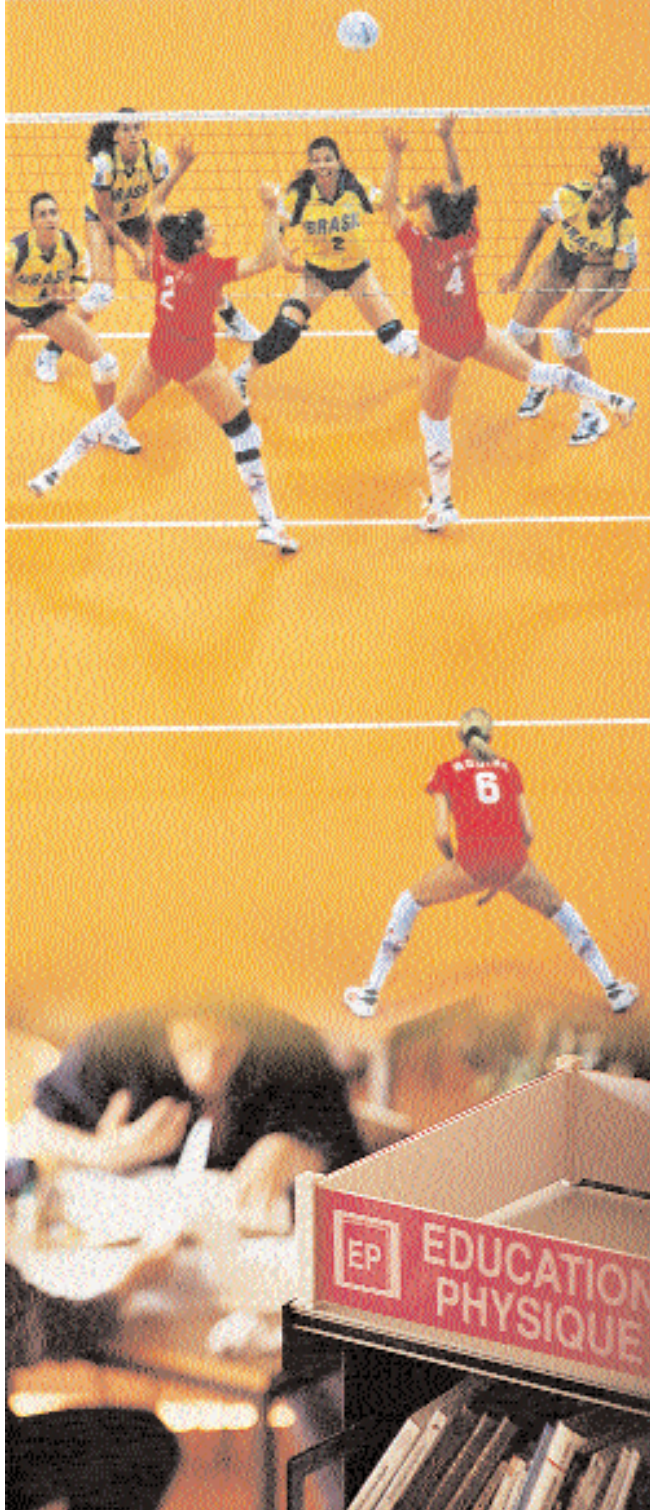


2ª PARTE

**RECOMENDACIONES
PARA LA CREACIÓN
DE UN CENTRO
DE INFORMACIÓN
DEPORTIVA**





2.1 EL ANÁLISIS

DE LAS NECESIDADES

Generalmente una biblioteca deportiva, un centro de documentación o un centro de información se crean para ofrecer acceso a la información registrada a un público definido y a las personas que componen ese público.

Generalmente una biblioteca deportiva, un centro de documentación o un centro de información se crean para ofrecer acceso a la información registrada a un público definido y a las personas que componen ese público. En ciertos casos, el centro de información puede servir a una pequeña comunidad dentro de una institución que juega un papel en el deporte, por ejemplo una facultad de educación física. En otros casos, el centro puede crearse para servir a toda la comunidad deportiva de un país, como sería el caso si se creara un centro nacional de información deportiva.

Para empezar, conviene señalar que los centros de información deportiva o bibliotecas deportivas no existen para sí mismos, sino que son un recurso para responder a necesidades específicas de información de una clientela identificada.

Con independencia de las dimensiones y de las características de la comunidad a la que sirvan, generalmente los centros de información deportiva y bibliotecas deben adquirir, ofrecer acceso a y difundir materiales que pueden incluir libros, publicaciones periódicas, folletos, diapositivas, fotografías, recortes de prensa, cintas de vídeo, microfichas, CD-ROMs y, cada vez más, servicios on line. Estos materiales deben escogerse teniendo en cuenta objetivos específicos y deben organizarse para su recuperación, utilización y difusión por un gestor de la información cualificado.

Según Penna [22], estamos viviendo un cambio cada vez mayor del concepto de biblioteca: «Hoy, las bibliotecas se están transformando en centros de comunicación en lugar de en centros de distribución de libros, y la distinción existente en algunos países entre bibliotecas y centros de documentación cada vez tiene menos razón de ser».

En la creación de una biblioteca, de un centro de documentación o de información deportiva,

lo más importante es decidir el propósito o la finalidad del servicio de información que ofrecerá. En general, esta definición dependerá de dos factores:

- las necesidades de la institución que alberga la biblioteca, el centro de información o de documentación, y
- las necesidades individuales de las personas que trabajan para esta organización.

Las necesidades de la institución

En la creación de una biblioteca o de un servicio de información, es importante que los objetivos del servicio de información deportiva concuerden con los de la organización, institución o agencia que los alberga. Por ejemplo, si el centro de información debe instalarse en una facultad de educación física, es probable que los objetivos del centro de información sean apoyar a los profesores y profesores en formación de la institución. Si el centro de información debe ubicarse en un departamento ministerial, es probable que el servicio esté destinado a proporcionar información a los responsables de la política deportiva. Sin embargo, si el centro debe ubicarse en un instituto de deportes, probablemente tendrá que responder a las necesidades de información de entrenadores y atletas, y quizás de investigadores o médicos del deporte que trabajen en dicho instituto.

Cómo detectar las necesidades de la institución

Como primer paso en la planificación de un centro de información es necesario leer los documentos clave de la organización en la que se albergará el centro de información, por ejemplo informes anuales, folletos de promoción y textos oficiales o reglamentarios de la institución central. Esta documentación proporciona información sobre los principales objetivos de la institución matriz, así como

sobre la gente que es probable que trabaje en ella y cuyas necesidades deberá cubrir el centro de información.

En segundo lugar, la persona que va a crear el centro de información debe reunirse con el responsable de la institución matriz, a fin de informarse sobre cuál cree esa persona que es el principal motivo para crear un centro de información. Deben aclarar cómo tendrá que adaptarse el servicio a los objetivos generales de la organización matriz, y definir quiénes podrían ser los usuarios de la biblioteca, centro de información o de documentación. Es esencial que la persona que crea el centro de información y aquellos a los que informará el centro tengan una visión compartida de por qué se va a crear. No tiene sentido crear un centro de información para el público si la organización matriz no quiere permitir que el público entre en el edificio que albergaría la biblioteca o el servicio de información..

Cómo determinar las necesidades individuales en la institución

Además de obtener información sobre las necesidades de la institución, también es necesario consultar con una amplia muestra de las personas que utilizarán el servicio de información para determinar sus necesidades de información más probables. Clayton [10] considera esencial la consulta con los usuarios, identificados o potenciales, por las siguientes razones:

- los usuarios son, evidentemente, los que mejor pueden identificar sus propias necesidades y establecer las prioridades entre ellas
- los usuarios que participen activamente en el proceso de planificación serán, con toda probabilidad, los que mejor apoyen las propuestas que surjan de la planificación
- las propuestas que resulten de este tipo de consulta tendrán también las mayores probabilidades de ser aceptadas por los administradores y los órganos de tutela.



Esta consulta con los usuarios, identificados o potenciales, puede realizarse mediante entrevistas individuales, mediante grupos de interés y reuniones, donde todos puedan expresar su opinión sobre la manera en que el servicio de información podría satisfacer sus necesidades de información. Las necesidades también pueden evaluarse mediante un proceso de encuesta en el que se distribuya a los usuarios potenciales un cuestionario que luego será analizado. En cada uno de estos foros es esencial tomar notas y elaborar una lista de necesidades de información que pueda ser estudiada y examinada en detalle para incorporarla

a los fines y objetivos del centro de información.



Al realizar este análisis, es realmente importante que los usuarios puedan expresar sus necesidades, y que no se les incite a expresar necesidades sugeridas por el administrador del servicio o el bibliotecario. De ahí la utilidad de los grupos de discusión y de los grupos de interés, que generalmente no piden a los usuarios que contesten a un cuestionario o a una encuesta elaborados por un experto basándose en su propia percepción de las necesidades del usuario.

Sin embargo, hay que señalar que esta consulta a los usuarios no es sólo un ejercicio de relaciones públicas. Si el centro de información decide que no puede responder a algunas de las necesidades expresadas por los usuarios, deberá explicar las razones, para evitar que los usuarios alberguen expectativas poco realistas sobre el servicio de información.

Evidentemente, existen dificultades para determinar las necesidades de los usuarios cuando algunos usuarios potenciales tienen poca experiencia de las posibilidades que podría ofrecer un centro de información, y en ese caso podría ser necesario que el experto en información estimulara su imaginación respecto a las posibilidades. A veces el responsable del servicio puede tener que buscar listas de libros, revistas o cintas de vídeos y presentarlas como posibilidades para que los usuarios decidan si creen que necesitarán ese tipo de recursos. Al emprender un análisis de las necesidades también es importante considerar a aquellos usuarios potenciales del servicio que pueden hallarse a gran distancia, por ejemplo agentes regionales, ya que sus necesidades podrían ser ligeramente diferentes de las de aquellos que están en una oficina central. De modo ideal, el gestor de información que crea un servicio de información debe visitar a estas personas para comprender sus

necesidades y las circunstancias particulares en las que trabajan, aunque si esto no es posible podría realizarse una evaluación de las necesidades por teléfono o mediante una encuesta distribuida por correo o electrónicamente.

En las modernas prácticas de gestión, es esencial implicar al cliente en el desarrollo del servicio. En el mundo de los servicios de información, un usuario, identificado o potencial, debe ser considerado como un cliente o potencial cliente, y el servicio debe desarrollarse en todo momento para responder a las necesidades de sus clientes.

Durante el proceso de planificación, es importante concebir el plan estratégico en el contexto en el que funcionará. El plan debe elaborarse teniendo en cuenta los valores de las personas de la organización y los valores generales de la propia organización. El fin debe ser desarrollar un plan en el que los fines individuales y los de la organización estén en armonía. Por ejemplo, resultaría incongruente que un servicio de información desarrollara un plan destinado a ofrecer servicios de ciencias del deporte a los atletas sin contar con ningún experto en ciencias del deporte dentro de la organización.

El análisis de las necesidades no debe considerarse un ejercicio sin continuidad. Para mantener un servicio de información que sea relevante para los usuarios debe haber una constante re-evaluación de las necesidades. A veces el centro de información tomará conciencia de una nueva necesidad hablando con sus usuarios, como, por ejemplo, la necesidad de información para un nuevo proyecto de investigación o una nueva política. Sin embargo, no siempre es así, y de vez en cuando puede resultar necesario interrogar a los usuarios o crear foros de discusión para asegurarse de que el servicio de información responde a las necesidades. También es necesario que

el personal del servicio de información se muestre activo en la detección de cambios estratégicos en la institución a la que sirve. Por ejemplo, un cambio de gobierno, un nuevo Ministro o un nuevo director en un centro educativo pueden producir cambios en la orientación política que pueden tener una repercusión en las necesidades de información de la gente que trabaja en esa organización.

Una vez realizado el análisis de necesidades, el servicio de información puede entonces elaborar un documento que establezca lo que el servicio de información ofrecerá (y en algunos casos lo que no ofrecerá). También deberá establecer qué necesidades no serán satisfechas, teniendo en cuenta las limitaciones presupuestarias y prácticas para la provisión de los recursos y servicios solicitados. Por ejemplo, puede que cada investigador del deporte necesite disponer de una revista concreta, pero sólo pueda adquirirse un ejemplar, que deberá ser compartido mediante un proceso de circulación gestionado por la biblioteca o el centro de información.

Aunque en general el análisis de las necesidades se realice a nivel colectivo en la institución matriz para establecer las líneas maestras de la política del servicio de información, conviene igualmente que el servicio tenga en cuenta las necesidades individuales de información del grupo de clientes al que servirá. Gracias a los progresos tecnológicos, como la Difusión Selectiva de Información (DSI) on line, ahora es posible configurar la provisión de información específica a la medida de un usuario en particular, de conformidad con su perfil de información predeterminado. También está disponible el mismo tipo de servicios para la provisión electrónica de boletines de sumarios mediante servicios tales como «CARL Uncover» en Internet. Incluso sin sofisticados sistemas on line, el gestor de la información puede poner en marcha servicios DSI manuales que proporcionen a clientes especí-

ficos una información que responda a sus necesidades específicas. Evidentemente, esto resulta mucho más práctico en pequeñas organizaciones especializadas, donde se establece un mayor nivel de contactos personales entre el personal del centro de información y el usuario, que en una biblioteca o servicio de información diseñados para responder a las necesidades de información del público o de una gran población estudiantil.

En cualquier caso, el fin del servicio de información debe ser responder a las necesidades de información de los usuarios y asegurarse de que concuerdan con los fines generales de la organización en la que está ubicado el servicio.



2.2 EL LOCAL

Antes de planificar la organización del espacio dentro del cual se van a desarrollar una serie de servicios, con unos determinados recursos, es conveniente hacer hincapié en la importancia del marco en el que aquéllos van a tener lugar, es decir, en el local.



Antes de planificar la organización del espacio dentro del cual se van a desarrollar una serie de servicios, con unos determinados recursos, es conveniente hacer hincapié en la importancia del marco en el que aquéllos van a tener lugar, es decir, en el local.

La instalación de una biblioteca o centro de información comprende el local, el mobiliario, el equipamiento y la distribución del espacio para llevar a cabo una serie de tareas y ofrecer unos determinados servicios.

Hallar la sede adecuada para ofrecer estos servicios es un requisito fundamental para que el centro pueda desarrollar toda una serie de potencialidades.

Referente al inmueble pueden darse dos situaciones: que se trate de un edificio de nueva construcción o que se rehabilite uno ya existente. Se trata de dos situaciones distintas –la primera de ellas, de mayor envergadura, implica un planteamiento de edificabilidad- pero en ambos casos el responsable del centro elaborará un programa de necesidades que incluya una serie de consideraciones de carácter económico y técnico.

La elección del local destinado a centro de información deportiva viene condicionado por su situación dentro del edificio y por una serie de condicionantes estructurales. El papel, elemento mayoritario en los centros, es un material pesado que obliga a adoptar unas medidas referidas a la carga, especialmente en el local destinado a depósito.

El programa

El programa debe definir los objetivos y funciones del centro y las infraestructuras para los servicios que se llevarán a cabo. Dicho programa debe ser estudiado por un arquitecto, que elaborará el proyecto funcional, de acuerdo con los requerimientos solicitados. Es necesario el trabajo conjunto del responsable del centro de información deportiva con el arquitecto, para que éste pueda dar solución a las necesidades planteadas.

Existen unos datos numéricos de suma importancia que deben facilitarse al arquitecto: número de metros lineales que suman las estanterías y número de usuarios a los que se debe dar servicio. Es decir, el fondo documental y el usuario, piezas clave dentro del concepto de la estructura de toda biblioteca, son objetivos prioritarios del programa.

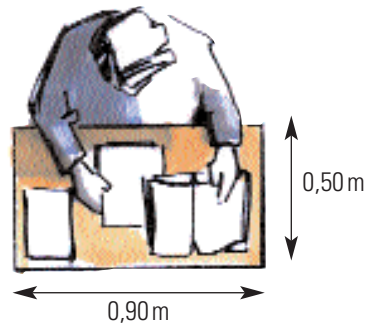
Asimismo el programa debe desglosar las distintas zonas de funcionamiento, sobre la base de las cuales se llevará a cabo la distribución del espacio:

- zona de información y préstamo
- zona de referencia
- zona de consulta
- zona de consulta de materiales especiales:
 - bases de datos
 - microformas
 - audiovisuales
- zona de trabajo para el personal
- zona de reprografía
- zona de libre acceso a la documentación
- zona de depósito.

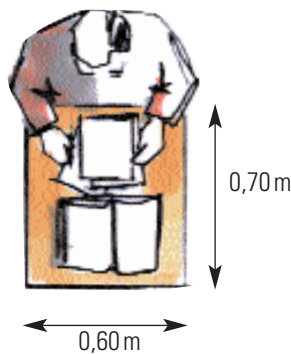
Organización del espacio

MESA DE TRABAJO

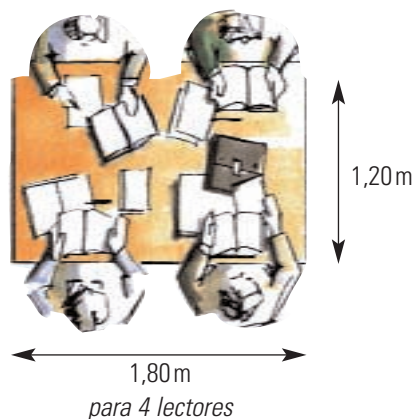
(para una sala de lectura o la zona de consulta de los usuarios)



*Espacio necesario para un lector
Disposición de los documentos en anchura*



Disposición de los documentos en profundidad



para 4 lectores

J. Gascuel. *Un espace pour le livre*. París: Editions du Cercle de la Librairie, Promodis, 1993, p. 55

El programa permite repartir y disponer el espacio de acuerdo con un plan funcional [19].

En la organización de una biblioteca o centro de información hay dos recorridos básicos: el del documento y el del usuario. Debe preverse el circuito que efectuará el usuario desde el exterior hasta el puesto elegido, para hacer una distribución lógica del espacio.

A este respecto hay que tener en cuenta los distintos tipos de usuarios a los que habrá que atender. Desde el investigador que acude en busca de un artículo o el periodista que necesita un dato y se marchan cuando lo ha localizado, el usuario que espera ser asesorado, el que quiere hacer una revisión bibliográfica y consulta todas las fuentes de información en los distintos soportes, el que le agrada perderse entre las estanterías o el que acude a leer el periódico.

Para rentabilizar el espacio resulta útil que en la sala de lectura se adopten soluciones intermedias, es decir combinar las zonas destinadas a las estanterías con las áreas de determinados servicios. Las obras de referencia y de consulta se disponen en estanterías de libre acceso, estimándose una capacidad de 35/40 libros por metro lineal y 2,5 m² por plaza.

En el espacio destinado a hemeroteca, si se utiliza un expositor donde las revistas se colocan horizontalmente antes de su encuadernación, deben preverse 4 títulos por metro lineal.

El visionado de las cintas de vídeo se efectúa en unos puestos individuales y a cada usuario se le facilitan unos auriculares. Junto a los aparatos deben colocarse las cintas expuestas (o en su defecto las cajas vacías), para facilitar información del material disponible.

En la sala de consulta se dispondrá de un número suficiente de puntos de lectura para el

usuario, de acuerdo con las previsiones incluidas en el programa.

Es cada vez más frecuente que los centros destinen un espacio individualizado a los investigadores. Generalmente se trata de pupitres en batería o cubículos separados los unos de los otros que facilitan el aislamiento necesario, donde el investigador puede acudir con su ordenador personal. Además, las bibliotecas que disponen de fondo antiguo destinan una zona para la consulta de este tipo de documentos.

Si el centro de información ofrece el servicio de préstamo, es preciso prever el número potencial de usuarios y disponer que éste se efectúe en una zona próxima a la salida, alejada de la sala de consulta.

Es importante que no se creen espacios ciegos, es decir, el personal que se halla en la zona de información debe poder observar los movimientos de los usuarios. Su colocación estratégica, además, facilita su localización y los usuarios saben en todo momento a quién pueden dirigirse.

El depósito destinado a almacenar todo el fondo documental que no se halla directamente puesto a disposición del usuario pueden encontrarse en la misma planta en un local contiguo, en el sótano o en forma de torre. En un depósito cerrado se calculan 5,5 m² por cada 1.000 volúmenes.

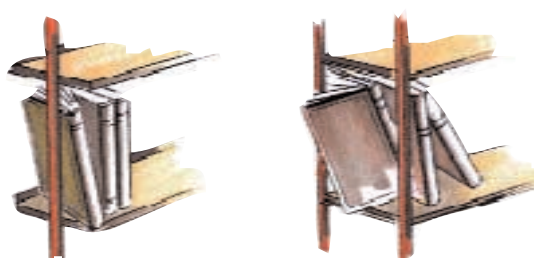
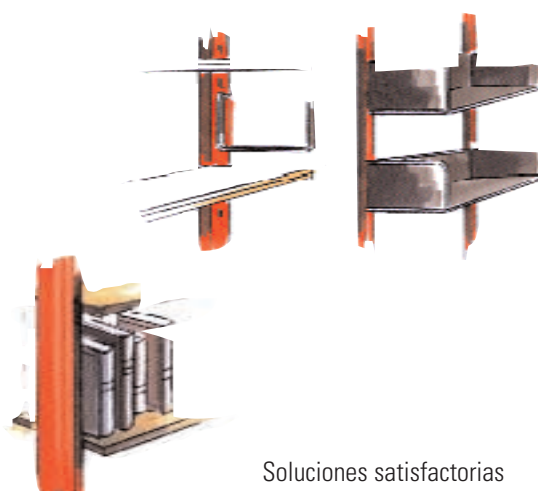
Con las nuevas tecnologías de la información se ha evidenciado que las bibliotecas y centros de información deportiva son lugares donde confluyen todo tipo de soportes de información. Si pretendemos que nuestro centro integre estas opciones, en la distribución del espacio hay que tener en cuenta los requisitos de la información. Se deben prever los puntos donde se ubicarán los ordenadores y demás accesorios, las distintas

posibilidades de cableado y las conexiones telefónicas.

El mobiliario

Aparte del mobiliario del personal habrá que prever el mobiliario necesario para la recepción de los usuarios, mesas de trabajo, sillas, sillones, mesas bajas, mostradores, vitrinas, guardarropa, etc. [19].

COLOCACIÓN DE LAS ESTANTERÍAS Y VOLÚMENES EN POSICIÓN LATERAL



Soluciones insatisfactorias

J.Gascuel. Un espace pour le livre. París: Editions du Cercle de la Librairie, 1993, p. 85



El equipamiento

Existe una gran variedad de modelos de estanterías. Fijas o móviles, de madera o metálicas. Se utilizarán las fijas para la zona de libre acceso. Es importante que los estantes sean móviles y que los laterales estén revestidos. De esta forma quedan sujetos los libros y no adquieren malas formas.

En la zona de depósito, según las dimensiones del centro, se colocarán armarios rodantes (compactus) de manejo manual o semiautomáticos.

Para los distintos tipos de soportes -carteles, fotografías, diapositivas, microfilms- hay armarios especiales.

También hay armarios que están protegidos contra el fuego, el calor o la humedad, donde pueden guardarse los materiales más sensibles, frágiles o valiosos.

Otros elementos del programa

A pesar de que en el proyecto de organización figuren una serie de datos numéricos (metros cuadrados de superficie, metros lineales de estanterías), hay, además, una serie de factores que contribuyen al bienestar en una biblioteca, es decir, a facilitar que el usuario se sienta a gusto. Entre estos factores se incluyen el mobiliario, el silencio, la eliminación de barreras arquitectónicas, la temperatura [14].

Uno de los elementos importantes del local es su iluminación, que puede ser natural o artificial. Existen normativas sobre la optimización lumínica que incluyen tanto el tipo de iluminación como la intensidad que debe regir en las distintas zonas. Si bien la iluminación natural, además de ser confortable comporta un intercambio energético importante, hay que evitar que la luz solar incida directamente sobre los

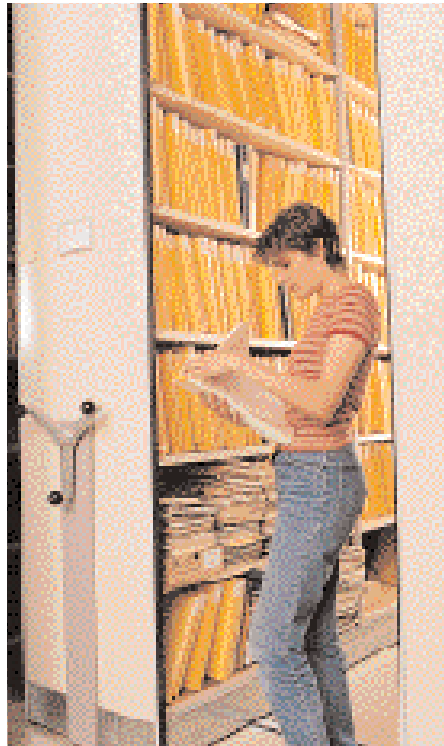
documentos. El papel amarillea con el paso del tiempo y el exceso de sol o una iluminación inadecuadas afectan al color de las fotografías.

Otro elemento importante son las condiciones acústicas. En la organización del espacio es preciso tener en cuenta las fuentes de ruido externas (saneamiento, refrigeración, etc.) y el producido en la propia sala de lectura (aparatos de reprografía, áreas de préstamo e información, en donde pueden confluir varios usuarios). Se puede lograr la eliminación de ruidos mediante varios sistemas. A pesar de que para la insonorización se requieren tratamientos sofisticados y costosos que afectan al tratamiento de la superficie, existen soluciones sencillas que en determinados casos obtienen buenos resultados. Se trata de disponer las estanterías de modo que actúen como pantallas acústicas. Dado que el libro es un material pesado y esponjoso, puede absorber un margen frecuencial de sonido [14].

De cara a la conservación de los documentos es conveniente tener en cuenta el grado de humedad del local, puesto que el exceso de humedad favorece la aparición de hongos y moho que dañan el papel, por esto a veces es necesario disponer de aparatos adecuados que absorben la humedad del ambiente. A pesar de que existen unos estándares referidos a la temperatura ambiental y al grado de humedad recomendables, es aconsejable informarse con los proveedores de los distintos tipos de material, puesto que las variaciones y aclimataciones varían de un país a otro.

Cuando la envergadura del centro lo requiera será conveniente disponer de un aparato de control antihurtos en la puerta de salida del recinto. Aparte de los dispositivos de seguridad y extinción de incendios hay que contar con unas instalaciones técnicas adecuadas (electricidad, aire acondicionado, etc.).

También habrá que reglamentar la prohibición de fumar, comer y beber dentro de las salas de lectura, debido al peligro de incendio y al deterioro causado por el humo y las manchas.



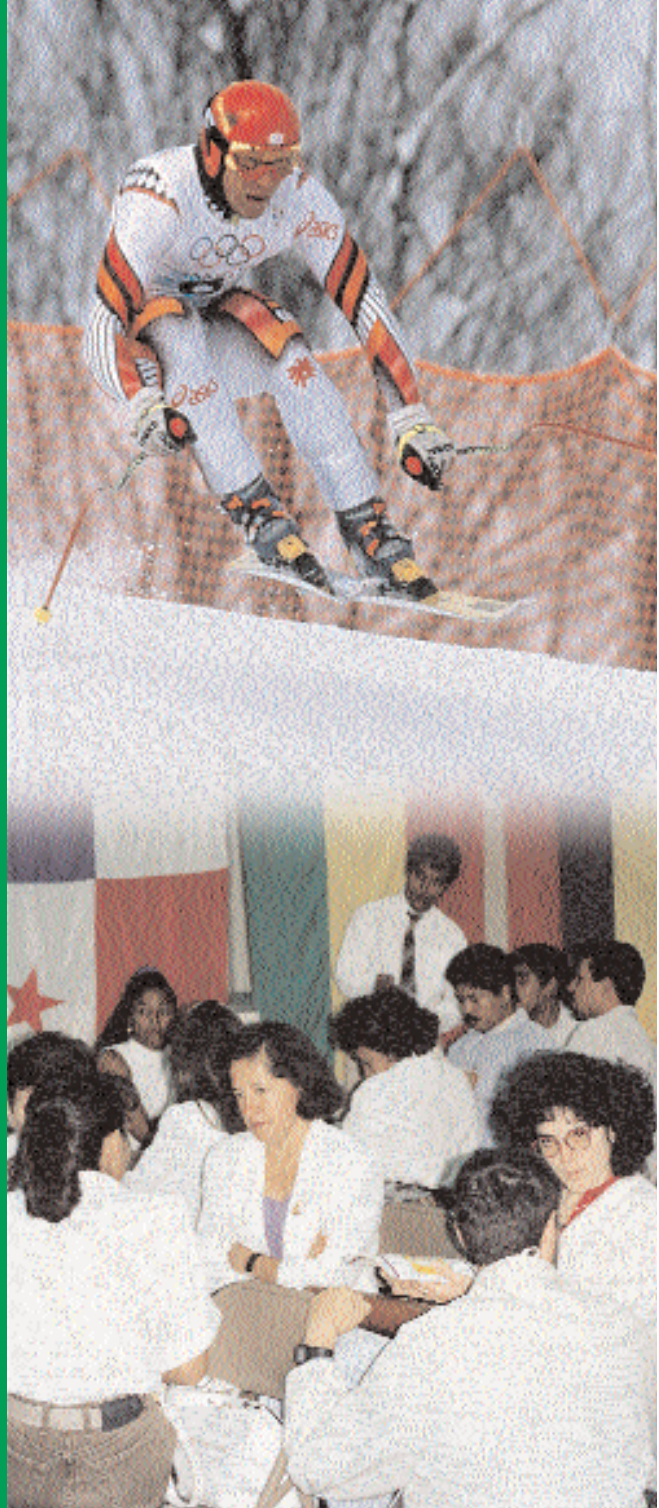
2.3 EL PERSONAL

Abordar la cuestión del personal del centro de información deportiva conduce inevitablemente a tener que responder a estos tres interrogantes:

¿cuáles son las funciones y tareas a realizar?

¿qué cualificaciones se requieren?

¿qué efectivos son necesarios?



Abordar la cuestión del personal del centro de información deportiva conduce inevitablemente a tener que responder a estos tres interrogantes:

- ¿cuáles son las funciones y tareas a realizar?
- ¿qué cualificaciones se requieren?
- ¿qué efectivos son necesarios?

Las funciones y las tareas

El tipo, el volumen y el reparto de las funciones y tareas que deben realizarse en un servicio de información y documentación pueden variar según:

- la amplitud y el alcance de su misión: centro con vocación nacional o internacional, centro institucional, o servicio de una unidad administrativa,
- las características de su público predominante: practicantes y entrenadores, investigadores científicos, estudiantes y enseñantes, cuadros administrativos, etc.
- los principales objetivos del servicio: conservación y consulta, investigación y difusión selectiva, preguntas-respuestas, etc.

Podemos establecer que, en general, el servicio tendrá que realizar:

- funciones de dirección:
 - organización y orientación del servicio
 - gestión administrativa, económica y contable
 - comunicación externa
- funciones de animación
 - seguimiento y desarrollo de proyectos
- funciones de información y documentación
 - constitución del fondo documental
 - conservación del fondo documental
 - tratamiento documental
 - búsqueda documental
 - difusión de la información, local y a distancia

- funciones de seguimiento informativo
 - localización y seguimiento de sitios
 - provisión de información a un público de destino

- funciones de secretaría

- funciones de logística tecnológica
 - elección e implementación de equipamientos
 - mantenimiento del material

Cada una de estas funciones puede corresponder a uno o varios puestos de trabajo especializados. Sin embargo, en la mayoría de los casos, se tratará de puestos compuestos, es decir, haciendo que coexistan en un mismo puesto de trabajo varias funciones relacionadas con diferentes profesiones. Esto ocurre con frecuencia, por ejemplo, durante la fase de creación de los centros, cuando los creadores deben realizar multitud de actividades diferentes.

Todas estas funciones, a su vez, dan lugar a tareas cuyo objetivo es la realización concreta del conjunto de operaciones necesarias para el buen funcionamiento del centro, es decir, para cumplir su misión de forma completa y eficiente.

Estas tareas se caracterizan por su nivel de complejidad, los conocimientos generales y técnicos que requieren, las responsabilidades que implican. Tradicionalmente se distinguen varias escalas profesionales correspondientes a diferentes niveles de ejecución de las tareas:

- nivel profesional de ejecución: para la realización de tareas materiales y básicas, que no requieren un elevado nivel de cualificación profesional, aunque sí cierta iniciación a las técnicas documentales (ej: preparación de libros, ordenación de los documentos en la biblioteca, etc.)

- nivel profesional intermedio: constituye el núcleo de los efectivos del centro para la realización de tareas técnicas, con la posibilidad de asumir responsabilidades y adoptar iniciativas. Este nivel implica cierto nivel de cualificación profesional y general (ej: catalogación, indización, búsqueda documental, provisión selectiva de información, etc.)
- nivel profesional superior: para la realización de tareas de concepción, organización y supervisión de las diferentes funciones de la cadena documental. Este nivel requiere una sólida formación profesional y general, así como una experiencia de varios años.

Es evidente que en los centros pequeños estos niveles tenderán a confundirse, mientras que en los centros de tamaño medio las tareas podrán ser compartidas, propiciando con ello el espíritu de equipo. Las unidades importantes podrán realizar un reparto analítico de tareas, y recurrir a especialistas para realizarlas.

Las cualificaciones

De modo ideal, el personal de un centro de información debe reunir una triple competencia:

- competencia en el ámbito del deporte, a fin de estar en condiciones de conocer las necesidades de los usuarios, realizar las elecciones pertinentes de las fuentes a adquirir, y efectuar el tratamiento más adecuado para la difusión selectiva de una información eficaz
- competencia en el ámbito de las técnicas y tecnologías de la información, a fin de estar en condiciones de tratar racionalmente la información recabada, para una búsqueda rápida y para la provisión de información, así como para garantizar la

comunicación y el intercambio con los demás centros

- competencia en idiomas extranjeros, especialmente el inglés, que se ha convertido en el idioma común del lenguaje científico y técnico, asegurando con ello la aportación externa sin la cual todo fondo documental queda incompleto.

Desde luego, no es frecuente encontrar estas competencias reunidas en una sola persona, por cuanto corresponden a formaciones y medios profesionales muy diferentes en la mayoría de los países. Es por ello por lo que la noción de equipo adquiere aquí todo su sentido, para garantizar la presencia de estas tres competencias indispensables para la creación y el funcionamiento del centro de información deportiva.

A estas competencias profesionales deben añadirse relevantes cualidades personales:

- el profesional de la información, intermediario entre productores y usuarios, realiza un trabajo de comunicación y contacto. Por ello, debe poseer un buen nivel de relaciones personales
- al servicio de los usuarios, debe mostrarse permanentemente dispuesto a escuchar sus demandas
- puesto que con frecuencia comparte sus tareas, debe tener sentido del trabajo en equipo
- debe dar muestras de sentido del orden, buen juicio y capacidad de decisión, para poder clasificar y elegir entre posibles soluciones, a menudo contradictorias
- debe sentir curiosidad por los demás, por la información, las técnicas, los organismos, en una búsqueda permanente de mejora de sus prestaciones
- debe mostrarse adaptable a la evolución de los conocimientos, las necesidades y las tecnologías, que debe ser capaz de dominar.

- debe ser perseverante, puesto que con frecuencia trabaja en continuidad, y modesto, porque no es más que un intermediario de la información, cuyo mérito no le corresponde
- finalmente, se imponen la discreción y el rigor profesional en el ejercicio de sus funciones, siguiendo un código ético o profesional –implícito o explícito- aceptado por consenso por todos los profesionales [19].

Es muy difícil, a falta de estudios sobre el tema, describir con precisión los orígenes y las características profesionales del personal que trabaja actualmente en los centros de información deportiva de todo el mundo. Con todo, cabe establecer cuatro grandes clases, cuya importancia relativa puede variar según los lugares y los países:

- los profesionales de la información. Se han formado en centros especializados en el ámbito específico de las ciencias de la información, bien únicamente, bien tras una formación en otra disciplina. Constituyen el fundamento profesional de las actividades del centro de información para el manejo de los métodos, técnicas y tecnologías documentales. En este sentido, su presencia es esencial para garantizar un marco racional y duradero para el funcionamiento del centro. En contrapartida, con frecuencia necesitan adquirir un conocimiento del medio, de las necesidades de los usuarios y de las fuentes de información pertinente
- los profesionales del deporte. Pueden proceder de diversos contextos: entrenadores, enseñantes e incluso investigadores. Con frecuencia están al final de sus carreras (aunque no siempre), cuando, por diversas razones, no quieren o no pueden ejercer su profesión inicial. Aportan su experiencia y su competencia en el ámbito de su especialidad, tienen un contacto «natural» con



los usuarios, de cuyas necesidades tienen una experiencia vivida. Su posición, con frecuencia jerárquica, puede ser de gran ayuda para el servicio, aunque es indispensable que adquieran una formación apropiada en ciencias y técnicas de la información

- los profesionales de otras ramas de la información. Pueden ser reproductores, informáticos o técnicos de audiovisuales. Su competencia puede resultar muy interesante en el ámbito de las tecnologías desarrolladas por el centro. Una formación complementaria en ciencias y técnicas de la información les permitirá integrar mejor su actividad especializada en el trabajo de conjunto. Deberán adquirir, con frecuencia sobre la marcha, los conocimientos relativos al entorno y a sus usuarios
- personal administrativo: secretarios, agregados de administración, elegidos generalmente para ofrecer asistencia administrativa en el funcionamiento del centro. Su presencia es indispensable para realizar diversas tareas materiales relacionadas con su especialidad. Una formación complementaria les será muy útil para comprender las características específicas de un centro de información deportiva.

Los efectivos

Para determinar los efectivos necesarios en un servicio de información deportiva debe establecerse un paralelismo entre la capacidad de la oferta (especialmente en cuanto a la masa salarial destinada al personal del servicio) y el nivel cualitativo y cuantitativo de la demanda.

En efecto, el análisis previo de las necesidades permite definir los objetivos, funciones y tareas que el servicio deberá desarrollar a fin de satisfacerlas, pero esta operación resulta-

ría inútil si no tuviera en cuenta los medios y, fundamentalmente, el personal de que dispone para sus actividades.

Por tanto, no hay reglas generales, o más bien la regla consiste en la adaptación a cada situación concreta. Sabemos de centros que funcionan con tres personas solamente, y de otros donde trabajan más de sesenta.

En el primer caso se trata esencialmente de servicios institucionales, destinados a un público mayoritariamente interno y poco diversificado, que proponen un número reducido de servicios destinados fundamentalmente a la consulta de un fondo especializado, al préstamo y a la provisión de informaciones derivadas de fuentes locales.

Puede tratarse, aunque más raramente, de servicios muy especializados en el seguimiento y la provisión de información a un público muy delimitado, utilizando al máximo los nuevos recursos tecnológicos, y en especial Internet, lo que por otra parte constituye un medio eficaz de optimizar los recursos humanos del servicio.

En el segundo caso, se trata de centros nacionales, de antigua creación, que han desarrollado todas las funciones informativas, en todos los soportes, necesarias para la cobertura de un público muy amplio y diversificado. Habitualmente cuentan con unidades de traducción para el acceso a la literatura internacional en el idioma nacional, y con actividades editoriales para la producción y difusión de conocimientos originales en el ámbito del deporte.



2.4 LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN DEPORTE

Al crear un servicio de información deportiva, existen numerosas fuentes de información, algunas de ellas en forma impresa, y, cada vez más, por medios electrónicos, en formato CD-ROM o directamente on line a través de Internet.

Al crear un servicio de información deportiva, existen numerosas fuentes de información, algunas de ellas en forma impresa, y, cada vez más, por medios electrónicos, en formato CD-ROM o directamente on line a través de Internet. La elección de las fuentes que el centro decide adquirir depende de varios factores, entre otros:

- las necesidades de los usuarios
- los recursos económicos disponibles para la adquisición de fuentes de información
- la infraestructura tecnológica del servicio de información para el tratamiento y difusión de la fuente de información.

Aunque este capítulo proporcionará una amplia perspectiva de las fuentes de información en deporte, recomiendo a todos los interesados en crear un centro de información deportiva que lean la obra de Michele Shoebridge titulada «Information Sources on Sport and Leisure» (*Fuentes de información en deporte y ocio*) [28], que detalla las principales fuentes de información deportiva.

En general, podemos decir que existen cuatro fuentes fundamentales de información sobre deporte:

- las fuentes impresas, que incluyen libros, publicaciones periódicas, actas de conferencias, periódicos, folletos, posters
- las fuentes audiovisuales, que incluyen cintas de vídeo, CD-ROM, fotografías, videodiscos, cintas de audio
- las fuentes electrónicas y on line, como Internet, las bases de datos en CD-ROM, las bases de datos on line
- las redes personales e institucionales.

Fuentes impresas de información deportiva

En toda biblioteca o centro de información es necesario prever, desde el comienzo,

la adquisición continuada de libros, publicaciones periódicas y documentos científicos.

LIBROS



Habitualmente constituyen el fondo principal de las bibliotecas y centros de información, y deben adquirirse en función de las necesidades de los usuarios. Algunos pueden ser obras de referencia, como enciclopedias y diccionarios, y otros pueden ser manuales o informes.

Aunque no sea posible elaborar una lista definitiva de todos los tipos de libros que podrían ser incluidos en un centro de información deportiva, es probable que libros sobre temas tales como educación física, filosofía, gestión de instalaciones, fisiología, sociología, entrenamiento, aprendizaje motor, biomecánica, historia, gestión y administración, medicina del deporte y psicología tengan cabida en un centro de información deportiva. Generalmente las obras de referencia son libros que no salen del centro de información y que son consultados de modo puntual. Con frecuencia se trata de textos reglamentarios, diccionarios y directorios de organizaciones, manuales biográficos y estadísticos.

Es posible identificar listas de las obras deportivas disponibles utilizando herramientas tales

como *Books in Print* y *British Books in Print*, así como bibliografías nacionales especializadas que publican listas completas de las obras editadas en un ámbito específico. La *Biblioteca del Congreso* americana, que difunde su catálogo en Internet, constituye igualmente una fuente de información útil para la detección de obras sobre deporte. En general, estas herramientas de localización, que pueden resultar muy caras, son accesibles en las grandes bibliotecas universitarias o las grandes bibliotecas públicas, donde pueden ser consultadas. También pueden utilizarse bases de datos como Sport, que indiza libros o monografías, para identificar las obras a adquirir.

Existen en todo el mundo numerosos proveedores de obras deportivas, pudiendo solicitarse una lista de los mismos a IASI. Es aconsejable que cualquier nuevo centro de información deportiva escriba a estos proveedores para que incluyan al centro en su lista de distribución para recibir catálogos y actualizaciones de las nuevas publicaciones. También podrían obtenerse libros gratuitamente mediante otras listas de duplicados de bibliotecas o mediante acuerdos de intercambio.

Es importante, para el mantenimiento del fondo, comprobar continuamente el contenido de los libros para verificar su actualidad y pertinencia. Así como las técnicas y los reglamentos deportivos evolucionan, las obras antiguas pueden conducir a la enseñanza de técnicas erróneas. Los materiales antiguos deben ser descartados o archivados.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Las publicaciones periódicas y revistas constituyen las fuentes de actualidad en información deportiva y generalmente se adquieren por suscripción anual. En todo el mundo se publican cientos de revistas deportivas, que incluyen la actualidad más reciente y más solicitada, así como artículos científicos. Una lista

de las principales revistas deportivas publicada e indizada para la base de datos internacional *Sport* está disponible en el *Centro de Recursos de Información Deportiva, SIRC*, de Canadá. El *Directorio de publicaciones periódicas internacionales Ulrich* es una lista completa de las publicaciones periódicas editadas en el mundo y habitualmente puede accederse a él en grandes bibliotecas universitarias o grandes bibliotecas públicas, y ahora está disponible en Internet.



Las periódicas a las que se suscribe un centro de información deportiva dependen, en gran medida, de la tipología de los usuarios, y con frecuencia constituyen una mezcla de revistas específicamente deportivas, por ejemplo *Rugby World* o *Swimming World*, y títulos más generales o científicos, como *Journal of Sports Science*, *Olympic Review* y *Sports Illustrated*.

Muchas de estas publicaciones periódicas deportivas están disponibles en el distribuidor *Human Kinetics*, aunque también es posible obtenerlas a través de agencias de suscripción y, con frecuencia, del propio editor. A veces es posible obtener gratuitamente estas publicaciones periódicas de organismos como las federaciones internacionales de ciertos deportes, aunque el número de revistas gratuitas parece estar disminuyendo conforme aumentan en todo el mundo los gastos de impresión y de papel.

Con frecuencia, al suscribirse a una publicación periódica es importante comprobar si está indizada en una base de datos como *Sport, Sportit, Heracles* o *Atlantes*, porque a largo plazo disponer de estos medios de indicación supone poder recuperar la información específica contenida en estas revistas. Va aumentando el número de boletines de sumarios y en algunos casos de abstracts y de textos completos de revistas disponibles en Internet, con lo cual los centros de información pueden acceder a los contenidos de las revistas sin suscribirse a ellas. Estos servicios son extremadamente útiles en países en los que el servicio de correos con el extranjero es muy lento y las revistas tardan mucho en llegar.

ACTAS DE CONFERENCIAS

Generalmente este material documental es de naturaleza científica y muy solicitado por los investigadores. Habitualmente su formato es el de una comunicación presentada durante una conferencia nacional o internacional sobre deporte. Las comunicaciones presentadas en estas conferencias proceden de diferentes disciplinas deportivas y generalmente son reunidas en un solo volumen por el organizador de la conferencia. El documento final está disponible varios meses después de terminar la conferencia.

Para adquirir esta documentación, es importante anotar el lugar y fecha de la conferencia revisando los calendarios de eventos internacionales, a continuación escribir a los organizadores para solicitar una copia de las actas o para informarse sobre cómo obtenerlas. Existe una tendencia a publicar las actas de conferencias en Internet, eliminando gran parte del retraso que se producía en el pasado en la publicación de actas, que en algunos casos son trabajos muy importantes.

Una lista de las conferencias sobre deporte a celebrar está disponible en Internet en la

dirección URL: <http://www.sirc.ca/calen.html>. Puesto que con frecuencia estas actas de conferencias son difíciles de localizar, se recomienda que los centros de información deportiva se encarguen de recoger e indizar las actas de todas las conferencias que se celebren en su país, y, si es posible, de indizarlas en una base de datos.

LOS PERIÓDICOS

Se ha dicho que los periódicos son un reflejo inigualable de las opiniones del público y de la sociedad y que por ello son una fuente indispensable, no sólo para las necesidades de información, sino también con fines de investigación. Los periódicos pueden considerarse como las «actas» de los acontecimientos y eventos cotidianos en deporte. Con frecuencia los centros de información recortan y exponen los artículos de prensa relativos al deporte, que ponen a disposición de sus usuarios. Que el centro adquiera o no prensa internacional dependerá ante todo de las necesidades de los usuarios. Cada vez más, la prensa nacional e internacional se difunde en formato electrónico, en CD-ROM, o en Internet.

Fuentes audiovisuales de información deportiva

En nuestros días existe una gran demanda de cintas de vídeo, CD-ROM interactivos, fotografías, vídeodiscos y cintas de audio, porque constituyen excelentes recursos para mostrar el movimiento, que es un elemento fundamental del deporte. Es evidente que este tipo de recursos es esencial para los entrenadores y atletas que dedican gran parte de su tiempo al análisis del rendimiento. Numerosas exposiciones, discursos y conferencias interesantes sobre temas deportivos también son objeto actualmente de grabaciones en cintas de audio, muy solicitadas por administradores e investigadores.

Las cintas de vídeo, los vídeodiscos y los CD-ROM son habitualmente de dos tipos. Los del primer tipo son principalmente para entretenimiento, como los Juegos Olímpicos, los Juegos de la Commonwealth, o los Festivales Nacionales de Deporte (aunque pueden tener un valor pedagógico para los atletas y entrenadores, con objeto de analizar el rendimiento). Los del segundo tipo son los que se producen con fines pedagógicos, en relación con una situación de aprendizaje o de entrenamiento en la que la metodología juega el papel principal.

Todos estos recursos requieren un equipamiento especializado, y muchos servicios de información dedican una zona especial del centro de información a la utilización individual o colectiva de los mismos.

Las cintas de audio disponibles en el mercado pueden presentar también formatos diferentes. De los que ya están disponibles pueden hacerse pedidos a nivel internacional, y la mayoría están relacionadas con comunicaciones presentadas en conferencias nacionales e internacionales.

Como norma general, ningún proveedor puede por sí solo cubrir todas las necesidades de cintas de vídeo, vídeodiscos, cintas de audio y CD-ROMs de los centros de información. Estas fuentes tienen que solicitarse de modo independiente y en muchos casos a importantes proveedores del extranjero, con el inconveniente de la necesidad de operar en moneda extranjera y de que no puede visualizarse el material antes de adquirirlo. Al igual que con los libros, es conveniente que los centros de información se dirijan a los proveedores para que los incluyan en una lista de difusión de sus catálogos y novedades. Las cintas de vídeo y los CD-ROM también aparecen con frecuencia en las revistas deportivas y pueden encargarse por correo. «SPORTDiscus» también presenta una lista de cintas de vídeo, cintas de audio y CD-ROMs, con información detallada sobre su accesibilidad.

Varias organizaciones, tales como *American Alliance for Health, Physical Education, Recreation and Dance (AAHPERD)*, *América Swim Coaches Association (ASCA)*, *American College of Sports Medicine (ACSM)*, *National Strength and Conditioning Association (NSCA)*, producen cintas de audio de las principales conferencias, que pueden encargarse directamente a estos organismos, aunque con frecuencia aparecen anunciadas en revistas deportivas y pueden pedirse por correo.

En algunos centros de información deportiva se ofrecen instalaciones para la creación de recursos audiovisuales, como vídeos de entrenamiento, y para la grabación de material de emisoras de televisión, por satélite y por cable.

Fuentes electrónicas y on line de información deportiva

Obtener información electrónica de todo el mundo se ha convertido en nuestros días en una absoluta necesidad para todos los centros de información deportiva. Con frecuencia las fuentes de información on line son de más actualidad que las fuentes impresas, aunque el acceso a estos recursos requiere una infraestructura tecnológica que no todos los centros de información deportiva poseen. En ciertos casos, la utilización de estas fuentes ha modificado las funciones del personal del servicio, en el sentido de que ahora, en lugar de ser conservadores de los recursos permanentes del centro de información, trabajan como guías y navegadores para encontrar recursos en el entorno on line al que pueden acceder directamente los usuarios.

LAS BASES DE DATOS

Dos fuentes de información deportiva de vital importancia son las bases de datos *SPORTDiscus* y *Medline*, aunque hay que señalar que, dependiendo del idioma empleado, algunos países pueden desear suscribirse



a otras bases de datos, como la base de datos alemana *Spolit*. Estas bases de datos son actualizadas permanentemente y permiten la búsqueda de una información específica por palabras clave y por algunos otros parámetros, tales como el tema, la fecha, el autor, la fecha de publicación, etc.

SPORTDiscus



Esta base de datos, actualizada mensualmente, contiene unos 400.000 artículos, actas de conferencias, cintas de vídeo, tesis, monografías e informes de investigaciones indizados, que cubren aspectos multidisciplinarios del deporte, la condición física y la rehabilitación. Está gestionada por el *Centro de Recursos de Información Deportiva* canadiense (SIRC) y avalada por la UNESCO como base de datos internacional del deporte. Varios países contribuyen a la producción de esta base de datos, como Australia, Francia, España, China, etc. Cada referencia bibliográfica incorporada a la base de datos se indiza mediante palabras clave específicas (descriptores), tomadas del *Tesaurus SPORT*. Este tesaurus está accesible on line y en forma impresa. Los documentos incluidos en la base de datos pueden obtenerse habitualmente del centro productor de la

referencia, por préstamo interbibliotecario o por un servicio como *SPORTExpress*, administrado por SIRC. Esta base de datos incluye también la base de datos en lengua francesa *Heracles*, la base de datos en castellano *Atlantes*, así como el catálogo on line de la biblioteca del Museo Olímpico del COI. Recientemente se han incorporado a la base informaciones sobre publicaciones electrónicas, con enlaces a sus páginas en Internet.

La base de datos *SPORTDiscus* es accesible desde todo el mundo a través de servidores como *Compuserve* (a través de *IQUEST* como *SFDB* o bien *Knowledge Index* en *SPORT*), *Knight-Ridder Information Inc*, *Data-Star* (en *SPORT*), *Dialog (File 48)*, *Ovid Technologies (SFDB)*, *Sticnet* (Taiwan).

SPORTDiscus también está disponible en un CD-ROM muy fácil de utilizar, actualizado cuatro veces al año, y difundido por *Silver Platter Inc* y por *Ovid Technologies*. Para más información sobre estos proveedores, contactar con: SIRC, 1600 James Naismith Drive, Gloucester, Ontario K1B 5N 4, Canadá. Fax: +613 748 56 58, E-mail: moreinfo@sirc.ca

MEDLINE

Medline es la base de datos bibliográfica de la **Biblioteca Nacional de Medicina** de Estados Unidos, y alberga varios millones de referencias. Esta base de datos es accesible en CD-ROM, y también gratuitamente en Internet. *Medline* es una potente herramienta de búsqueda de literatura biomédica, con referencias completas de artículos de más de 3.200 periódicas. Casi el 75% de las referencias se publican en inglés. Los principales campos que abarca son: microbiología, nutrición, higiene, farmacología, terapéutica.

El CD-ROM, actualizado mensualmente, puede adquirirse por suscripción a través de las

agencias de *Silver Platter Inc.*, presentes en numerosos países. Sin embargo, si hubiera algún problema a este respecto, también es posible escribir o enviar un fax directamente a: *Silver Platter Information Inc.*, 100 River Ridge Drive, Norwood, MA 02062-5043, USA. Fax: +617 769 87 63.

INTERNET

Con más de 70 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en la superautopista de la información global. «Navegar» en Internet es una expresión popular que significa navegar utilizando un ordenador, con acceso casi ilimitado a un inmenso depósito de información en gran medida gratuita, mediante enlaces hipertexto.

Aunque es imposible cuantificar la cantidad exacta de información deportiva en Internet, no cabe duda de que es una valiosa fuente de información sobre todos los aspectos del deporte. Las federaciones deportivas internacionales utilizan cada vez más Internet para difundir su información, por ejemplo reglamentos, calendarios, resultados y clasificaciones. Cada vez es mayor el número de revistas y publicaciones disponibles en texto completo, así como de catálogos de bibliotecas deportivas. Las imágenes y el vídeo también progresan en Internet, y seguirán en aumento con el desarrollo de *Web/TV*, que transforma los aparatos de televisión en terminales de Internet.

Con tanta información disponible, lo más difícil es saber por dónde empezar. Existen varios motores de búsqueda, como *Yahoo*, *Excite*, *Altavista*, *Lycos*, *Webcrawler*, etc. que pueden llevarle mediante enlaces por todo el mundo y por todos los deportes imaginables. Existe una herramienta de búsqueda específica para sitios de deporte en Internet, *Sportquest*, desarrollada por el SIRC canadiense, cuya dirección URL es: <http://www.sportquest.com>.

Redes personales e institucionales

Aunque la mayoría de los centros de información tengan acceso a las fuentes de información tradicionales descritas anteriormente, es importante no descartar las redes personales e institucionales que el personal de los centros de información puede utilizar para obtener información deportiva. En muchos casos el personal de los centros de información deportiva utilizará redes de información de sus propias ciudades y países, acudiendo a otros trabajadores de la información en universidades, bibliotecas generales y organizaciones deportivas para que les ayuden a satisfacer las necesidades. Partiendo de la base de que ningún centro de información puede aspirar a mantener una colección de toda la información relevante para las necesidades de todos los usuarios, los proveedores de los servicios de información deportiva tendrán que utilizar servicios tales como préstamos interbibliotecarios y fotocopias, ofrecidos por diversas organizaciones. En muchos casos los centros de información deportiva también utilizarán redes internacionales de proveedores de información deportiva, como la Asociación Internacional para la Información Deportiva, para obtener información que responda a las necesidades de los usuarios. Los miembros de IASI utilizan cada vez más la IASIlistserv o grupos de discusión electrónica para pedir ayuda a sus colegas en la identificación de fuentes de información sobre todos los aspectos del deporte.

Para poder detectar las fuentes relevantes de información deportiva, los que trabajan en centros de información necesitan un seguimiento permanente para identificar nuevos recursos, nuevas tecnologías y redes que sirvan para proporcionar información deportiva. which can assist in the delivery of sport information.

2.5 LAS TÉCNICAS

DOCUMENTALES

Ante todo, es necesario definir con precisión una política de adquisiciones en función de los objetivos generales del centro de documentación, del público de destino, del presupuesto disponible, de los recursos humanos que podrán consagrarse al tratamiento documental y de la riqueza del entorno documental del centro.



La adquisición de documentos para la constitución del fondo

Ante todo, es necesario definir con precisión una política de adquisiciones en función de los objetivos generales del centro de documentación, del público de destino, del presupuesto disponible, de los recursos humanos que podrán consagrarse al tratamiento documental y de la riqueza del entorno documental del centro. Esta reflexión abarcará todos los tipos de documentos (libros, suscripción a periódicas, vídeos, tesis en papel o microficha, CD-ROMs, software, etc.) con objeto de controlar la economía del centro. Así, el creciente número de títulos de periódicas científicas y técnicas obliga a realizar una selección rigurosa de las suscripciones, tras un detallado análisis de necesidades. Para este tipo de documentos es especialmente necesario estudiar una solución de adquisición alternativa ante la gran demanda de fotocopias de artículos, que hoy están incluidos en numerosas bases de datos o publicaciones bibliográficas.

También es necesario elaborar una política respecto a la recepción de donaciones, que con frecuencia requieren un tratamiento documental inútil y costoso.

Para un amplio inventario de las fuentes de información deportiva, remitimos a la contribución de Nerida Clarke, en el capítulo anterior. Sin embargo, aunque la multiplicidad de fuentes permite tener conocimiento de la existencia de un nuevo documento con relativa facilidad, con frecuencia resulta más difícil juzgar su utilidad para el centro solamente a partir de su referencia bibliográfica. Los análisis posteriores en las revistas especializadas permiten tomar una decisión más meditada acerca de la compra.

La catalogación

Cuando no es posible utilizar directamente (por importación en un sistema informatiza-

do) o volver a copiar (en una ficha manual) el registro catalográfico creado por otra biblioteca, todo documento incluido en el fondo documental debe ser objeto de una descripción bibliográfica. Esta descripción no siempre será tan completa como la de una agencia bibliográfica nacional, pero, aunque simplificada, deberá respetar las normas internacionales y nacionales en vigor.

Los ISBD (International Standard Bibliographic Description) constituyen las recomendaciones de la *Federación internacional de asociaciones de bibliotecarios y bibliotecas* (IFLA) para una presentación unificada (estructura y puntuación) de los diversos elementos que componen la descripción bibliográfica: ISBD (M) para monografías, ISBD (S) para publicaciones seriadas, ISBD (CM) para documentos cartográficos, ISBD (NBM) para documentos que no son libros, ISBD (PM) para música impresa, ISBD (CF) para ficheros informáticos. En muchos países se aplican también normas nacionales para la descripción de documentos, como por ejemplo las normas AFNOR en Francia. Otras normas ISO (*International Standard Organisation*) regulan la transcripción de caracteres cirílicos, árabes, hebreos y griegos a caracteres latinos, y la romanización de caracteres japoneses y chinos.

La catalogación en un sistema informático requiere el respeto de otras normas que permiten el intercambio de datos entre sistemas diferentes: los formatos de catalogación MARC. El formato UNIMARC es ampliamente utilizado hoy como formato de catalogación y de intercambio de datos bibliográficos. Los manuales profesionales de catalogación son especialmente recomendables, porque los numerosos ejemplos tratados son una valiosa ayuda para el técnico [03], [07].

En las bibliotecas informatizadas importantes, la actividad de catalogación tiende a reducirse gracias a la importación de registros produci-

dos por grandes agencias de catalogación (*Biblioteca Nacional de Francia*) y gracias a la catalogación compartida en amplias redes cooperativas como *OCLC*, *SIBIL* y, en el futuro, el *Sistema Universitario*, que agrupará a las bibliotecas universitarias y los institutos de formación e investigación franceses.



El análisis y la indización

Con el análisis y la indización se aborda el núcleo del trabajo documental. No se trata ya de describir el documento, sino su contenido, tras una lectura que, sin ser necesariamente completa, deberá extraer los temas principales analizando las partes más informativas: resumen del autor, introducción, títulos de los capítulos, esquemas, conclusión, índice de materias.

LA INDIZACIÓN

Los conceptos principales tratados en el documento deben traducirse a términos de indización que serán utilizables durante la búsqueda. La utilización de uno o varios lenguajes documentales permitirá el acceso al contenido del documento.

Las clasificaciones documentales enciclopédicas, como la CDU (*Clasificación Decimal Universal*) o la *Clasificación de Dewey*, son poco utilizadas hoy en los campos especializa-

dos, salvo para organizar el acceso libre a los documentos. En tales casos sólo se utilizarán índices de grandes clases (índices de 4 ó 5 cifras), constituyendo un elemento de la clasificación.

Las clasificaciones especializadas serán de gran utilidad para indizar a nivel más general, con frecuencia como complemento de una indización por descriptores. El plan de clasificación (Encabezamientos de Materias) utilizado por *SIRC* en su base *Sport* constituye un lenguaje de indización para las ciencias del deporte y la educación física. También puede utilizarse tanto en un sistema de ficheros manuales como en una base informatizada.

Hoy, un tesoro enciclopédico (*Rameau* en Francia) o especializado (tesoro de *Sportdoc* en Francia, tesoro del *SIRC* en Canadá, tesoro alemán de *Spolit*) sigue siendo el lenguaje documental más utilizado en los sistemas informatizados. En ellos la indización se aplica únicamente a los conceptos más precisos si el software es capaz de manejar la jerarquización de los términos de búsqueda (registro jerárquico automático). En caso contrario, resulta necesario indizar también a un nivel genérico, utilizando los términos genéricos del tesoro o una clasificación como la del *SIRC*.

EL ABSTRACT

La redacción de un abstract se utiliza sobre todo en los sistemas informáticos, que pueden así efectuar una indización automática de los términos más específicos, que no siempre figuran en el tesoro. La redacción de un abstract muy informativo, que pueda dispensar de la lectura del documento original, es una operación que requiere mucho tiempo, por lo que se suele utilizar el resumen descriptivo, más simple y más rápido, cuyo principal objetivo es permitir una indización automática.

LA SIGNATURA TOPOGRÁFICA

Asignar a cada documento un topográfico y reflejarlo en el registro catalográfico puede ser, según los casos, únicamente una operación de direccionamiento o también una operación de indización. Cuando los documentos no son directamente accesibles al público, el objetivo principal de un sistema de clasificación por signatura topográfica será conservar eficazmente los documentos en función de sus características físicas (las microformas, las cintas de vídeo en cajas especiales) o de sus dimensiones (las colecciones de periódicas o los libros en estanterías).

Si los documentos son accesibles directamente al público, su signatura topográfica dependerá de su contenido, para organizar la información del mismo tipo en las estanterías. Para ello el topográfico constará de un índice de clasificación y de las tres primeras letras del autor principal. Para más detalles, consultar la contribución de Maria Lluïsa Berasategui en el Capítulo 1.5.

La creación de archivos

Archivo manual o archivo informático: ¿existe aún la alternativa? Hoy día es difícil concebir una unidad documental sin la utilización de la informática, hasta tal punto se adapta ésta a la gestión de los documentos y la información. Además, el mercado del software especializado cubre hoy todas las necesidades, desde el software de referencias bibliográficas en el ordenador personal del investigador, hasta el sistema informático de una gran organización, que pone en marcha un sistema informático complejo en red para la gestión electrónica de documentos multimedia ligada a registros de catalogación recuperables electrónicamente por los usuarios. Incluso para la creación de archivos manuales en fichas de cartón, resulta casi indispensable una herramienta ofimática para anotar el

registro y para su duplicación automatizada, que alimentará los diferentes archivos (autores, títulos, materias, etc.).

La elección de un sistema informático

El mercado propone dos grandes tipos de software: el software documental y el software de gestión de bibliotecas.

Los primeros permiten esencialmente gestionar registros de informaciones estructuradas (referencias bibliográficas, directorios, etc.) y eventualmente los documentos electrónicos ligados a ellos. La libre definición de las estructuras de la base y la potencia del motor de búsqueda son las principales características a tener en cuenta.

Los segundos gestionan únicamente registros bibliográficos y se encargan de la gestión global de una biblioteca: pedidos de documentos y suscripciones, catalogación normalizada, acceso profesional y público a la catalogación, circulación y préstamo de documentos, estadísticas de gestión. Su principal ventaja es que integran todas estas funciones.

Hoy existe la tendencia a reunir estos dos tipos de software, originalmente distintos, sumando las funciones de gestión al software documental y desarrollando las funciones documentales en el software de gestión de bibliotecas, incluyendo, en los más modernos, la función de gestión electrónica de documentos.

Las características comunes que hay que buscar son:

Para almacenar los datos, este software debe apoyarse en un sistema de gestión de bases de datos relacionales (SGBDR); esta solución procura una mayor seguridad de los datos y reduce considerablemente el volumen de datos almacenados. Encontramos los

SGBDR clásicos detrás de la mayoría de los sistemas documentales actuales: 4ª Dimensión y Acces para el software de micro-ordenadores, *Oracle*, *Sybase* e *Informix* para los sistemas en red *NT* o *Unix*.

En la medida de lo posible, el administrador de la base de datos debe poder configurar el software para su adaptación al entorno específico de gestión de la información. Esta cualidad permite una gran independencia respecto al editor del software y asegura el desarrollo óptimo del sistema. El administrador debe poder construir libremente plantillas de entrada, formatos de visualización y de impresión de resultados, filtros de importación de datos. Debe tener la libertad de crear archivos invertidos (índices informatizados).



Para mantener una calidad constante de la base de datos, este software debe proponer funciones extendidas de entrada controlada: listas y archivos de autoridades, normas de entrada, valores de entrada por defecto, etc.

Para facilitar la indización y la búsqueda, este software debe permitir la gestión de un tesau-ro: entrada de términos y sus relaciones, nave-gación por el tesau-ro, etc.

La búsqueda documental

La función de búsqueda documental en un sistema informático ha sufrido, en los últimos treinta años, una considerable evolución, sin duda relacionada con el rápido e importante desarrollo de la capacidad de almacenamiento y de tratamiento de las máquinas, pero también con los resultados de las investigaciones en lingüística y matemáticas. Se ha pasado así de la simple búsqueda de una cadena de caracteres en un registro estructurado en campos a la búsqueda de una información que el usuario expresa en lenguaje natural (la lengua hablada). Los sistemas actuales de búsqueda documental conservan los diversos estratos de esta evolución.

El software de búsqueda documental debe poseer las siguientes funciones básicas:

- la búsqueda de una cadena de caracteres (una palabra) a veces truncada (un conjunto existente o no de caracteres) o enmascarada (un carácter existente no determinado) en un archivo invertido constituido por palabras relevantes de los registros. Generalmente, durante el proceso de indización, el sistema administra una lista de palabras vacías (artículos, preposiciones, adverbios) definida por el administrador.

Pedagog\$: el empleo del truncamiento (signo \$ en este ejemplo) permite recuperar *pedagogía*, *pedagogo*, *pedagógico*, etc.

- la búsqueda de un criterio en un campo particular de la estructura

Dupont Pierre EN CAMPO autor
1998 EN CAMPO fecha_publicación

- el tratamiento de una ecuación de búsqueda definida mediante los operadores booleanos (Y, O, NO) o los operadores matemáticos (igual a, mayor que, menor que, mayor o igual a, menor o igual a).

Ley\$ O Decreto\$ O Orden\$ es una ecuación que permite recuperar todos los textos oficiales.

Fecha_publicación =>1995 para seleccionar los documentos publicados en 1995 y años siguientes

- el tratamiento de una ecuación de búsqueda entre paréntesis: los conjuntos de criterios de búsqueda se incluyen en una sola ecuación encerrándola entre paréntesis.

(Basket\$ O Volley\$) Y (Técnica\$ O Entrenamiento\$) NO (francés EN CAMPO idioma)

- el tratamiento de una búsqueda realizada por etapas sucesivas por combinación de los resultados de cada etapa gracias a los operadores booleanos.

1 -- *Basket\$ O Volley\$*
resultado: 2150 documentos
2 -- *Técnica\$ O Entrenamiento\$*
resultado: 55356 documentos
3 -- *Francés EN CAMPO idioma*
resultado: 155356 documentos
4 -- *etapa1 Y etapa2 NO etapa3*
resultado: 156 documentos

El software de tipo documental ha aportado a estas funciones básicas de búsqueda las siguientes funciones:

- la búsqueda por tesoro: los términos de indexación buscados no se incluyen necesariamente en la ecuación de búsqueda, porque el sistema es capaz de gestionar la jerarquización ascendente o descendente de los términos o sus relaciones asociativas. Así es posible, a petición del usuario, recuperar los documentos sobre el clima de América del Sur sin tener que especificar en la ecuación todos los términos climáticos y todos los nombres de países de esta región



- la búsqueda en textos largos (abstract, texto completo) gracias a los operadores llamados de proximidad: las palabras buscadas pueden estar próximas (a n palabras), adyacentes (en el orden especificado o no), presentes en la misma frase o en el mismo párrafo.

frecuencia\$ ADYACENTE cardiac\$ recupera la expresión frecuencia cardiaca en singular y en plural, pero no recupera el documento que dice: «... las frecuencias respiratorias y cardiacas...», lo que constituye un silencio.

frecuencia\$ CERCA DE cardiac\$ recupera «... las frecuencias respiratorias y cardiacas...» pero también el documento que dice «...la frecuencia de los accidentes cardiacos...», lo que constituye un ruido

- la búsqueda en texto completo también puede facilitarse con una buena gestión de

diccionarios de sinónimos o de conceptos próximos y de las diferentes formas que pueden adoptar las palabras: plurales irregulares, verbos conjugados, etc.

la palabra *deportivo* como criterio de búsqueda, puede permitir, en ciertos sistemas, recuperar también deportista, atleta, atletas, jugadores, futbolistas, etc.

Los cálculos estadísticos de ocurrencia de los términos en los documento permiten clasificar las respuestas del sistema por orden de pertinencia decreciente o por clases de documentos según su contenido.

El interface de búsqueda en lenguaje natural es muy útil para el usuario no profesional (el lector que consulta el catálogo on line). Un programa elimina de la pregunta planteada todas las palabras vacías (la misma lista que se utiliza para la indización de documentos) y construye automáticamente las ecuaciones de búsqueda. El objetivo no es la máxima relevancia, sino obtener una respuesta

- **la última generación de motores de búsqueda «en lenguaje natural»** permite al usuario plantear la búsqueda sin tener que recurrir a los lenguajes documentales y transforma los métodos de búsqueda. El usuario plantea su pregunta igual que habla, y el software realiza un análisis lingüístico y gramatical y la compara con la indización de los documentos existentes que se ha realizado en la base con las mismas herramientas. Por ejemplo, ante la pregunta: «¿Puedo instalar un bar para vender cerveza y vino durante el próximo encuentro de fútbol de mi club?» el sistema recuperará los documentos relativos a la venta de bebidas en las sedes de eventos deportivos, y especialmente los relativos a la venta de bebidas alcohólicas.

Estos sistemas de indización automática recurren a nuevos algoritmos en los que no pueden existir palabras vacías, ya que todas las palabras sirven para dar sentido a las palabras, a la frase o al documento completo.

Mientras que las funciones de los dos primeros tipos de motores documentales están disponibles en la mayoría de los centros de documentación y bibliotecas, los de la última generación están aún reservados a grandes organizaciones, ya que requieren una gran potencia de tratamiento y grandes recursos humanos para la constitución de diccionarios y bases de datos específicas para el campo del que tratan.



2.6 LAS TECNOLOGÍAS DOCUMENTALES

«La sociedad de la información ha triunfado, en el sentido de que ya nadie discute que la información sea el factor dominante de nuestra sociedad». La afirmación de los expertos Linares y Ortiz-Chaparro sólo ha podido hacerse realidad con la generalización del uso de las tecnologías de la información.

«La sociedad de la información ha triunfado, en el sentido de que ya nadie discute que la información sea el factor dominante de nuestra sociedad». La afirmación de los expertos Linares y Ortiz-Chaparro [21] sólo ha podido hacerse realidad con la generalización del uso de las tecnologías de la información. Con respecto al título de este capítulo, nada diferencia a estas tecnologías de la documentación de las de la información.

Pero la cada vez mayor importancia que cobran las tecnologías de la información no debe hacernos olvidar que los equipos que utilizamos en estas tareas son sólo herramientas. Ningún ordenador, por sofisticado y potente que sea, tiene utilidad si no se define previamente qué se quiere hacer con él, cuándo, cómo, para quién, con qué objetivo... En lo que se refiere a los centros de documentación deportiva, antes que los equipos o las tecnologías hay que definir los objetivos a conseguir y los medios que para ello se emplearán. Y darse uno libertad para soñar.

Sólo así se podrá evitar un doble error:

- desarrollar un proyecto confundiendo lo que se quiere con lo que se necesita, y
- pensar en qué tecnologías tenemos y tratar de crear un producto que éstas puedan hacer funcionar.

Lo ideal sería pensar sin limitación en qué se quiere hacer y luego mirar si las tecnologías existentes tienen capacidad para conseguirlo y, en caso contrario, habremos encontrado un buen tema para un proyecto de investigación y desarrollo.

En los últimos cuatro años se ha pasado muy rápidamente del uso de soportes tecnológicos «tradicionales», las búsquedas on line, que permanecían casi inmutables desde principios de los 80, y del intercambio de información en soportes clásicos que llegaban hasta el uso de

cintas magnéticas o de CD ROM, a la utilización masiva de discos grabables y entornos multimedia, sobre windows, con *arquitecturas cliente-servidor* y conectados globalmente a través de Internet.

En la actualidad mucha información sobre el deporte está disponible en Internet, pero no toda puede considerarse como documental. Es útil, antes de tomar decisiones, mirar qué han hecho los demás y aprender sobre experiencias que podamos considerar de una cierta calidad. En todo caso, hay que concluir que, como en tantos otros sectores profesionales, la aparición y posterior divulgación masiva de Internet ha supuesto para los centros de documentación deportiva un gran cambio en la forma en que los propios centros acceden y localizan la información que se les solicita, en las formas y canales por los que esa información se distribuye y suministra a los usuarios, en cómo los usuarios acceden a la información que necesitan y en las relaciones que se establecen entre el centro y sus usuarios. Evidentemente, todo ello ha supuesto un cambio, en ocasiones radical, en los productos y servicios que antes ofrecían y ahora ofrecen estos centros y en las clásicas barreras de tiempo y espacio, que están desapareciendo a ojos vista.

Este marco así definido incrementa aún más la importancia de conseguir emplear a unos técnicos con un perfil profesional --y casi diríamos que personal-- adecuado a las tareas que se esperan de ellos y una más depurada presentación y comunicación del propio centro y de su oferta de servicios y productos. El profesional de la información responsable de un centro de información o documentación deportiva debe conocer y utilizar técnicas empresariales de administración y gestión, utilizar con soltura las tecnologías de la información y gestionar adecuadamente la documentación a su cargo, además de, y no lo menos importante, tener una sólida capacidad de comunicación social, de negociación y de presentación,

relacionando todo ello con los perfiles concretos de su/s cliente/s. Y también es vital para su supervivencia que el centro de documentación y sus órganos dirigentes utilicen herramientas de comunicación adecuadas a estos tiempos, como son el marketing, las relaciones públicas, la publicidad, los programas de calidad total, etc.

Seleccionar las tecnologías de la información según los objetivos del centro

Según el tipo de centro de información o documentación que queramos crear, las tecnologías a utilizar serán distintas en algunas de sus características. En todo caso, hay un marco general dentro del que elegir, en lo que al uso de las tecnologías de la información se refiere, que es el que hay que tener en cuenta:

- tecnologías aplicadas al almacenamiento de los documentos
- tecnologías aplicadas al tratamiento de los documentos
- tecnologías aplicadas a la difusión de los documentos.

Ello no nos lleva a la creación de compartimentos estancos. Como veremos, muchas de las tecnologías y productos automatizados sirven a más de uno de estos fines, pero su uso variará ligeramente según el objetivo que se persiga.

Las tecnologías y el almacenamiento de la información

Casi cualquier centro de documentación debe resolver el problema del almacenamiento de sus datos. Siempre debe diseñarse en función de cómo se quiera recuperar luego la información. Las ventajas de un almacenamiento utilizando algún tipo de tecnología son evidentes:

- ahorro de espacio
- ahorro de mobiliario

- acceso rápido y consulta y recuperación fácil
- mayor seguridad en la conservación
- se evita el deterioro de originales de alto valor, y
- proceso relativamente barato.

Las primeras tecnologías aplicadas al almacenamiento se basaron en los recursos fotográficos: la microrreproducción, ya fuera en forma de microfilms o de microfichas. Estos sistemas han sido superados por el uso de sistemas de almacenamiento óptico de documentos que combinan la utilización de scanners para la grabación de los documentos y de discos ópticos para su conservación. Un paso más en este camino es que el scanner permita la conversión de los documentos en ficheros reescribibles mediante programas de OCR (optical character recognition, *reconocimiento óptico de caracteres*). Ello tiene inconvenientes si se quiere garantizar la fidelidad de los documentos y que nadie los pueda manipular.

En este proceso, mediante técnicas láser de grabación de datos, ha destacado por encima de todo el uso de discos compactos (compact disc: CD). Estos discos se pueden emplear en el propio ordenador mediante la instalación en el mismo de un driver y le proporcionan una gran capacidad de almacenamiento de datos. El CD ROM (*Read Only Memory*) sucede a las tecnologías ópticas de los videodiscos, pero supone un gran adelanto en el acceso a la información ya que tiene una serie de ventajas sobre su alternativa, el acceso on line a los centros servidores de información.

Un CD ROM puede almacenar aproximadamente 550 Mb de información de cualquier tipo (textual, gráfica, sonido, imagen fija o en movimiento, o un conjunto de parte o todas ellas), y ya se anuncian discos con una mayor capacidad (ya se utilizan los discos de 680 Mb) y que además permitan el acceso a la modificación o inclusión de datos. La utilidad mayor o menor del CD ROM depende en gran medida

del diseño informático previo de los ficheros o bases de datos que se hayan incluido en el mismo. Hay sistemas muy avanzados y sencillos y otros que son realmente muy restringidos en sus posibilidades y a veces pueden llevar a los usuarios a una cierta desesperación.

La complejidad de estos soportes de almacenamiento, en lo que a la introducción de los datos en los mismos se refiere, suele hacer que el centro de documentación contrate este tipo de trabajos a empresas especializadas, salvo que por algún motivo se justifique el disponer en propiedad de los aparatos necesarios para ello. Evidentemente, estas tecnologías de almacenamiento de datos deben estar muy relacionadas con la idea que cada centro tenga de la difusión de sus informaciones. El mismo soporte puede ser un gran medio de conservación y el mejor sistema de distribución.

Las tecnologías y el tratamiento de la información

Este es un apartado que está sufriendo grandes cambios, aunque también, dado que supone el mayor esfuerzo de conversión de grandes volúmenes de datos, mantiene un cierto aspecto «tradicional». Las bases de datos documentales y los sistemas de descripción y de recuperación mediante operadores booleanos, etc., van a transformarse, si no lo están haciendo ya, de forma muy significativa. Sin embargo, un centro de documentación debe desarrollar su trabajo diario y en él están aún presentes este tipo de bases. Como recomendaciones habrá que dar el que el centro busque sistemas abiertos, muy compatibles con su entorno, informatizando globalmente todas las tareas que desarrolle, en la medida de lo posible, con programas integrados, y sin dejar de tener en cuenta las actuales tendencias a globalizar las informaciones en entornos de red.

Merece la pena detenerse en problemas como el de la terminología, pero sin dejar de lado los

trabajos que ya se desarrollan para que los propios sistemas automatizados establezcan mecanismos de relación entre términos, de pertinencia, proximidad, etc. Además, habrá que tener en cuenta que deben utilizarse instrumentos para el tratamiento estadístico de las informaciones, etc. Hablar en la actualidad de normalización parece obvio, pero ello no implica adoptar sistemas rígidos y clásicos de descripción, costosos, lentos y complejos, salvo que el propio entorno del centro garantice un apoyo en su uso u obligue al mismo por ser parte de una política común de información. La normalización es imprescindible, pero puede que haya que hacerla de nuevo en gran medida. El mundo de la documentación deportiva ha desarrollado ya una serie de pautas de normalización que facilitan, al menos en parte, estas tareas. La normalización también debiera darse en lo referido a los entornos tecnológicos (sistemas operativos comúnmente aceptados, entornos multiusuario, amigables, con ayudas en línea, etc.).

Y, como paso previo a la tercera de las áreas que hemos definido, debemos tener muy en



cuenta que cualquier sistema que elijamos debe facilitar por encima de todo la manipulación de los datos para su autoedición, diseño y difusión masiva en el soporte que en cada momento se considere más adecuado.

Las tecnologías y la difusión de la información

Si en alguna parte del proceso documental han influido más las tecnologías ha sido en el de la difusión de la información. Desde la aparición del telefacsimil (fax), los sistemas de distribución de información se han multiplicado y diversificado hasta ofrecer prácticamente una solución a cada tipo de demanda... y parece que sólo estamos en el principio de la carrera.

En la difusión de la información podemos hacer una división: difusión de información off line, y difusión de información on line.

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN OFF LINE

Entre los primeros, además de las tecnologías clásicas que se apoyan en el uso de papel, audio o cintas de vídeo, discos, etc., destacan por encima de todos los discos ópticos de cualquier tipo. Desde el punto de vista de la difusión, los CD en general y los CD ROM, como soportes documentales, ofrecen grandes ventajas:

- más baratos que una consulta equivalente on line
- su uso es mucho más fácil y permite el autoaprendizaje
- permiten la elaboración de consultas más precisas y su repetición, dado que desaparece el factor coste/tiempo de conexión
- se pueden utilizar en ordenadores muy elementales, con la única necesidad del driver para el disco
- en muchos casos, colocados en un lector de discos conectado a una red local, sus informaciones se pueden recuperar simultáneamente desde distintos terminales

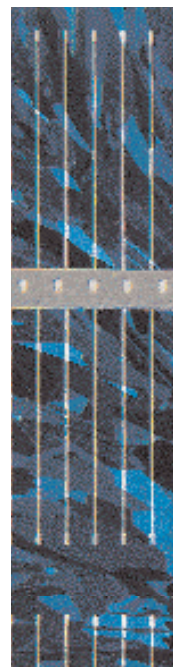
- se pueden volcar datos del disco a una impresora o a un fichero de ordenador para su posterior manipulación

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ON LINE

En los sistemas on line se dan una serie de requerimientos técnicos, en la actualidad muy simplificados. Es necesario conectar nuestro equipo a través de una línea telefónica, un modem y un programa de comunicaciones que permita la conexión entre los ordenadores situados uno a cada extremo del sistema. La línea telefónica puede ser la normal conmutada que se utiliza para transmitir la voz en una conversación cualquiera, o más especializada, para la transmisión de datos, según protocolos específicos que cada compañía telefónica pone a disposición de sus usuarios, según las necesidades, el presupuesto y las tecnologías disponibles en cada país. Es recomendable tratar de ganar en velocidad en las comunicaciones y, si es posible, utilizar RDSI (*Red Digital de Servicios Integrados*, de banda estrecha o ancha), que permite el establecimiento simultáneo de diferentes comunicaciones. Si el uso lo justificara, se establecerían líneas abiertas (punto a punto) permanentemente.

También por cuestiones de rentabilidad y eficacia, muchos centros de tipo pequeño o mediano contratan empresas especializadas en la distribución de la información, evitándose el trabajo añadido que supone mantener activos dentro del propio centro sistemas de comunicaciones con múltiples líneas telefónicas, abiertos las 24 horas del día, etc.

Con estos elementos, el centro de documentación podrá contratar distintos servicios de información con las diferentes empresas e instituciones que los produzcan. Los soportes van naciendo y muriendo rápidamente. Ya casi no se habla del *videotexto* y se va imponiendo el *audiotex*, el *teletexto*, la *videoconferencia* y otros soportes. Pero, sobre todo, se habla y se



utiliza la red Internet, en cuyo entorno se encuentran servicios diferenciados como las listas de distribución o el correo electrónico.

La red de redes: Internet

Pretender explicar en detalle qué es Internet en las líneas que que-dan a este capítulo es impensable. Diremos, simplemente, que Internet es una red de redes informáticas, interconectadas entre sí a lo largo y ancho de todo el mundo, que se comunican a través de los diversos medios (fibra óptica, satélites, línea telefónica, etc.) y donde cada una de ellas tiene sus propias reglas y políticas. Compuesta realmente por miles de redes nacionales, universitarias, de investigación, de empresas privadas, de organismos locales, etc., que están interconectadas por un conjunto de computadores llamados enrutadores, aparece ante el usuario como un entramado de centros servidores de información sin fin.

Como características principales, diremos que Internet se basa en conectar ordenadores (de cualquier tipo), hasta conseguir un carácter global. Para ello se usa un único protocolo de comunicaciones que haga posible la interconexión: TCP/IP (Transfer Control protocol, Internet Protocol/ *Protocolo de Control de Transferencias, Protocolo Internet*). El protocolo IP tiene como principales características:

- la información circula en paquetes (por lo que cualquier mensaje se puede descomponer en pequeñas particiones para componerse a su llegada al punto de destino), y
- los paquetes necesitan una dirección irrepetible a la que llegar (no importa su tamaño, ni por dónde vayan, sólo a dónde quieren ir), dirección que se denomina *URL* (Uniform Resource Locator).

Con estas breves características, se pueden definir las herramientas que se utilizan más habitualmente en la red, y que son su parte más

conocida. Estas herramientas permiten navegar por la red para llegar hasta el servicio de información que buscamos, o localizar los datos que ese servicio ofrece una vez llegados a él.

Hasta hace poco meses, herramientas de Internet muy usadas eran el acceso *telnet* para entrar en bases de datos remotas, la *transferencia de ficheros* (ftp), y otras. En la actualidad, todo se ha englobado en la *web*, gracias a la denominada arquitectura cliente-servidor. Con ella se obtiene que los terminales remotos ya no sean meras extensiones de los servidores de información, sino que contienen una parte del programa necesario para la comunicación, tienen capacidad y funciones propias.

Así, se distribuye parte de las herramientas entre el ordenador remoto y el ordenador central, con lo que se resuelven más cosas en la unidad remota, el central se satura menos y la línea no está ocupada permanentemente (sólo cuando se transmite uno de los paquetes de datos). Con ello, además, se consigue sofisticar la capacidad de tratamiento de los datos del remoto: puede disponer de gráficos, no sólo de caracteres, usa *Windows*, usa ratón, puede abrir ventanas multimedia (imagen, sonido, movimiento...), etc.

En la *web* no hay orden jerárquico, sino navegación pura de un documento (página) a otro mediante funciones de hipertexto (palabras marcadas que remiten a otro documento) estableciendo una serie de saltos por medio de estos enlaces entre todas las informaciones disponibles. Los recursos se recuperan por índices o por temas. Sus diversos localizadores tienen una estructura, cada vez más sofisticada, de base de datos. Se puede solicitar un tema o una palabra cualquiera que se encuentre dentro de una *página web* y el buscador ofrecerá la lista de todas aquellas páginas que cumplan las condiciones determinadas. Los consejos para la difusión de la información de un centro a través de Internet se han descrito en el Capítulo 1.8 de este mismo libro.



2.7 LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DOCUMENTALES

«La buena información, en el buen momento, para el buen usuario, con una buena presentación y a un coste aceptable... éste es el ideal de la industria de la información».

«La buena información, en el buen momento, para el buen usuario, con una buena presentación y a un coste aceptable... éste es el ideal de la industria de la información» [29]. La difusión al usuario de la información que necesita es la vocación esencial del servicio de información, y se traduce en la provisión de productos y servicios.

Los productos resultan de la transformación de la información primaria, gracias a los medios humanos y técnicos del centro, para fabricar, en mayor o menor cantidad, boletines, dossiers, incluso bases de datos; son objetos palpables, para ser vendidos o cedidos gratuitamente, que tras su adquisición pueden ser almacenados y utilizados posteriormente por el usuario [29].

Los servicios constituyen las prestaciones que se ofrecen, gratuitamente o mediante pago, a los usuarios de los centros de información: consulta, préstamo, difusión selectiva de la información, etc. En este campo, la calidad de la intervención humana influye decisivamente en la imagen que el usuario obtiene del servicio.

Condiciones y limitaciones para la difusión de la información

Son muchas, y no deben escapar al control de los centros de información:

- las condiciones institucionales del centro: ligadas a su estatus y posición dentro de la institución que lo alberga, que condicionan su misión y sus objetivos (ver Capítulo 1.12)
- las diferentes necesidades de los usuarios: sus preferencias, sus exigencias, su nivel de conocimientos de las herramientas informáticas y de las posibilidades del centro, etc. Una tipología precisa de estas necesidades es el requisito previo para la

puesta en marcha de cualquier producto o servicio de información (ver Capítulo 1.2 y capítulo 2.1)

- la capacidad económica del centro, que con frecuencia obliga a decidir entre varias posibilidades, imponiendo igualmente una tarifa para algunos servicios o restringiendo el acceso a los mismos
- las capacidades técnicas y tecnológicas del centro, que dependen de sus efectivos y del nivel de competencia del personal, así como de su equipamiento.

Las estrategias de difusión de la información

El plan estratégico del servicio de información deportiva (ver Capítulo 2.8) pone de manifiesto la elección entre la gran diversidad de respuestas posibles para satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de usuarios. Estas elecciones deben enunciar claramente, para cada producto o servicio, el nivel de prestación que se quiere o se puede ofrecer al público.

La diversidad de la oferta es necesaria para cubrir las diferentes necesidades, pero no debe impedir la definición de una estrategia clara para cada uno de los servicios y productos elegidos. En caso contrario puede conducir a la desorientación de los usuarios (que no saben cuál es la mejor respuesta a sus necesidades), a la dispersión e incluso a la concurrencia interna entre las ofertas, y finalmente, a la incompreensión del personal.

Tradicionalmente se distinguen dos tipos de estrategias en el ámbito de las actividades de un servicio de información:

- la estrategia de la demanda, que consiste en proporcionar productos y servicios en respuesta a una demanda. En este caso se

habla de productos «pasivos», porque es el usuario el que toma la iniciativa de dirigirse al servicio cuando siente la necesidad de ello (como ocurre con el servicio pregunta-respuesta, con la difusión selectiva de la información, etc.)

- la estrategia de la oferta, que consiste en proponer productos y servicios basados en la estimación de las necesidades potenciales, anticipando la demanda. En este caso se habla de productos «activos», porque es el centro el que toma la iniciativa de dirigirse al usuario (como en el caso de los boletines bibliográficos, las listas de adquisiciones, etc.).

Los productos documentales

El centro de información puede suministrar toda una gama de productos, desde los más básicos a los más sofisticados. En este manual básico nos contentaremos con presentar los más corrientes y útiles, rogando al lector que se remita a la bibliografía para una descripción más detallada [19], [20].

EL BOLETÍN DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL

El boletín de información documental se ha venido produciendo tradicionalmente en soporte papel, aunque se está desarrollando rápidamente en Internet, en el marco de la creación de «sitios». Este boletín es esencialmente una herramienta de comunicación, por lo que sus funciones principales consisten en:

- dar a conocer el centro de información, sus recursos, sus novedades, sus prestaciones
- motivar al usuario real o potencial para utilizar los productos y servicios del centro
- conseguir la fidelidad del usuario, manteniendo contacto con él mediante la provisión regular de información.

En formato papel, la periodicidad puede ser semestral, incluso trimestral. Una de las grandes ventajas de Internet es la posibilidad de actualización en tiempo real.

LOS CATÁLOGOS (o archivos) DEL CENTRO DE INFORMACIÓN

Los catálogos están destinados a la gestión del fondo y a la búsqueda documental. Enumeran y describen los documentos primarios que constituyen los recursos del centro, y se realizan a partir de los registros bibliográficos (ver Capítulo 2.5).

Existen varios tipos de catálogos. Los más frecuentes son el catálogo de autores y el catálogo de materias, a los que pueden añadirse un catálogo de títulos y un catálogo de topográficos [19].

Con frecuencia estos catálogos se realizan mediante fichas de cartón, guardadas en archivadores que están a disposición de los usuarios del centro. Sin embargo, los centros informatizados ya pueden dotarse de sistemas OPAC (*On-line Public Access Catalogue*) que permiten a los usuarios la consulta on line de los catálogos, sin intermediarios.



LAS LISTAS DE ADQUISICIONES

Las listas de adquisiciones informan a los usuarios de los nuevos documentos que entran en el fondo documental. Generalmente se difunden en forma de boletín, y su periodicidad depende del volumen y de la frecuencia de nuevas adquisiciones. Con frecuencia son objeto de intercambio entre los centros de información.

LOS BOLETINES DE SUMARIOS

Los boletines de sumarios, cuya periodicidad no supera los dos meses para garantizar la frescura de la información, reúnen los resúmenes de las publicaciones periódicas recibidas por el centro durante ese periodo. Generalmente se difunden a una clientela de destino que puede encargar los artículos que le interesan. Uno de los más importantes es «*Current contents*», publicado por el ISI (*Institute of Scientific Information*) de Filadelfia (EEUU), que incluye los resúmenes de todas las revistas científicas importantes.

LOS PANORAMAS Y LAS REVISTAS DE PRENSA

Los panoramas y revistas de prensa constituyen una forma de difusión de la actualidad basada en una selección de documentos primarios (generalmente artículos aparecidos en la prensa) en función de temas específicos. Los artículos seleccionados pueden colocarse en el centro, difundirse a un público determi-

nado y agruparse en dossiers temáticos. Estos se ponen a disposición de los usuarios del centro, y/o se ponen en circulación.

El seguimiento de la actualidad requiere un trabajo cotidiano, que debe ser tenido en cuenta en la gestión de los recursos humanos del centro.

LOS DOSSIERS DOCUMENTALES

Los dossiers documentales, generalmente elaborados a demanda, reúnen un conjunto de informaciones primarias de diversas fuentes sobre un mismo

tema. Generalmente los documentos se presentan en una carpeta y se entregan a quienes lo solicitan para su consulta en sala. La actualización de estos dossiers se realiza en función de la evolución de la actualidad del tema. Cuando el ámbito de interés ya no es actual, son clasificados o destruidos.

LOS BOLETINES BIBLIOGRÁFICOS

Los boletines bibliográficos y/o índices son listas de registros especializados, presentados según un plan de clasificación, con frecuencia acompañados de breves análisis y seleccionados por el centro para responder a la demanda de los usuarios, o bien a un tema de orden general (bibliografía estándar). Para ser exhaustivas, estas listas cubren, en general, todas las fuentes, tipos de documentos e idiomas accesibles al centro [20]. Estas bibliografías también pueden tener un carácter retrospectivo, presentando documentos que se remontan a un pasado más o menos lejano.

Aunque todavía pueden realizarse manualmente y difundirse en formato papel, se están convirtiendo cada vez más en un producto secundario de la explotación de las *bases de datos* bibliográficas, difundidos en soporte electrónico.

LAS SÍNTESIS BIBLIOGRÁFICAS

Las síntesis bibliográficas permiten realizar un resumen sintético de los conocimientos existentes sobre un tema dado, sin tener que consultar gran número de documentos. Estas síntesis, que tienen un gran valor añadido, deben ser realizadas por especialistas para garantizar su fiabilidad.

BASES Y BANCOS DE DATOS

(Ver la definición de ambos términos en el glosario, aunque la mayoría de las veces reciben la denominación única de bases de datos).



Aunque una base de datos no es el producto más sofisticado que puede desarrollar un centro de información, es el que requiere la mayor implementación. Esta es la razón por la que las principales bases de datos presentes en el mercado de la información deportiva (ver Capítulo 2.4) son el resultado de una coproducción en red por varios socios.

En efecto, la creación de una base de datos requiere varios niveles de intervención:

- el o los productores que tratan la información primaria, basándose en un reparto de los fondos documentales que constituyen los recursos de la base de datos. A este nivel es necesario normalizar el tratamiento documental y utilizar un lenguaje documental común para garantizar la homogeneidad de los datos para una búsqueda pertinente de información. Generalmente, en el caso de una red, un productor «principal» recoge, con vistas a un control de calidad, las producciones de los restantes socios
- el o los servidores, organismos públicos o privados (o bien el propio centro de información si cuenta con los recursos necesarios) que almacenan y gestionan las bases de datos y autorizan el acceso a las mismas bajo ciertas condiciones. Estos servidores ponen en marcha potentes herramientas de interrogación y comunicación que permiten búsquedas simultáneas en la misma base de datos o en varias bases de datos locales, o incluso en bases gestionadas por diferentes servidores. Actualmente la mayoría de ellas utilizan la red Internet. Finalmente, los servidores utilizan a menudo las memorias ópticas, especialmente el CD-ROM (ver capítulo anterior), para ofrecer a sus usuarios muchas posibilidades de acceso
- las funciones del distribuidor (papel que con frecuencia juega el servidor) son la comercialización, la promoción y el marketing de

la base de datos, garantizar la formación de los usuarios, y proporcionar asistencia y servicio post-venta en caso necesario.

Los servicios documentales

ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DEL PÚBLICO

El mostrador de recepción es el lugar privilegiado de todas las funciones relacionales directas del servicio de información: recepción, inscripciones, préstamos, consejos y orientación de los lectores, información, búsquedas documentales, etc. Todas estas prestaciones cara a cara con el público, basadas en el diálogo, tienen una importancia decisiva para la imagen del servicio y para la evaluación de las necesidades de los usuarios. Para ello se elegirán horarios de apertura «útiles» para el usuario, y se adaptarán las condiciones de recepción (personal, local, equipamiento, señalización, etc.) que favorezcan la convivencia. El mostrador de recepción se situará lo más lejos posible de las zonas de consulta y trabajo, para evitar ruidos y molestias.

Es indispensable un servicio telefónico que responda a las solicitudes de información sobre los productos y servicios ofrecidos, sobre todo por parte de los usuarios potenciales, que no volverán a contactar con el servicio si no reciben una respuesta satisfactoria.

LA BÚSQUEDA DOCUMENTAL

El servicio de búsqueda documental, prolongación de la orientación del público, tiene por objeto proporcionar a quien lo solicita las referencias de fuentes y documentos, en cualquier soporte, que correspondan a sus necesidades. Las técnicas aplicadas se describen en profundidad en el Capítulo 2.5.

El servicio puede solicitarse en sala, cara a cara con el usuario, lo cual permite identificar sus necesidades, o por teléfono, por correo o correo electrónico.

LA PROVISIÓN DE DOCUMENTOS PRIMARIOS

Varios servicios pueden ponerse a disposición del usuario para permitirle el acceso a la información primaria:

■ *la consulta en sala*, para la cual existen dos fórmulas:

el acceso directo, o libre acceso, en el que el lector puede elegir libremente sus documentos en las estanterías de la biblioteca. Esta fórmula, muy cómoda para el usuario, tiene el inconveniente de disminuir las posibilidades de control. Es adecuada para centros pequeños, con un público habitual. También puede suponer una elección política con el fin de promover la documentación entre un público naturalmente poco inclinado a utilizarla. Sin embargo, la ausencia de control no excluye todo tipo de vigilancia, y puede justificar, cuando se observan pérdidas, la instalación de un sistema magnético de protección de los fondos

el acceso indirecto o acceso controlado, en el cual, una vez consultados los catálogos, el lector se dirige al personal para que le suministre el o los documentos deseados, sacados del almacén. Los documentos serán consultados en sala, y luego devueltos al final de la sesión de apertura del servicio. Este procedimiento requiere disponer de personal, pero garantiza un control total de las operaciones y evita los robos y depredaciones.

Esta fórmula puede aplicarse especialmente en centros abiertos al público, y, en especial, a las colecciones especiales y fondos *raros*.

Sin embargo, el centro de información puede combinar las dos fórmulas: acceso directo para las obras de referencia, las periódicas y los documentos más consultados que constituyen el fondo activo; acceso indirecto para las *reservas* y los fondos *precioso* o *raros*

■ *circulación de documentos*

Conciernen esencialmente a las publicaciones periódicas, con vistas a la difusión rápida de la actualidad a un público bien delimitado. Se imponen dos requisitos esenciales para este servicio: rapidez de circulación, para garantizar la actualidad de la información, y fiabilidad de la circulación, controlando la aplicación de las reglas establecidas (tipo de circuito, títulos afectados, duración de la consulta, modos de transmisión, etc.).

Existen dos fórmulas posibles, con posibilidad de combinarlas:

- la circulación *«en estrella»*, en la que los documentos vuelven al servicio entre cada lector
- la circulación *«en círculo»*, que organiza una circulación de lector a lector (más difícil de controlar), antes de devolver los documentos.

Con frecuencia la circulación de documentos requiere una gestión delicada, y no debe obstaculizar su consulta en sala por los usuarios del centro. Existen algunas soluciones para paliar el problema, como realizar una suscripción adicional, difundir una lista de las periódicas recibidas o un boletín de sumarios y proporcionar las revistas o fotocopias de los artículos solicitados

■ *el préstamo a domicilio y el préstamo interbibliotecario*

Las reglas del primero dependen de las condiciones específicas de cada centro, y establecen:

- las categorías de usuarios que tienen derecho al préstamo
- las categorías de documentos autorizados (y en consecuencia los excluidos de préstamo)
- el número de documentos que cada usuario puede tomar en préstamo
- la duración del préstamo

- las modalidades de préstamo y devolución (depósito de garantía, posibilidad de reserva, multas por retraso, etc.).

En general, son obras que se prestan por un máximo de dos a tres semanas, pudiendo tomarse prestados dos o tres volúmenes a la vez. Con frecuencia el servicio forma parte de las funciones del mostrador de recepción y está cada vez más automatizado en los centros importantes.

El servicio de préstamo interbibliotecario, tanto nacional como internacional, se basa en acuerdos concretos entre las bibliotecas participantes. Implica el intercambio de catálogos y puede requerir la creación de catálogos conjuntos para que los usuarios puedan localizar los documentos que desean

■ *el servicio de fotocopias*

Permite proporcionar la información sin que las colecciones tengan que salir del centro. Requiere un equipamiento apropiado y, sobre todo, el pleno respeto por los derechos de autor, puesto que el servicio es considerado responsable de la reproducción en la mayoría de las leyes nacionales. A este respecto existen en numerosos países instancias oficiales para la recepción de derechos de reprografía, a las que conviene dirigirse para legalizar esta actividad.

Puesto que su coste es relativamente importante, en general se fijan sus tarifas cuando los ingresos cubren los gastos derivados de su percepción

■ *el servicio de difusión electrónica de documentos*

Este servicio, puesto en marcha por las unidades importantes que cuentan con la tecnología adecuada (edición electrónica), permite la provisión on line de documentos previamente escaneados. Esta fórmula tiene considerables

ventajas en cuanto a facilidad y rapidez de acceso a la información primaria, en comparación con los servicios antes citados. Al igual que los servicios de reprografía, la edición electrónica debe respetar los derechos de autor.

EL SERVICIO PREGUNTA-RESPUESTA (SERVICIO DE REFERENCIAS)

Se está convirtiendo en un servicio cada vez más desarrollado en los centros que evolucionan de la función de «centro de recursos» a la de «proveedor de información», un papel que los usuarios demandan cada vez más. Aquí ya no se trata de proporcionar los documentos primarios, sino de extraer de ellos la información útil para el usuario.

Este servicio requiere un personal especializado, la posibilidad de acceder a recursos externos, y en algunos casos el respaldo de una amplia red relacional. Puede organizarse in situ, cara a cara con el usuario, por teléfono o por correo, y cada vez más por correo electrónico.

EL SEGUIMIENTO INFORMATIVO Y LA DIFUSIÓN SELECTIVA DE LA INFORMACIÓN (DSI)

Consisten en proporcionar a un usuario, o grupo de usuarios, con una periodicidad definida, la información documental de su interés aparecida durante un periodo dado.

La información puede suministrarse «en bruto» o bien analizada (resumida). La eficacia de esta prestación depende mucho de la pertinencia del «perfil documental» del usuario, que debe verificarse y actualizarse con regularidad.

La suscripción es el procedimiento más utilizado. Se basa en el número de fuentes consultadas, la amplitud y complejidad del perfil, la frecuencia de los suministros.

Puesto que estos servicios tienen un coste elevado, la mayoría de las veces se establecen para responder a necesidades colectivas (perfiles de grupo correspondientes a un conjunto de personas con intereses comunes), más que a perfiles individuales, más costosos.

EL SERVICIO DE ESTUDIOS DOCUMENTALES

Proporciona el producto más elaborado de la cadena documental. Aquí se trata de reunir, validar, analizar, evaluar y presentar la información en función de criterios correspondientes a los diferentes puntos de vista o usos que pueden dar los usuarios a un tema concreto. Esta actividad requiere la participación de expertos en el ámbito considerado y un importante trabajo de reconversión de la información a una forma condensada y cualitativa. Por ello el servicio resulta costoso en términos de tiempo y dinero, y, al igual que el servicio anterior, casi siempre se establece para un uso colectivo.

EL SERVICIO DE TRADUCCIONES

Representa un valor añadido indispensable para la calidad del fondo documental reunido y para la pertinencia de las informaciones suministradas sobre un tema determinado, en especial para los investigadores científicos, para quienes la exhaustividad constituye una condición esencial de toda búsqueda documental.

En general, los costes de traducción son elevados, por lo que se recomienda mantener una entrevista entre el usuario y el traductor a fin de determinar, tras la lectura en diagonal del texto, qué partes corresponden a las necesidades reales del usuario. Otra forma de proceder consiste en elaborar resúmenes de los artículos seleccionados a partir de un boletín de sumarios, encargando la traducción íntegra del documento original en una segunda etapa.

Con vistas a la rentabilidad, todas estas traducciones deben ser conservadas por el centro y puestas a disposición de la colectividad.

En nuestros días las nuevas tecnologías desarrollan sistemas de *traducción asistida por ordenador* (TAO), que permiten abordar la comprensión de un texto con resultados bastante satisfactorios. Sin embargo, estos sistemas siguen resultando demasiado caros para la mayoría de los centros.

La fijación de tarifas de los productos y servicios documentales

No se trata aquí de situarse en una óptica de mercado, sino de considerar que, sean cuales sean las condiciones de ejercicio del servicio, la información tiene un coste. Hemos tenido ocasión de abordar esta cuestión en el Capítulo 1.11.

La política de fijación de tarifas de los servicios puede ser muy diversa, según su estatus (público o privado), las bases de cálculo del precio de coste (número de subvenciones, eliminación de costes estructurales, función promocional que se confiere a la información, etc.)

A falta de una «guía de precios» de los productos y servicios de información, conviene tener en cuenta:

- el precio de coste del producto o servicio
- el precio actual en el mercado, en condiciones comparables
- el precio «psicológico» que resulta aceptable para el público de destino.

En segundo lugar se plantea el problema de la unidad de base para la fijación de tarifas. Por regla general la cantidad suministrada (a condición de que la unidad de base esté clara) es preferible a la duración (duración de la consulta, duración de la búsqueda), que disuade al

principiante y va en detrimento de los poseedores de equipos lentos.

A continuación, hay que elegir entre varios procedimientos de venta posibles:

- venta por catálogo: adaptada a los productos estándar y al número de ejemplares
- venta por suscripción: para productos periódicos o prestaciones repetitivas
- venta por paquetes: suscripción o cuota de consumo (generalmente anual) sobre un conjunto diversificado de productos y servicios
- venta presupuestada: adaptada a las prestaciones «a demanda».

Finalmente, existen varias formas de pago:

- percepción in situ: requiere organizar una función de «caja» dentro del servicio
- apertura de cuenta: que da al usuario el derecho a consumir en proporción a la suma depositada
- pago por «cupones», de los que se compra una cantidad determinada y que se usan para el pago.

Estos dos últimos medios de pago permiten evitar el exceso de facturaciones, casi siempre por pequeñas cantidades.



2.8 LA GESTIÓN

DE LOS CENTROS

DE INFORMACIÓN

Los centros de información que obtienen éxito son aquellos que funcionan con una planificación bien definida, que gestionan bien sus fondos, sus recursos humanos y económicos, y que proporcionan los servicios que necesitan tanto los usuarios como la organización de la que forman parte.



Los centros de información que obtienen éxito son aquellos que funcionan con una planificación bien definida, que gestionan bien sus fondos, sus recursos humanos y económicos, y que proporcionan los servicios que necesitan tanto los usuarios como la organización de la que forman parte. En las organizaciones hay ciertas normas de práctica que deben ser respetadas, y que constituyen el marco para la gestión de cualquier servicio de información.

Así, para gestionar eficazmente un servicio de información, es esencial:

- planificar lo que se va a hacer
- consultar a los principales proveedores de recursos
- elaborar un plan anual de gestión del centro
- justificar todos los recursos, humanos y económicos, en relación con el plan
- establecer plazos para los logros
- controlar los progresos
- evaluar de dónde se viene y hacia dónde se va
- revisar el plan.

La planificación

La creación de cualquier servicio de información debe poner en marcha un proceso de planificación estratégica que garantice que el servicio de información/biblioteca posee unos objetivos claros, y estrategias adecuadas para alcanzar dichos objetivos con la eficacia deseada. Goodstein [18] define la planificación estratégica como *«el proceso por el cual una organización se plantea su futuro y desarrolla los procedimientos y las operaciones necesarios para lograrlo»*.

Es importante que los centros y bibliotecas de información deportiva dispongan de un plan estratégico, por escrito, que defina claramente sus metas y objetivos, que deben estar conec-

tados con los de la institución matriz. Este plan estratégico debe ser objeto de controles y revisiones para, en caso necesario, poder modificar los objetivos para el siguiente ciclo de planificación. Es importante señalar que el plan estratégico del servicio de información es un documento vivo, un proceso continuo que requiere constantes revisiones, especialmente tras amplias consultas con los usuarios y con el personal. La planificación no es un medio en sí misma, sino un medio para el logro de las metas y los objetivos establecidos.

Durante la elaboración de un proceso de planificación, es importante abordar las tareas de modo sistemático. Es recomendable que los responsables de la planificación de los servicios de información adopten un modelo con un enfoque por etapas, tal como lo describen Goodstein [18] o Penna [22]. Sin embargo, existen numerosos modelos de planificación descritos en la literatura especializada y que pueden seguirse.

DECLARACIÓN DE INTENCIONES

Un primer paso importante en la planificación consiste en pronunciarse sobre el objetivo central, la declaración de intenciones del centro de información, como se ha señalado en el Capítulo 1.12 de esta obra. La declaración de intenciones expresa, a grandes rasgos, la razón de ser del servicio de información y predetermina sus metas, objetivos, estrategias y políticas. Para determinar la misión central del servicio, es necesario consultar a los usuarios reales y potenciales, y obtener el compromiso del personal del servicio y la conformidad de la dirección de la institución que lo alberga.

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

Una vez enunciada la misión principal del centro de información, es necesario establecer los objetivos generales y específicos, para, a con-

tinuación, considerar cómo pueden traducirse a una estrategia operativa que permita alcanzarlos de forma racional y rápida, en la medida en que lo permitan los recursos humanos, financieros y materiales del servicio. En esta etapa puede resultar necesario emprender un proceso de definición de prioridades. En la gestión de un servicio, es imposible hacerlo todo, por lo que es importante definir las prioridades. De hecho, éste es el punto clave de la planificación estratégica, y es aquí donde el servicio necesita realmente tener en cuenta su entorno en cuanto a las amenazas, oportunidades, puntos débiles y fuertes, tanto internos como externos, que existen a su alrededor. Este análisis permitirá elegir qué tipo de estrategias se emplearán para alcanzar los objetivos establecidos.

Entonces se establecerán los fines del servicio de información, que son enunciados generales de lo que el servicio de información desea o trata de lograr, en un periodo de dos a cinco años. Según Chen [09], el enunciado de los fines *«permite ver simplemente el bosque, en lugar de los árboles»*.

Ejemplos de los fines de un servicio de información:

- recoger de modo exhaustivo la información pertinente multimedia sobre el deporte, de naturaleza bibliográfica o no bibliográfica
- organizar los fondos recogidos y desarrollar herramientas de búsqueda apropiadas, tanto manuales como automatizadas.

Estos fines dan directrices, representan al servicio, dan cuenta de sus recursos para fines administrativos o de gestión, e influyen en el tipo de trabajo que se llevará a cabo en las áreas funcionales de servicio a los usuarios, de servicios técnicos y administrativos del centro de información. De hecho, tal y como sugiere Riggs [27], sirven *«como armazón de planificación para integrar los esfuerzos de*

todas las áreas funcionales del centro de información en un esfuerzo de información total».

FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

Una vez fijados los fines generales del centro de información, se hace necesario formular los objetivos, que Riggs [27] describe como *«los hitos que señalan el camino hacia los fines generales de la biblioteca»*. Estos objetivos deben ser mensurables, de corto alcance y limitados en el tiempo. Para lograrlos, se confían responsabilidades específicas a nivel individual. En los casos en que el servicio de información esté integrado por una sola persona, el responsable del servicio debe asegurarse de que es capaz de alcanzar los objetivos. La declaración de intenciones, los fines y los objetivos no reflejan únicamente la visión de futuro del centro de información, sino que constituyen también la base de sus acciones cotidianas. Éstas no se realizan aisladamente, sino desde la comprensión del mundo en el que existe el centro de información y desde la predicción de cómo será ese mundo en el futuro. Es esencial que en toda planificación de un servicio de información haya una constante valoración de las amenazas, oportunidades, puntos débiles y fuertes que pueden favorecer u obstaculizar la aplicación de su plan estratégico.

El plan de gestión anual

De la declaración de intenciones se desprenden los fines, los objetivos, las estrategias específicas y las tareas del servicio, y todo ello forma parte del plan operativo anual o plan de gestión anual del servicio de información. Al formular la estrategia del servicio de información, es necesario formular por escrito, para cada objetivo, todas las formas de conseguir ese objetivo; es necesario estipular cuáles de esas estrategias son más importantes, identificar estrategias alternati-

vas y contar con planes de emergencia. Por ejemplo, una estrategia puede consistir en elaborar un catálogo on line, pero si no se dispone de fondos suficientes, una medida transitoria puede ser crear un archivo manual.

Una vez identificadas y clasificadas por prioridades las estrategias posibles, es conveniente dejar constancia de ellas en un documento llamado habitualmente «plan de gestión anual». A continuación se divide este plan en secciones, por ejemplo agrupando todos los fines relativos al servicio a los clientes o los relacionados con los servicios técnicos y servicios administrativos. Bajo cada objetivo del servicio de información deben enumerarse las estrategias a aplicar para lograr dichos objetivos. A continuación deben enumerarse los recursos humanos y económicos necesarios para aplicar la estrategia y el plazo de tiempo para su realización, aunque algunas estrategias serán permanentes, ya que forman parte de la provisión del servicio. La puesta en marcha de este proceso pondrá de manifiesto el tipo de recursos necesarios para aplicar el

plan estratégico. Esta información proporcionará la base para el presupuesto y para la dotación de recursos físicos y humanos a la biblioteca, y el plan constituirá el marco para la gestión de los fondos y de los recursos humanos y económicos del servicio de información.

En algunos casos, puede que ya se haya adjudicado el presupuesto para el servicio de información, en cuyo caso el plan de gestión debe mostrar lo que se hará con el dinero. Si no se ha adjudicado el presupuesto, el plan de gestión debe ayudar a su preparación mostrando exactamente cómo pretende emplear el servicio de información el dinero que reciba.

En algunos casos, al finalizar el plan de gestión se identificarán algunas estrategias que deberán excluirse del mismo, debido a insuficiencia de recursos o a un cambio en las prioridades.

El plan de gestión anual es una herramienta excelente para indicar al personal del servi-

Ejemplo de sección de un plan anual de gestión de un centro de información

FIN 1: Recoger de modo exhaustivo toda la información pertinente multimedia sobre el deporte, de tipo bibliográfico o no bibliográfico.

OBJETIVO 1: constituir un fondo exhaustivo de cintas de vídeo sobre deporte				
ESTRATEGIAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS FINANCIEROS	PROGRAMA	COMENTARIOS
Adquirir las cintas de vídeo sobre entrenamiento deportivo del Instituto	Bibliotecario especializado en audiovisuales	1.500.000 PTAS.	Permanente	50 cintas de vídeo adquiridas de enero a junio 1996
Provisión de material para consulta de cintas de vídeo	Bibliotecario especializado en audiovisuales	450.000 PTAS.	Diciembre 1996	Magnetoscopio y monitor de vídeo adquiridos y puestos en funcionamiento en mayo 1996
OBJETIVO 2: establecer un fondo selectivo de periódicas científicas sobre deporte				
ESTRATEGIAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS FINANCIEROS	PROGRAMA	COMENTARIOS
Establecer una lista selectiva de periódicas científicas sobre deporte	Bibliotecario designado	450.000 PTAS.	Diciembre 1996	Personal encargado de clasificar las periódicas por orden de importancia

cio, a sus usuarios y a los administradores de la institución, lo que el servicio de información trata de lograr y con qué recursos cuenta para lograr sus objetivos. El plan debe elaborarse de manera que deje espacio para comentarios respecto a cada estrategia, lo que permitirá utilizar el plan como documento informativo.



Una vez establecido y aceptado el plan anual, el servicio de información debe aplicar las estrategias definidas y vigilar los progresos de cada una de ellas. Aunque el plan de gestión identifica las tareas clave a realizar y gestionar en el centro de información, será necesario que algunas tareas y estrategias se apoyen en una documentación específica. Esta documentación describe detalladamente cómo deben gestionarse las tareas específicas, por ej. cómo se gestionará la catalogación de recursos y las políticas y procedimientos en los que se basarán.

Además de efectuar comentarios sobre las estrategias del plan de gestión, como se indicó anteriormente, el centro de información deberá desarrollar otros sistemas de información sobre actividades que puedan incluirse en el plan de gestión para controlar los progre-

sos. Se recomienda, por ejemplo, registrar el volumen y el tipo de demandas recibidas, el número de fotocopias realizadas para los usuarios, etc. Toda esta información cuantitativa, junto con la información cualitativa recogida entre los usuarios del servicio de manera formal o informal, permiten evaluar el funcionamiento del centro en relación con sus fines y objetivos, así como su eficacia.

En nuestros días, cuando es cada vez más necesario rendir cuentas de todas las facetas de actividad y de gastos, el responsable del centro de información debe recabar permanentemente la información que justifique el apoyo continuo al servicio de información. Se debe informar de modo regular sobre los progresos a los miembros del personal del centro, a los usuarios y a las personas clave de la organización a la que sirve el centro de información. En algunas organizaciones, un comité de gestión o un comité consultivo pueden supervisar las actividades del servicio de información, y es a este comité al que se presentarán los informes.

Evaluación del plan

Una vez elaborado el plan de gestión como principal herramienta de gestión de un servicio de información, es necesario evaluar hasta qué punto el centro ha conseguido alcanzar sus objetivos. Corresponde al responsable del servicio realizar esta evaluación. En muchos casos puede consultarse para ello a los usuarios del servicio. Esta evaluación, que debe ser anual, pasa revista a cada objetivo, para ver qué se ha logrado y qué no en la consecución de los objetivos. Con frecuencia un proceso de evaluación permite comprobar que algunos objetivos son imposibles de lograr, y a menudo surgen nuevos objetivos tras un cambio de circunstancias o un cambio de orientación en la institución que alberga el servicio. Debido a estos cambios, puede resultar necesario efectuar ajustes en el plan de trabajo y

revisar los fines y objetivos del servicio de información. Como se ha indicado anteriormente, la planificación estratégica no es un proceso único, que da como resultado un plan estratégico que se desarrolla de forma concreta. La planificación estratégica de los servicios de información es un ciclo continuo que les permite definir sus fines y objetivos, formular y aplicar estrategias a través de un plan de trabajo, controlarlas y evaluarlas en relación con las necesidades de información individuales y colectivas.

En conclusión, podemos decir que existen muchas formas diferentes de gestionar un servicio de información, dependiendo de la estructura administrativa de la institución que lo alberga y, en algunos casos, del estilo personal de gestión del responsable del servicio. Sin embargo, se puede afirmar que sin planificación sistemática es poco probable que un servicio de información deportiva pueda lograr éxito a largo plazo. El proceso de planificación es la base de la gestión de una biblioteca, centro de información o centro de documentación deportiva.



2.9 EL MARKETING

DE LOS CENTROS

DE INFORMACIÓN

El centro de información o de documentación deportiva tiene como objetivo principal conseguir la satisfacción de sus usuarios. Por tanto, debe actuar como cualquier otra empresa o institución, que medirá su eficacia y utilidad según consiga «vender» una serie de productos o servicios a una serie de «clientes» que han expresado, con mayor o menor precisión, sus demandas y necesidades.



El centro de información o de documentación deportiva tiene como objetivo principal conseguir la satisfacción de sus usuarios. Por tanto, debe actuar como cualquier otra empresa o institución, que medirá su eficacia y utilidad según consiga «vender» una serie de productos o servicios a una serie de «clientes» que han expresado, con mayor o menor precisión, sus demandas y necesidades.

En capítulos anteriores hemos tratado algunos aspectos muy relacionados con el logro de este objetivo: se ha debido planificar una estrategia de comunicación que identifique ante el cliente/usuario tanto al centro como a su oferta de servicios y también se habrá diseñado un plan para poner lo ofrecido, con la mayor comodidad posible, al alcance de los receptores. Dado que el centro comercia con información, también hemos estudiado cómo utilizar las tecnologías de la información actualmente disponibles y diseñado un sistema de distribución para lograr que la información circule fácil y ágilmente.

Todo ese conjunto de trabajos y estudios previos, tendentes a conseguir la mejor relación posible entre la empresa, sus productos y sus clientes, se ha definido, con más o menos amplitud, con el término de marketing. Ahora bien, en el caso de nuestro centro, como en el de las modernas corporaciones, hay una serie de aspectos tan importantes como el propio hecho de «vender», que se pueden definir como el conjunto de relaciones y actitudes que la corporación establece con la totalidad de su entorno y que comprenden, por ejemplo, la forma en que la empresa actúa, la actitud de sus empleados y sus relaciones entre ellos y con el exterior, la postura de la empresa frente a la sociedad, la naturaleza, el medio ambiente; su valoración del beneficio económico y su compaginación con sus obligaciones sociales como productor de riqueza y también como beneficiario del sistema en su globalidad, etc. Todo este amplísimo conjunto de aspectos en que la corporación se ve imbrica-

da son los que definen la «cultura» de la empresa, que se refleja en su «imagen corporativa».

El conjunto de acciones comunicativas que lleven esa imagen al resto de la sociedad debe estudiarse como un todo y debe cuidarse especialmente, pues conformará, más que la propia realidad del centro, el criterio que cualquier usuario se hará de aquél.

Características empresariales del centro de información

Para conseguir todo lo dicho, el centro deberá definir sus objetivos informativos. No se trata de que desarrolle un trabajo de forma continuada y mecánica. Deberá evaluar constantemente el trabajo, los servicios, los productos que ofrece. Hay que llegar al convencimiento de que la información tiene un valor cuantificable, incluso monetariamente, y, por tanto, el centro tomará decisiones de acuerdo con criterios de rentabilidad. Esta rentabilidad no tiene por qué ser exclusivamente económica, puede ser social, pero, en todo caso, la valoración de costes ayuda a situar en un contexto concreto las actuaciones.

Otra cosa será, además, la evaluación de la rentabilidad comunicativa del centro. También se deberá poder responder a preguntas concretas en este aspecto. Los actuales programas de calidad total dan una serie de pautas muy útiles para la obtención de este tipo de respuestas. En todo caso, antes de mirar hacia fuera, hay que echar un vistazo hacia el interior, elaborando lo que se podría denominar una «auditoría de información».

Auditoría de información

La auditoría de información, desarrollada con gran detalle por Alfons Cornellà [13], justifica, basándose en datos muy concretos, el desarrollo de los proyectos, los planes de

adquisiciones y, en definitiva, la organización y funcionamiento de un centro. La auditoría hace un retrato de la organización: objetivos, estructura (formal y real), y cultura (la verdadera estructura, condicionada por el carácter de sus miembros, por las costumbres locales, etc.). A ello suma una auditoría de recursos: humanos y de equipamiento, organizativos (estructura de la información, sistemas de distribución, asignación de tareas), y de costes asumibles (en personal y en equipamientos).

Con todo ello, Cornellá [13] define un balance informacional que deberá tratar de conseguir los objetivos inicialmente definidos. Se trata de:

- comparar lo que se tiene con lo que se debería tener
- estudiar si la cultura y estructura de la organización permiten realmente la adopción de cambios y un mayor aprovechamiento de las informaciones, y
- valorar si el uso de la información de otra forma produce un aumento de los beneficios, de cualquier tipo, en la organización. Con todas las respuestas, y sólo con ellas, se podrá decidir qué líneas de actuación deberá seguir el centro y que será imprescindible modificar de las anteriores actitudes.

Comunicación social integrada

Hemos hablado de emitir un mensaje único, de transmitir una única imagen corporativa, fruto de la existencia de una cultura empresarial. Este proceso de comunicación deberá dirigirse a toda la sociedad y además estar integrado, aun cuando cada técnica y cada herramienta persiga fines independientes. Vale aquí lo dicho en el capítulo dedicado a la Comunicación de los Centros de Información (Capítulo 1.9).

Hay que aprovechar la misma tendencia integradora de las nuevas tecnologías de la información, que no se daba en el sistema de

comunicación tradicional. A través de este nuevo concepto de trabajo, el centro de información deberá usar la publicidad, las relaciones públicas, las técnicas aplicadas por los gabinetes de prensa y las oficinas de información, el marketing, y adentrarse, en la medida de sus posibilidades, en la obtención de contactos para el patrocinio, la esponsorización del centro o de algunas de sus acciones, y no sólo por la facilidad de financiación que ello pueda proporcionar.

Marketing

El plan de marketing debe corresponder a la corporación de la que dependa el centro de información, salvo que éste sea totalmente independiente. En todo caso, el centro deberá dar a conocer sus particularidades, para que se tengan en cuenta.

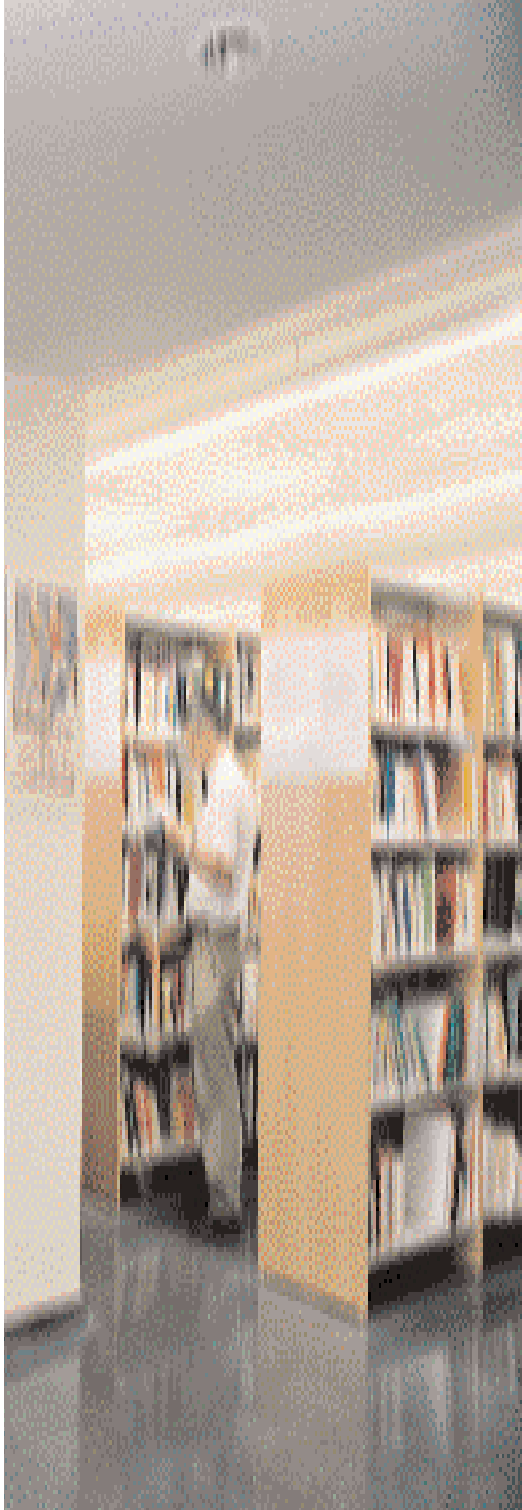
Dentro del plan de marketing, como es tradicional, se deberá realizar:

- una investigación de mercados potencialmente accesibles para el centro
- la segmentación del mercado de acuerdo con las características y demandas de los distintos grupos de usuarios
- el estudio de las demandas percibidas, y
- la definición de los servicios y productos que se podrán ofrecer con garantías de conseguir su aceptación.

Los cuatro aspectos clásicos y principales a tener en cuenta en este plan son aquellos a los que nos venimos refiriendo de una u otra forma en los textos anteriores:

- servicios/productos
- precio
- punto de venta y sus características, y
- elementos de promoción.

Además, dentro de este proceso, es básico que se prevean los ciclos de vida y renovación



de los servicios y productos, del equipamiento que se va a utilizar, y la actualización de los conocimientos de los profesionales implicados.

Por último, y tal vez lo más importante, pues nos dará la indicación de si nuestros trabajos van bien orientados o no, hay que realizar una evaluación y análisis permanentes de los resultados del plan.

Relaciones Públicas

Pero no sólo el marketing debe tenerse en cuenta. Ya hemos señalado que el centro de todo el proceso va pasando del producto al cliente. De forma complementaria, si el marketing atiende al usuario tratando de acercarle los mejores productos de la forma más fácil, las Relaciones Públicas se detienen en los procesos de la comunicación de la empresa con sus públicos.

El marketing requiere, además, la implicación de toda la empresa, el uso de recursos económicos en su propio plan de desarrollo. Para poner en marcha un plan de Relaciones Públicas sólo hay que conseguir que todo el personal del centro de información aplique técnicas de comunicación con los usuarios --en cualquier forma en que se relacione con éstos-- según las estructuras y con las herramientas que ofrece esta disciplina.

Las Relaciones Públicas son, según su creador, Bernays [05], exactamente, lo que ambas palabras significan: *«Las relaciones de una organización, una persona, una idea, lo que sea, con los públicos de los que depende para su existencia»*. Las Relaciones Públicas afectan a la esencia de la empresa, conforman su imagen y la percepción que los públicos tienen de ella en su conjunto, afectando muy significativamente, y ello es muy importante, incluso por anticipado, al éxito o fracaso de un determinado servicio o producto que se ofrezca.

Uno de los principios que rigen las actividades de Relaciones Públicas es el contacto directo con cada una de las personas que componen el público. La impresión más intensa y de la que queda un mejor o peor recuerdo es aquella que se tiene al establecer una comunicación personal con los empleados del centro de información que atienden a los usuarios. Además,



la primera vez que se da ese contacto parece conservar una gran importancia, incluso desproporcionada, en la imagen que del centro se va a hacer la persona. El trato humano y correcto, amable y cálido,

será la mejor de las herramientas y transmitirá una determinada imagen que, procediendo de una sola persona, se transmitirá al conjunto del centro.

Ideas básicas en este proceso comunicativo, resumidas por Villafañe [31], serían:

- toda comunicación interpersonal debe expresar la cultura y personalidad corporativas del centro, sin ofrecer actitudes contradictorias
- la comunicación interpersonal debe ser eficaz y contribuir al desarrollo de las tareas profesionales cotidianas
- debe aplicarse un principio de flexibilidad en la relación, adaptándola a las circunstancias concretas de cada momento, y
- se debe asegurar un elevado grado de comprensión, no sólo en el sentido de comprender el significado de los mensajes, sino de entender globalmente el mismo, tratando de recibirlo con la intención que se transmite y no interpretando los datos.

Los públicos del centro de información deportiva

Ya hemos definido anteriormente diversos tipos de público. No debe olvidarse que también las personas que trabajan en el propio centro son públicos internos del mismo, al igual que toda la estructura de personal de la organización en la que aquél se integre. Además, estarán los diversos públicos externos, dentro de una escala de prioridades en la atención que a cada uno de ellos haya que prestar.

En todo caso, unos y otros recorrerán un circuito que debe controlarse y cuidarse, en su relación con el centro, en tanto que usuarios del mismo:

- fase de acogida
- fase de prestación del servicio o de adquisición del producto
- mantenimiento del contacto ya establecido para conseguir fidelizar al usuario.

En lo que respecta a la formación de los públicos, siempre es un proceso difícil tratar de «educar» a alguien, y más si esa persona no se considera obligada a aprender. Se da en este punto un choque entre lo que el profesional de la información entiende que el usuario debe conocer y los conocimientos documentales que éste está dispuesto a adquirir. Valdrá aquí lo dicho con anterioridad respecto a disponer de herramientas de información que no sean aburridas, complicadas o terminológicamente incomprensibles para los usuarios. No se trata de formar nuevos documentalistas, sino de que los usuarios se relacionen ágilmente con la información.

En lo referido a los usuarios es donde deberán aplicarse algunas de las técnicas de calidad total, sobre todo las referidas a la detección del grado de satisfacción del usuario con respecto al servicio recibido. Deben elaborarse

cuestionarios y encuestas sencillos, atractivos, fáciles de cumplimentar, que permitan la expresión de lo que realmente sienten los usuarios frente al centro. La misma expresión de la queja hace que el usuario se sienta más próximo al centro y canalice una protesta que, de lo contrario, se haría pública en otro entorno y con peores efectos, siendo imposible, en muchos casos, su corrección. El conocer de primera mano lo que no funciona suministra además una pista muy útil para detectar los puntos débiles del mismo y para tratar de eliminarlos.

Los profesionales de la información como comunicadores



Con respecto al centro de documentación deportiva, este tipo de aspectos descubren una nueva faceta en la que el responsable y las personas que trabajen en aquél deben formarse profesionalmente: la de la comunica-

ción. Para poder desarrollar una labor adecuada y fructífera, el profesional de la información deberá contar con el apoyo claro y decidido de sus centros directivos. Sólo después de ello, deberá además:

- actuar considerando al centro como parte de una empresa competitiva orientada hacia la satisfacción del cliente
- especializar al máximo sus áreas de actuación y los servicios y productos que ofrezca, de acuerdo con las demandas que haya conseguido definir
- servir de mediador en el proceso de acceso al conocimiento y asesorar sobre la calidad y pertinencia de los documentos a utilizar.

GLOSARIO

(los términos en *itálica* remiten a su definición en el glosario)

Abstract	Descripción de un <i>documento</i> consistente en condensar su contenido en un lenguaje natural.
Acceso a los documentos	Medios por los cuales los usuarios pueden encontrar un <i>documento</i> en la biblioteca. Puede ser directo, por elección libre en las estanterías, o indirecto: elección, por medio de un <i>catálogo</i> , de los documentos almacenados.
Adquisición	Operación que permite obtener <i>documentos</i> previamente seleccionados. Tarea de gestión necesaria para la creación y el desarrollo del <i>fondo documental</i> .
Adquisición compartida	Método de compra por el cual varios centros de información se reparten las adquisiciones de ciertos <i>documentos</i> (red de adquisición).
Almacenamiento	Operación consistente en guardar los <i>documentos</i> en las mejores condiciones posibles de conservación y utilización.
Análisis del valor	Método de búsqueda del equilibrio óptimo entre la satisfacción de las necesidades o expectativas y el coste del producto o servicio.
Análisis documental	Operación consistente en describir el contenido de un <i>documento</i> en forma condensada. Las <i>palabras clave</i> pueden incluirse en esta noción.
Archivos	Conjunto de <i>documentos</i> relacionados con el pasado de un servicio y almacenados fuera de la <i>clasificación</i> activa.
Arquitectura cliente-servidor	Modo de organización de los puestos de trabajo (en general micro-ordenadores) en el que los tratamientos se reparten entre uno o varios ordenadores llamados <i>servidores</i> y ordenadores llamados <i>clientes</i> . El software cliente dialoga con el/los <i>servidor(es)</i> y realiza él mismo algunas tareas.
Autopistas de la información	Redes interactivas de gran caudal y los servicios asociados a ellas.

Balance presupuestario	Herramienta de seguimiento de gestión que permite establecer, durante el ejercicio, el balance provisional de ingresos y gastos.
Banco de datos	Conjunto de datos, casi siempre informatizados, que trata información factual, numérica o textual, directamente accesible en el centro que la difunde.
Base de datos	Conjunto organizado de <i>referencias bibliográficas</i> sobre información almacenada físicamente en diversos lugares, e informatizada para permitir con facilidad su consulta y actualización.
Bases de conocimientos	Conjunto de informaciones relativas a un ámbito definido de conocimientos, estructurado para permitir la consulta por medios informáticos.
Bibliografía	Lista completa o selectiva de <i>documentos</i> relativos a un tema determinado.
Búsqueda documental	Método y procedimientos que permiten recuperar las <i>fuentes</i> y los <i>documentos</i> que responden a una demanda de información expresada por el usuario.
Cadena documental	Conjunto estructurado y secuencial de las operaciones de gestión de <i>documentos</i> . Incluye: la recogida, el registro, el <i>análisis documental</i> , la <i>clasificación</i> , el <i>almacenamiento</i> y la difusión de la información.
Campo	En <i>catalogación</i> : unidad elemental de información en un registro (ej: título, autor, fecha, etc.). En informática: sección de un <i>archivo</i> en una <i>base de datos</i> .
Catalogación	Redacción de todos los <i>registros</i> necesarios para los diferentes <i>catálogos</i> a partir de una descripción normalizada de los elementos que permiten la identificación de la obra considerada (ISBD).
Catálogo	Lista de todos los <i>documentos</i> conservados por el centro de información, presentados según un orden específico: autor, materia, título, etc. Además, proporciona la localización de los <i>documentos</i> citados.
CD-ROM	<i>Compact Disc-Read Only Memory</i> : disco compacto óptico digital (según el estándar ISO 9660), de sólo lectura, con

	capacidad de almacenamiento masivo (550 Mo) para todo tipo de información (texto, imagen, sonido).
Centro servidor	Organismo que explota un sistema informático destinado a permitir en directo la consulta de datos, y/o la utilización de servicios, a un público indeterminado o concreto.
Circulación (circuito) de documentos	Ver <i>cadena documental</i> .
Clasificación numérica	Los <i>documentos</i> se ordenan según su número de entrada en el <i>inventario</i> .
Clasificación sistemática	Los <i>documentos</i> se ordenan según su contenido, siguiendo una <i>clasificación</i> preestablecida.
Clasificación	Lenguaje <i>documental</i> en el que los <i>descriptores</i> que permiten representar los conceptos de un campo determinado son ordenados de manera sistemática en función de criterios materiales o intelectuales (ej: clasificación de Dewey, clasificación decimal universal, etc.).
Conservación	Métodos y procedimientos de preservación de las colecciones patrimoniales: fondos antiguos, raros y preciosos.
Conversacional o interactivo	Modo de tratamiento que permite el diálogo entre un ordenador y un usuario.
Copyright	Derechos de propiedad de los autores de las obras. El símbolo © indica el titular de los derechos de autor y el año de obtención de los derechos.
Control de calidad	Puesta en práctica de una política destinada a la movilización de todo el personal para mejorar la calidad de los productos y servicios, a fin de dar una respuesta ajustada y económica a las necesidades, expresas o implícitas.
Correo electrónico	Sistema de encaminamiento de mensajes en <i>Internet</i> que permite recibir y enviar mensajes y <i>ficheros</i> adjuntos en un ordenador provisto de un buzón de correo electrónico dotado de una <i>dirección E-Mail</i> .

Depósito	Ordenación de los libros que no son de <i>libre acceso</i> .
Descriptor	Palabra o grupo de palabras elegidas de entre un conjunto de términos equivalentes para representar una noción que aparece en un <i>documento</i> o en una petición de <i>búsqueda documental</i> .
Difusión selectiva de información (DSI)	Servicio de provisión regular, a un usuario o a un grupo de usuarios, de las referencias de los <i>documentos</i> correspondientes a su centro de interés, seleccionados en base a su <i>perfil documental</i> .
Dirección E-mail	Representada por el símbolo @, es el medio que permite a los usuarios identificarse para poder intercambiar correo electrónico en <i>Internet</i> .
Documento	Todo elemento de conocimiento o fuente de información que presenta cierta unidad en cuanto a la forma material, con independencia de su soporte.
Documento de referencia	Herramienta principal de la <i>búsqueda documental</i> , repite y organiza conocimientos ya disponibles: catálogos y bibliografías, enciclopedias y diccionarios, directorios y guías.
Documento primario	<i>Documento</i> original elaborado por su autor.
Documento secundario	<i>Documento</i> que remite al <i>documento primario</i> : catálogo, bibliografía, boletín de sumarios, etc.
Documento terciario	<i>Documento</i> establecido a partir de <i>documentos primarios</i> y/o <i>secundarios</i> : síntesis, informes, revisión de preguntas, etc.
Ecuación de búsqueda	Conjunto estructurado de <i>descriptores</i> y <i>operadores</i> destinado a lanzar una pregunta en un sistema documental informatizado.
Testigo	Señal que sustituye en una estantería a una obra momentáneamente ausente o fuera de circulación.
Fichero	En documentación: ver <i>catalogación</i> . En informática: conjunto estructurado de datos grabados.
Fondo documental	Conjunto de <i>documentos</i> , en cualquier soporte, que posee un centro de información.

Formato Unimarc	Formato de intercambio internacional de datos bibliográficos legibles por ordenador, mantenido por un comité de la IFLA. Este formato es también un formato de descripción bibliográfica de cualquier tipo de <i>documento</i> .
Foro en Internet	Servicio interactivo colectivo en <i>Internet</i> , que permite que todos puedan opinar sobre un tema concreto. Puede estar gestionado por un moderador que se ocupa de mantener el orden y vigilar el tipo de mensajes que se emite.
FTP	Protocolo de transmisión de <i>ficheros</i> en <i>Internet</i> .
Fuente de información	Cualquier persona, institución o <i>documento</i> que permite proporcionar una respuesta adaptada a una necesidad de información específica.
Gestión de periódicas	Operación consistente en controlar la entrada de publicaciones periódicas.
Gestión electrónica de documentos (GED)	Designa los sistemas informáticos que realizan las funciones de almacenamiento-archivo y consulta-difusión de la información documental digitalizada.
Hipertexto	<i>Documento</i> textual que (al contrario que el libro, que se lee de forma lineal), permite múltiples recorridos de consulta, elegidos por el propio lector, utilizando enlaces preestablecidos entre los <i>documentos</i> , lo que supone una interactividad entre el hombre y la máquina.
HTML	Lenguaje en <i>Internet</i> para describir el contenido de una página (formato, imágenes, cuadros, enlaces <i>hipertexto</i>).
HTTP	Protocolo en <i>Internet</i> que permite al usuario recuperar una página en un servidor.
Índice	Listas de los términos significativos elegidos para la <i>indización</i> . Sirven también para la <i>búsqueda documental</i> .
Indización	Operación de descripción de un <i>documento</i> adjudicándole uno o varios <i>descriptores</i> que tienen o no un nexo jerárquico entre ellos.
Internet	Red mundial creada para la transmisión de datos y la interconexión de ordenadores y de redes locales, en modo no orientado a conexión.

Interrogación en lenguaje natural	O lenguaje libre: procedimiento de <i>búsqueda documental</i> que utiliza los términos del lenguaje habitual como criterios de búsqueda.
Intranet	Red interna de un organismo, protegida, que utiliza los diferentes protocolos de comunicación de <i>Internet</i> .
Inventario	Operación consistente en verificar la presencia y la colocación de los <i>documentos</i> en las estanterías, comprobando los que faltan y vigilando su estado de conservación.
ISBD	Norma de descripción bibliográfica internacional normalizada, establecida por la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios (IFLA).
ISBN	Número internacional normalizado de las obras, que identifica a nivel internacional cada título o cada edición de un título de un editor determinado.
ISSN	Número internacional normalizado de las publicaciones en serie, que identifica cada título a nivel internacional.
Lenguaje documental	Lenguaje convencional utilizado por un centro de información para describir el contenido de sus <i>documentos</i> con vistas a su ordenación y a su recuperación a demanda.
Lista de distribución	Protocolo de gestión del <i>correo electrónico</i> en <i>Internet</i> de un grupo determinado de usuarios, que permite enviar un mensaje al conjunto de la lista en una sola operación.
Literatura gris	Información no comercializada, de difusión más o menos restringida, con frecuencia de tirada limitada: documentos de trabajo, informes de estudios o investigaciones, tesis, etc.
Marcadores	<i>Direcciones URL</i> seleccionadas por un usuario que las considera interesantes.
Marketing de los servicios de información	Conjunto de métodos y procedimientos destinados a determinar las necesidades y expectativas del público del centro de información, y a adaptar la organización para satisfacer dichas necesidades de modo total y eficaz.

Microformas	Soporte de almacenamiento de información por reproducción fotográfica, con un coeficiente importante de reducción de un documento. Existen principalmente en forma de microfichas (soporte discontinuo) y de microfilms (soporte continuo).
Modem	Dispositivo que permite conectar el ordenador a la red telefónica y adaptar el flujo de señales del ordenador a la banda de frecuencia disponible en el canal.
Motor de búsqueda	Software disponible en la <i>web</i> que envía programas colectores a visitar los sitios de la red mundial, a fin de recuperar en el ordenador del usuario las páginas web que reponden a su pregunta.
Multimedia	Sistema capaz de gestionar y tratar simultáneamente datos informáticos, de sonido (voz, música u otros), y de imagen (gráfica o fotográfica, fija o animada).
Nuevas tecnologías de la información (NTI)	Término genérico que designa un conjunto de equipamientos, procedimientos y métodos utilizados para el tratamiento de la información y de la comunicación.
OCR	Reconocimiento óptico de caracteres: procedimiento que permite la entrada automática de un texto impreso mediante un equipamiento informático (PC, escáner y software OCR).
OPAC	Interface para la consulta por parte del público de los catálogos informatizados del centro de información.
Operadores booleanos	Y, O, NO: términos que permiten combinar entre sí criterios de búsqueda para seleccionar las referencias deseadas.
Ordenación	Operación consistente en ordenar los <i>documentos</i> siguiendo un orden preestablecido a fin de recuperarlos fácil y rápidamente a demanda.
Palabra clave	Palabra que expresa una idea significativa, contenida en el <i>documento</i> analizado.
Palabras vacías	Términos que no se tienen en cuenta en la realización de los ficheros de <i>índice</i> : artículos, preposiciones, etc.

Perfil documental	<i>Ecuación de búsqueda</i> que expresa las informaciones que un usuario, o un grupo de usuarios, desea recibir con regularidad de un <i>servicio de difusión selectiva de la información</i> .
Plan de clasificación	Cartografía de la ordenación de los documentos en un centro de información.
Plan de marketing	Planificación establecida por el responsable del centro de información para un periodo de 1 a 3 años, que resume las principales orientaciones y establece las estrategias para alcanzar los objetivos.
Préstamo interbibliotecario	Sistema de acuerdos que permiten a las bibliotecas participantes poder obtener en préstamo, de otra biblioteca asociada, <i>documentos</i> que ellas no poseen.
Proveedor de acceso	Prestatario de servicio que comercializa los accesos a <i>Internet</i> .
Referencia bibliográfica	Ver <i>registro bibliográfico</i> .
Registro bibliográfico	o <i>referencia bibliográfica</i> : conjunto convencional de informaciones, procedentes del análisis del <i>documento</i> , destinadas a ofrecer una descripción única y precisa de ese <i>documento</i> considerado como soporte físico de la información. El registro es el resultado de la <i>catalogación</i> .
Ruido	En una <i>búsqueda documental</i> , conjunto de <i>documentos</i> no pertinentes que aparecen en la respuesta.
Seguimiento informativo	Sistema, automatizado o no, de seguimiento sistemático de las <i>fuentes de información</i> relativas a un <i>perfil</i> determinado.
Selección	Elección de los <i>documentos</i> que el centro de información desea adquirir.
Servidor informático	En una arquitectura <i>cliente-servidor</i> , ordenador central en el cual están cargados los principales datos a consultar y el software de tratamiento de la información, y que sirve a un conjunto de usuarios (clientes).
SGBDR	Sistema de gestión de bases de datos relacionales: software que permite tratar conjuntos de datos estructurados.

Silencio	En una <i>búsqueda documental</i> , conjunto de <i>documentos</i> pertinentes que no han sido detectados.
Software documental	Programa informático que permite el tratamiento de la información concebido específicamente para las tareas documentales. Existen dos grandes tipos: Software integral: que trata el conjunto de las aplicaciones documentales y de gestión de bibliotecas, Software dedicado: concebido para una aplicación precisa de la <i>cadena documental</i> .
TCP/IP	En <i>Internet</i> , protocolo de transporte fiable de datos en modo orientado a conexión (TCP) y protocolo de encaminamiento de los paquetes en modo no orientado a conexión (IP).
Telemática	Conjunto de servicios, técnicas y métodos que utilizan simultáneamente las telecomunicaciones y la informática.
Tesauro	<i>Lenguaje documental</i> organizado de términos que tienen entre sí relaciones semánticas y genéricas, permitiendo a los indizadores traducir a un lenguaje controlado el lenguaje natural.
Topográfico	Conjunto de signos y símbolos que sirven para localizar, según un <i>plan de clasificación</i> , la ubicación de una obra en las estanterías de la biblioteca. Cada centro tiene su propio sistema.
Unidad documental	Parte de un <i>documento</i> que es objeto de un tratamiento específico en razón de su unidad, sea física (ej: capítulo de un libro, informe de conferencia), sea informativa (tema delimitado).
URL	Modo estandarizado y universal de direccionamiento de cada página accesible en <i>Internet</i> .
Usuarios	Conjunto de públicos reales, potenciales u ocultos susceptibles de frecuentar y utilizar los servicios del centro de información deportiva.
Web	La «telaraña» en <i>Internet</i> : red de páginas <i>hipertexto multimedia</i> que permiten navegar de página en página en un <i>servidor</i> y entre servidores.
Zona (de datos)	Ver <i>campo</i> .

INFORMACIONES ÚTILES

La Asociación Internacional para la Información Deportiva

Una autoridad en materia de información y documentación deportiva

URL: <http://www.iasi.org>

IASI, fundada en Roma en septiembre de 1960, tiene como objetivos la promoción y el desarrollo a nivel internacional de la información y documentación deportivas en el ámbito del Deporte y las Actividades Físicas.

IASI es la única asociación internacional que reúne a una amplia red de científicos, documentalistas y bibliotecarios, expertos en información y responsables de centros nacionales especializados.

Los principales fines de IASI son:

- la coordinación y el intercambio de informaciones y experiencias entre los centros adheridos: 176 miembros procedentes de 70 países, repartidos en 6 zonas geográficas: África, Norteamérica, América Latina, Asia, Europa, Oceanía
- la asistencia y el asesoramiento sobre planificación y operación a centros nuevos y en vías de desarrollo
- la difusión de los resultados de los trabajos realizados en los talleres especializados de la Asociación
- el desarrollo y la difusión de una base de datos mundial sobre el deporte y las actividades físicas: **SportIASI**
- la colaboración con otras bases de datos, como **Héraclès** en francés y **Atlantes** en español
- la difusión regular de un boletín de actualidad
- la organización de un foro anual de expertos y de un congreso cada cuatro años

Para más información, puede contactar con la secretaría

IASI

c/o CLEARING HOUSE

Espace du 27 septembre, 4° étage

Boulevard Léopold II, 44 - 1080 Bruselas BÉLGICA

Tel: 02 413 28 93 - Fax: 02 413 28 90

Albert REMANS - Secretario General-Tesorero

e-mail: albert.remans@cfwb.be

También puede contactar con los miembros de la Junta Directiva

que representan a la Asociación en cada zona geográfica

Presidente de IASI

Mrs. Nerida CLARKE

Director of Information Services

Australian Sports Commission

PO Box 176 Belconnen ACT 2616

AUSTRALIA

Tel: 61 2 62 14 12 04 / fax: 61 2 62 14 16 81

e-mail: nerida.clarke@ausport.gov.au

URL: <http://www.ausport.gov.au/nsic>

Vice-Presidente de IASI para África

En proceso de renovación

**Vice-Presidente de IASI
para América Latina**

Sra. Esperanza BOBES RUIZ
Centro de Información Deportiva INDER
Vía Blanca y Boyeros
Ciudad Deportiva
La Habana – CUBA
tel: 537 40 34 14 / fax: 537 33 53 10
e-mail: bobes@inder.get.cma.net

**Vice-Presidente de IASI
para Norteamérica**

Mrs. Gretchen GHENT
University of Calgary Library, MLT 116F
2500 University Dr. NW
Calgary, AB CANADA T2N 1N4
tel: 1 403 220 60 97 / fax: 1 403 282 68 37
e-mail: gghent@ucalgary.ca
URL: <http://www.sportquest.com/naslin>

Vice-Presidente de IASI para Asia

Mr. ZHAO YAPING
China Sports Information Institute CSII
11, Tiyuguan road
Beijing CHINA
tel: 86 1 701 22 33 / fax: 86 1 701 20 28
e-mail: csiixy@public.bta.net.cn

Vice-Presidente de IASI para Europa

M. Alain PONCET
Service d'Information et de Documentation
INSEP
11, avenue du Tremblay
75 012 Paris FRANCE
tel: 33 1 41 74 41 19 / fax: 33 1 48 08 19 60
e-mail: alain.poncet@wanadoo.fr
URL: <http://www.insep.jeunesse-sports.fr/documentation>

Vice-Presidente de IASI para Oceanía

Mrs. Jill HAYNES
Manager National Sport Information Centre
PO Box 176 Belconnen ACT 2616
AUSTRALIA
tel: 61 2 62 14 16 79 / fax: 61 2 62 14 16 81
e-mail: jhaynes@ausport.gov.au
URL: <http://www.ausport.gov.au/nsic>

**Principales bibliotecas: acceso a obras
sobre deporte**

Advanced Book Exchange (USA):
<http://www.abebooks.com>

Amazon (USA): <http://www.amazon.com>

Barnes and Noble (USA):
<http://www.barnesandnoble.com>

Bibliofind, Great Barrington (USA):
<http://www.bibliofind.com>

Diaz de Santos (ESP):
librerias@diazde santos.es

FNAC (F): <http://www.fnac.fr>

Le Furet du Nord (F):
<http://www.furetdunord.fr>

Powell's Books (USA):
<http://www.powells.com>

Sportspages (UK):
<http://www.sportspages.co.uk>

Videos, suscripciones a periódicas y CD-ROM

Baker and Taylor (USA): <http://www.baker-taylor.com>

Blackwell's North America (USA):
<http://www.blackwell.com>

Czwalina(D): Feldhausfh@aol.com

Dawson (UK): <http://www.dawson.co.uk>

EBSCO (F): <http://www.ebsco.com>

James Bennett (AUS):
<http://www.bennett.com.au>

Ovid (USA): <http://www.ovid.com>

Schmidt Periodicals (USA):
<http://www.backsets.com>

Silver Platter (USA):
<http://www.silverplatter.com>

Swets and Zeitlinger (NL):
<http://www.swets.nl>

Ulrich's International Periodicals Directory (USA): <http://www.bowker.com>

Proveedores de documentos primarios

Biblioteca de l'Esport (ESP):
<http://cultura.gencat.es/esport>

INSEP - SID (F): <http://www.insep.jeunesse-sports.fr/documentation>

National Sport Information Centre (AUS):
<http://www.ausport.gov.au/nsic>

SPORTEExpress - SIRC (CAN):
<http://www.sirc.ca/docdel.html>

Instituto Andaluz del Deporte - IAD (ESP):
<http://www.uida.es>



Catálogos bibliográficos y bases de datos

ATLANTES (ESP): <http://www.sportcom.org>
o bien en el CD ROM SPORTDiscus distribuido por Ovid y Silver Platter (ver más arriba)

HERACLES (F):
<http://www.sportdoc.unicaen.fr/heracles>
o bien en el CD ROM SPORTDiscus distribuido por Ovid y Silver Platter (ver más arriba)

OCLC (USA): <http://www.oclc.org>

SPORT IASI: o bien en el CD ROM SPORTDiscus distribuido por Ovid y Silver Platter (ver más arriba)

SPOLIT: en CD ROM distribuido por Czwalina (ver más arriba)



Editores

Amphora (F): <http://www.ed-amphora.fr>

Chiron (F): casteillaedition@compuserve.com

Editorial Paidotribo (ESP):
paidotribo@paidotribo.com

Gymnos (ESP): editorial@gymnos.com

Human Kinetics (USA):
<http://www.humankinetics.com>

Inde (ESP): editorial@inde.com

Oxford University Press (USA):
<http://www.oup-usa.org>

Revue EPS (F): <http://www.revue-eps.com>

Stadion Publishing Company (USA):
<http://www.stadion.com>

Verlag Karl Hofmann (D):
<http://www.hofmann-verlag.de>

Vigot/Maloine (F): <http://www.vigot.com>

BIBLIOGRAFÍA

- [01] Aguadero, F. *Comunicación Social Integrada*. Consejo Superior de Comunicación y Relaciones Públicas de España, Barcelona, 1993
- [02] Amat, N. *Documentación científica y nuevas tecnologías de la información*. 3ª ed., Madrid: Pirámide, 1989
- [03] Association des bibliothécaires français. *Cataloguer: mode d'emploi: initiation aux techniques de catalogage*. (Catalogar: modo de empleo: iniciación a las técnicas de catalogación). (Les livrets pédagogiques de l'ABF), París: ABF, 1997
- [04] Asociación Internacional para la Información Deportiva. *Proposals for Revision and Extension of the Universal Decimal Classification (UDC)*. (Propuestas de revisión y ampliación de la clasificación decimal universal). In International Bulletin of Sports Information, vol 7, n° 4, pp. 4-24, 1986
- [05] Bernays, E.L. *Los últimos años: radiografía de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1990
- [06] Bryson, J. *Técnicas de gestión para bibliotecas y centros de información*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992
- [07] Cazabon, M.R. *UNIMARC, manuel de catalogage*. (UNIMARC, manual de catalogación). París: Editions du Cercle de la Librairie, 1993
- [08] Chaumier, J. *Les techniques documentaires*. (Las técnicas documentales). París: PUF, 1974
- [09] Chen, Ching-Chih. *Zero based budgeting in library management*. (Presupuesto: base cero en gestión de bibliotecas). Phoenix, AZ: Oryx Press, 1980
- [10] Clayton, P. *The role of users in planning*. (El papel de los usuarios en la programación). Australian Academic and Research Libraries, junio 1988, n° 19, (2), pp 99 – 108
- [11] Codina, L. *Sistemes d'informacio documental: conceptio, analisis i disseny de sistemes de gestio documental amb microordinadors*. (Los sistemas de información documental: concepción, análisis y diseño de sistemas de gestión documental con microordenadores). Barcelona: Portic, 1993
- [12] Cornella, A. *Los recursos de información*. Madrid: Mc Graw-Hill, 1994
- [13] Cornella, A. *Marketing relacional vía web, web, publicidad y lexigrafía. El impacto de la información on line en las organizaciones*. EXTRA !NET, no 177, (iwetel@sarenet.es), 1996
- [14] Darder, J. *El disseny arquitectonic de serveis d'informacio*. (El diseño arquitectónico de los servicios de información). ITEM, 1992, n°10, pp 3 - 19
- [15] Forget, J. *Le centre de documentation: installation, traitement des documents et de l'information bibliographique*. (El centro de documentación: instalación, tratamiento de los documentos y de la información bibliográfica). Vol. 2, París: Agence de coopération culturelle et technique, 1992
- [16] Galvin, C.K., Keiser, B.E. *A market-driven approach for the library/information centre*. (Un enfoque de marketing para bibliotecas y centros de información). Bulletin de la FID, enero, vol 44, 1994, no 1: La Haya

- [17] Gascuel, J. *Un espace pour le livre*. (Un espacio para el libro). Éditions du Cercle de la Librairie: París, 1984
- [18] Goodstein, L.D. et al. *Applied strategic planning: a new model for organisational growth and vitality*. (La planificación estratégica aplicada: un nuevo modelo para el crecimiento y la vitalidad). In Goodstein, L. (Ed) *The 1985 Annual: developing human resources*. San Diego, CA: University Associates, 1985: pp. 272 - 290
- [19] Guinchat, C., Menou, M. *Introduction générale aux sciences et techniques de l'information et de la documentation*. (Introducción general a las ciencias y técnicas de información y documentación). París: UNESCO, 1990
- [20] Guinchat, C. et coll. *Guide pratique des techniques documentaires; tome 1: traitement et gestion des documents, tome 2: traitement de l'information*. (Guía práctica de las técnicas documentales; tomo 1: tratamiento y gestión de documentos, tomo 2: tratamiento de la información). París: EDICEF, 1989
- [21] Linares, J., Ortiz-Chaparro, F. *Autopistas inteligentes*. Madrid: Fundesco, 1995
- [22] Penna, C.V. *The planning of library and documentation services*. (La planificación de bibliotecas y servicios de documentación). 2ª ed, NY: UNESCO, 1970
- [23] Peón Pérez, J. L. *Principios para la organización y gestión de bibliotecas y centros de documentación*. Madrid: ANABAD, 1994
- [24] Pinto Molina, M. *Análisis documental: fundamentos y procedimientos*. 2ª ed, Madrid: EUDEMA, 1993
- [25] *Prototipo de bibliotecas públicas*. Madrid: Ministerio de Cultura, 1995
- [26] Ramos, L.F. *Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales*. Madrid: Síntesis, 1995 (Biblioteconomía y Documentación, 9)
- [27] Riggs, D. *Strategic planning for library managers*. (Planificación estratégica para responsables de bibliotecas). Phoenix, AZ: Oryx Press, 1984
- [28] Shoebridge, M. *Information sources on sport and leisure*. (Las fuentes de información en deporte y ocio). Londres: Bowker Saur, 1992
- [29] Sutter, E. *Le marketing des services d'information*. (El marketing de los servicios de información). París: ESF, 1994
- [30] Viana, S. *Relaciones Públicas para el Deporte*. Master Unisport en dirección y gestión deportiva, Málaga: IAD, 1995
- [31] Villafañe, J. *Imagen positiva*. Madrid: Pirámide, 1993