlo, seguiremos enfrentando usuarios desinformados, desculturizados, que no tienen idea del para qué de la información, de su valor, con las correspondientes repercusiones negativas que afectan el

avance de su propia actividad, a cualquier nivel y en todos los terrenos: educación, investigación, industria, y gobierno.

Pero también corresponde, y de manera muy importante, a los especialistas de información el trabajar y colaborar en este cambio. La debilidad cultural de nuestros usuarios plantea a los intermediarios de estos servicios retos permanentes que nos obligan a una continua actualización. Es indispensable que conozcamos lo que existe en nuestro propio entorno y en el ancho mundo; que sepamos cómo allegarnos la información que se requiere; cómo manejar ante el usuario situaciones que no le son familiares; cómo conservar y proyectar nuestro papel de intermediarios, a fin de asegurar, en beneficio de aquél a quien servimos, que nuestra presencia profesional ejerza un impacto permanente y creciente en la comunidad.

Debemos también trabajar en el fortalecimiento de nuestra capacidad de comunicación que será de gran apoyo para incrementar nuestra cultura de información, sin duda una ventaja competitiva más, ya que si no siempre en forma directa, sí indirectamente podemos y debemos incidir en el proceso de culturización de quienes llegan a nosotros en demanda de servicios, y promoviéndolos entre muchos más, usuarios y clientes potenciales, que deben convencerse del beneficio de contar con información para el desarrollo de sus actividades, cualquiera que sea su índole.

Y, finalmente, compete a las autoridades, a la vez usuarios, el cobrar conciencia de la importancia de apoyar el mantenimiento y desarrollo de servicios de información - a diferentes niveles - para asegurar que en el país se cuenta con los medios y recursos que permitan el fortalecimiento que se requiere para el óptimo fortalecimiento de los diferentes sectores.

## BIBLIOGRAFIA

(2) Altheide, D.L. "The culture of information" (presented at the 1990 ALISE Conference). Journal of Education for Library and Information Science, v.34, p.113-21, Fall'90

Drucker, Peter F. "The new society of organizations". Harvard Business Review, p. 95-105, Sept-Oct., 1992

(4) Fortes, Mauricio. "¿Tiene México futuro sin la ciencia?" Excelsior, 21 de abril, 1995, SECC. 3-1

(1) Harris, T. George. "The post-capitalist executive: an interview with Peter F. Drucker" Harvard Business Review, p. 114-22, May-June, 1993

Jeong, D. Y. "The nature of the information sector in the information society: an economic and societal perspective". Special Libraries, v. 81, p. 230-5, Summer '90

(3) Malinconico, S.M. "What librarians need to know to survive in an age of technology". Journal of Education for Library and Information Science, v. 33, p. 226-40, Summer '92

Seidman, R.K. "Information rich, knowledge poor: challenge of the information society". Special Libraries, v. 82, p. 64-8, Winter '91

Tudjman, M. "Culture and information society: the Japanese way". Information Processing Management, v. 27, No. 2-3, p. 229-243, 1991