

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

LAS NECESIDADES DE INFORMACION DE LAS INSTITUCIONES TEOLOGICAS  
PROTESTANTES LATINOAMERICANAS (DESDE LA PERSPECTIVA ACADEMICA):  
PROPUESTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACION

Tesis sometida a la consideración de la Comisión del  
Programa de Estudios de Posgrado en Educación  
con mención en Bibliotecología y Ciencias de la Información,  
para optar al grado de Magister Scientae

Alvaro Pérez Guzmán

Ciudad Universitaria “Rodrigo Facio”, Costa Rica

1999

## DEDICATORIA

A Lorena, esposa, colega y amiga.

A Miguel Gerardo y Alvaro José, constantes fuentes de aliento.

## AGRADECIMIENTOS

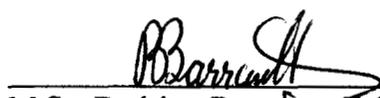
Agradezco infinitamente el excelente apoyo que me brindaron las siguientes personas: la Dra. Flor Cubero Venegas, la MBA. Magda Cecilia Sandí Sandí y el Dr. Roy H. May. El decidido y significativo aporte de estas personas me permitieron culminar satisfactoriamente el presente trabajo.

De igual manera agradezco el aliento que recibí de la Universidad Bíblica Latinoamericana para incursionar en el campo de la Bibliotecología y Ciencias de la Información.

Un agradecimiento a la Red Latinoamericana de Información Teológica por ser fuente de inspiración de éste y otro tipo de actividades que podrían significar mejores servicios de información para la comunidad de usuarios de la información teológica de América Latina.

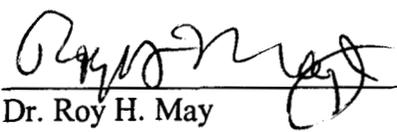
Esta tesis fue aceptada por la Comisión del Programa  
de Estudios de Posgrado en Educación,  
con mención en Bibliotecología y Ciencias de la Información,  
de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial  
para optar por el grado de Magister Scientae

  
\_\_\_\_\_  
Dr. José Miguel Rodríguez Zamora  
Representante de la Decana  
Sistema de Estudios de Posgrado

  
\_\_\_\_\_  
M.Sc. Rodrigo Barrantes Echavarría  
Representante del Director  
Programa de Posgrado en Educación

  
\_\_\_\_\_  
Dra. Flor Cubero Venegas  
Directora de tesis

  
\_\_\_\_\_  
MBA Magda Cecilia Sandí Sandí  
Asesora

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Roy H. May  
Asesor

  
\_\_\_\_\_  
Alvaro Pérez Guzmán  
Sustentante

## INDICE

Resumen .....	ix
Lista de cuadros .....	xii
Lista de ilustraciones y graficos .....	xiii
Lista de siglas y abreviaturas .....	xiv
I. INTRODUCCION .....	1
A. Justificación .....	2
B. Objetivos .....	7
II. ANTECEDENTES TEORICOS Y PRACTICOS .....	9
A. La información .....	10
1. El concepto .....	10
2. La importancia de la información .....	11
3. Características básicas de la información .....	13
a. Actual .....	13
b. Pertinente .....	13
c. Relevante .....	14
4. Tipos de información .....	15
B. El usuario .....	16
1. Caracterización del usuario real y potencial .....	18
a. Categorías .....	19
b. Actividades .....	20
c. Necesidades de información .....	20
2. Los estudios de usuarios .....	25
C. Los servicios y productos de información .....	34
1. Tipos de servicios y productos de información (SPI) .....	38

2.	Modalidades de los servicios y productos .....	38
3.	Mecanismos para la entrega de los servicios y productos .....	39
4.	La evaluación de los servicios y productos .....	39
D.	La Red Latinoamericana de Información Teológica .....	41
1.	Breve contexto geográfico y socio-económico de la RLIT .....	42
2.	Misión .....	43
3.	Objetivos específicos .....	44
4.	Instituciones vinculadas a la Red .....	44
a.	Actividades básicas .....	44
b.	Categorías .....	45
III.	MARCO METODOLOGICO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS GENERALES	49
A.	Metodología para alcanzar el objetivo general 1 .....	50
1.	Enfoque de la investigación .....	50
2.	Sujetos .....	50
3.	Variables .....	51
4.	Instrumento para la recolección de información .....	53
a.	Descripción del cuestionario .....	55
b.	Validación del instrumento .....	57
5.	Procedimiento para recolectar la información .....	58
6.	Procedimientos para analizar la información .....	58
B.	Metodología para alcanzar el objetivo general 2 .....	59
1.	Investigación bibliográfica .....	60
2.	Análisis de la información de los cuestionarios .....	61

IV.	ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....	63
	A. Areas temáticas .....	67
	B. Tipo de información .....	70
	C. Tipos de productos y servicios de información .....	77
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO .....	85
	A. Áreas temáticas .....	86
	B. Tipo de información .....	87
	C. Tipos de productos y servicios de información .....	90
VI.	PROPUESTA .....	93
	A. Proyecciones .....	94
	B. Propuesta de productos y servicios de información .....	96
	1. Diseño de productos y servicios de información .....	96
	2. Diseño para productos de información .....	100
	3. Diseño para los servicios de información .....	104
	4. Definición de los servicios y productos de información .....	106
	a. Productos de información .....	107
	b. Servicios de información .....	112
	c. Diseño de los servicios de información .....	112
	d. Costo .....	115
	e. Ciclo de vida del producto .....	120
	5. Modalidad y entrega de los servicios y productos de información .....	122
	a. Organización .....	124
	b. Infraestructura .....	124
	6. Formato para la evaluación de los servicios y productos de información	125
	a. Referentes teóricos .....	125

b.	Descripción de los servicios y productos a evaluar .....	129
c.	Problema de evaluación (justificación) .....	134
d.	El momento de la evaluación .....	135
e.	Componentes del proceso de evaluación .....	135
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES .....	139
	BIBLIOGRAFIA .....	149
	APENDICES .....	161
	No. 1: Cronograma .....	162
	No. 2: Cuestionario .....	163
	No. 3: Lista de instituciones (sujeto de estudio) .....	168
	No. 4: Lista de elementos presentes en los productos de información consultados .....	171
	No. 5: Ejemplo de la aplicación de la escala de Likert .....	174
	No. 6: Resumen estadístico de las respuestas al cuestionario .....	176
	Notas finales .....	178

Universidad De Costa Rica  
Sistema de Estudios de Posgrado

Las necesidades de información de las instituciones teológicas  
protestantes latinoamericanas: desde la perspectiva académica  
(Resumen)

Alvaro Pérez Guzmán

Es una investigación descriptiva sobre las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas: desde la perspectiva académica. Se destaca en la parte introductoria, que en un sistema de información existen dos componentes esenciales: la información y el usuario de ésta, donde la primera responde a las necesidades del segundo. El resto de los componentes del sistema gira en torno a la relación entre éstos. Por lo tanto, el éxito de una organización, en la forma de un SI, y del que son parte las bibliotecas académicas, depende de su habilidad para ajustar sus productos y servicios de información de manera que correspondan a las necesidades de información del usuario. El autor agrega que, por largo tiempo el estudio de estas necesidades ha sido reconocido como uno de los factores más importantes en el diseño de servicios de información.

La investigación señala que en la propuesta de creación de la Red Latinoamericana de Información Teológica (RLIT) se puntualizaba la importancia de abordar el tema de las necesidades de información del usuario, particularmente aquel al que la red se debe. El autor manifiesta que al descifrar correctamente la clave (necesidades de información del usuario), la RLIT puede lograr eficiencia, efectividad y un resultado positivo en relación con la difusión de la información teológica latinoamericana. En caso de optar por no estudiar las necesidades de información, la RLIT pondría en entredicho su eficiencia, y tampoco estaría logrando su cometido principal.

Los objetivos que se propusieron para la investigación mencionada son los siguientes:

1. Analizar las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.
  - a. Determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina.
  - b. Identificar el tipo de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.
  - c. Determinar el tipo de servicios y productos de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.
2. Proponer los servicios y productos de información que debe ofrecer la RLIT a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la misma.

- a. Definir la modalidad de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.
- b. Definir la forma de entrega de los servicios y productos de información a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.
- c. Definir el formato para la evaluación de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

La fundamentación teórica aborda los temas que se relacionan directamente con el asunto en cuestión en la investigación, específicamente éstos son: (a) la información, en la que se destaca su naturaleza, su importancia, sus características básicas (p.e. actualidad, pertinencia, relevancia y oportunidad), y los tipos de información que existen (p.e. bibliográfica, técnica, administrativa y electrónica); (b) el usuario, preferentemente el de interés para la investigación, el institucional. Se le da particular importancia a la caracterización del usuario (conocimientos, intereses, aptitudes), a las actividades que éste realiza, y especialmente al tema de las necesidades de información de este tipo de usuario. La investigación dedica un espacio considerable a los estudios de usuarios. En cuanto al método, se utiliza el cuantitativo, según lo proponen Saracevic y Wood, el cual consta de siete pasos: la revisión de estudios previos, los objetivos del estudio, la definición de las variables por estudiar, la selección de la muestra, la técnica de compilación de datos, la técnica de análisis de los datos, y la definición de los medios de presentación; (c) otros aspectos que son tomados en cuenta son los servicios y productos de información. El trabajo destaca la naturaleza de los servicios y productos así como la variedad de tipos que existen de éstos en el entorno de un sistema de información como el que se aborda en la investigación. También le interesan las modalidades de los servicios y productos, los mecanismos para la entrega, y las formas de evaluación, todo esto en relación a los servicios y productos de información; y (d) por último, la investigación dedica un breve espacio a lo que es la RLIT, específicamente su misión, sus objetivos específicos, las instituciones vinculadas a ésta. De estas instituciones se destacan las actividades básicas que realizan, las categorías y niveles académicos a los que pertenecen, y las especialidades que ofrecen.

La sección siguiente está dedicada al enfoque de la investigación (descriptiva), los sujetos estudiados (las instituciones teológicas latinoamericanas), al instrumento para la recolección de información, los procedimientos tanto para recolección la información así como los de análisis de la información recolectada.

La investigación analiza cada uno de los componentes de las variables contempladas. Para la variable “áreas temáticas” se descubrió que los temas relacionados directamente con las denominaciones eclesiológicas específicas son de gran interés para este usuario. También son importantes para el usuario el tema de la teología bíblica y en menor grado la teología pastoral y la teología sistemática. Entre las especialidades en que ofrecen los programas destacan la educación cristiana, la misionología y la teología. En la variable “tipo de información” destaca aquella de nivel universitario, con mayor énfasis en pre-gradados; le siguen en importancia la información para pos-gradados. El usuario estudiado utiliza mayormente esta información para las investigaciones de

tipo bibliográfica, hermenéutica y de campo. El uso preferente que se le da a esta información es para la preparación de conferencias y la preparación de charlas, la preparación de clases y el trabajo de investigación a nivel de tesis. En un gran porcentaje, la información que se utiliza es de forma bibliográfica, también son importantes las formas cartográficas y gráficas. La información impresa tiene la mayor demanda, la información electrónica también tiene demanda pero en menor grado. Por último, la información microfilmada se utiliza poco. En la variable “tipos de productos y servicios de información” se encontró que son importantes: la modalidad de la educación por extensión (es decir, a distancia) y residencia; en cuanto a los idiomas, destaca en una 100% el español, le siguen en importancia el inglés y luego el portugués; en relación a las fuentes tradicionales de información, la biblioteca tiene una fuerte presencia y en menor grado la Internet; con respecto a los servicios y productos de información, destacan los catálogos (ficheros de biblioteca), las bibliografías sobre temas específicos y las tablas de contenido de revistas (alerta); y en cuanto a los mecanismos para la entrega de la información, el usuario los prefiere según el siguiente orden: el correo electrónico, el fax, y la red Internet.

La parte final del trabajo está dedicada a la propuesta que surge como producto de las etapas anteriores de la investigación. El autor destaca los dos pasos que conducen a la elaboración de esta propuesta: la investigación bibliográfica sobre el tema y el análisis de la información de los cuestionarios. La propuesta está dividida en dos partes principales: (a) el diseño de productos y servicios de información y (b) el diseño para productos de información, y (c) el diseño para los servicios de información, así separadamente. Posteriormente, se dedica un espacio a la definición de los servicios y productos de información, según están contemplados en el trabajo, y a los cuales se les agrega el factor costo. Un aspecto que se incluye es el de la modalidad y entrega de los servicios y productos de información, tomando en cuenta la organización y la infraestructura requeridos para su distribución. Como parte final de este capítulo, se aborda el tema del formato para la evaluación de los servicios y productos de información, el cual incluye los siguientes aspectos: los referentes teóricos, la descripción de los servicios y productos a evaluar, el problema de evaluación, el momento de la evaluación, y los componentes del proceso de evaluación.

En el capítulo de las conclusiones y recomendaciones se destacan los aspectos relevantes de esta investigación. El autor señala que se lograron los objetivos propuestos para el objetivo general 1. Se incluye un resumen de los aspectos importantes que se descubrieron mediante las variables utilizadas. Con respecto al objetivo específico no. 3 del objetivo general 1 se destaca el hecho de que el usuario de la información estudiado es bastante tradicional en lo que a servicios y productos de información se refiere, razón por la cual sugiere abordar posteriormente este tema. Los objetivos específicos del objetivo general 2 también se lograron, con excepción del tercero, cuyo logro fue parcial, debido a que el tema es bastante amplio. El investigador considera importante mantener la atención en estos temas debido a los cambios que se producen en el entorno tecnológico y que afectan las necesidades del usuario. Dada la importancia que tiene el tema de las “necesidades de información” el autor recomienda que éstos se realicen periódicamente.

## LISTA DE CUADROS

		Pág.
Cuadro 1	Algunas diferencias entre el usuario individual y el institucional	18
Cuadro 2	Detalles pertinentes a las variables	52
Cuadro 3	Países donde se enviaron y de donde se recibieron cuestionarios	65
Cuadro 4	Denominación / organización de la que es miembro o pertenece la institución	68
Cuadro 5	Especialidades en que se ofrecen los programas	70
Cuadro 6	Servicios y productos de información utilizados	83
Cuadro 7	Características principales de las “áreas temáticas”	87
Cuadro 8	Resumen de características del “tipo de información”	89
Cuadro 9	Resumen de características de los “servicios y productos de información”	92
Cuadro 10	Características y porcentajes deseables en los servicios y productos de información	95
Cuadro 11	Elementos del producto electrónico	101
Cuadro 12	Elementos del producto impreso	102
Cuadro 13	Elementos del servicio	106
Cuadro 14	Propuesta de diseño para los productos electrónicos	109
Cuadro 15	Propuesta de diseño para los productos impresos	111
Cuadro 16	Propuesta de diseño para los servicios	114
Cuadro 17	Modelo de tabla de costos para SPI	119
Cuadro 18	Modalidad de entrega de los SPI	123
Cuadro 19	Propuesta de evaluación para la satisfacción del usuario	138

## LISTA DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS

	Pág.
Ilustración 1 Red de estructura distribuída	26
Ilustración 2 Ciclo de vida del producto	120
Gráfico 1 Areas básicas en las que se ofrecen programas	69
Gráfico 2 Categorías a las que pertenece la institución	72
Gráfico 3 Grados académicos que otorga la institución	73
Gráfico 4 Actividades académicas para las que se requiere el apoyo del sistema de información	74
Gráfico 5 Tipos de investigación que realizan	75
Gráfico 6 Formas tiene la información consultada para atender las demandas de información	76
Gráfico 7 Presentación que tiene la información consultada	77
Gráfico 8 Modalidades en que ofrecen los programas	79
Gráfico 9 Idiomas utilizados para consultar la información	80
Gráfico 10 Importancia que tienen las características de la información	81
Gráfico 11 Recursos de información que utilizan	82
Gráfico 12 Modalidades preferidas para la entrega de información	84

## LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

ALJET	Asociación Latinoamericana de Instituciones de Educación Teológica
ASIT	Asociación de Seminarios e Instituciones Teológicas
ASTE	Associação da Seminários Teológicos Evangélicos
ATLA	American Theological Library Association
CETELA	Comunidad de Educación Teológica Ecuménica Latinoamericana
CD-ROM	Compact Disk-Read Only Memory
DSI	Difusión Selectiva de la Información
HTML	HyperText Markup Language
LAN	Local Area Network
MARC	Machine Readable Cataloging
OPAC	Online public access catalogue
PBI	Proceso de búsqueda de información
p.e.	Por ejemplo
RLIT	Red Latinoamericana de Información Teológica
SGML	Standard Generalized Markup Language
SPI	Servicios y productos de información
SI	Sistema(s) de información
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
UI	Unidades de información
UIT	Unidades de información teológica
WAN	Wide Area Network

## I. INTRODUCCION

## A. Justificación

En un sistema de información existen dos componentes esenciales: la información y el usuario de ésta, donde la primera responde a las necesidades del segundo. El resto de los componentes del sistema gira en torno a la relación entre éstos. Este concepto básico debe manifestarse en el diseño y creación de sistemas de información. Diversos expertos coinciden en este aspecto, por ejemplo: Herrera, Lotero, y Rúa (1980, p. 283), Saracevic y Wood (1982, p. 8), Devadason y Lingam (1997, p. 41). También se puede percibir esta idea en los artículos de Cram (1995, p. 327), Catt (1995), y Andaleeb y Simmonds (1998, p. 157). Cuando en julio de 1996 se constituyó la Red Latinoamericana de Información Teológica (en adelante RLIT), se tenía claro que la relación “usuario  $\Rightarrow$  información” era el aspecto medular. Y fue este enfoque, el norte que guió el planteamiento de sus objetivos, siendo uno de éstos la difusión de la información teológica entre los distintos usuarios de la misma.

Por lo tanto, es claro que la información que la RLIT difunda debe responder a las necesidades de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas. Andaleeb y Simmonds señalan que el éxito sucesivo de una organización de servicios tal como el de una biblioteca académica (un sistema de información), depende de la habilidad de la organización para ajustar sus productos y servicios de manera que correspondan con las necesidades del usuario (1998, p. 157). Por otro lado, agregan ellos, que está surgiendo como un tema de importancia la necesidad de mejorar y brindar mejores servicios basados en las necesidades del usuario (*Ibid.*). Si esta Red descifra correctamente la clave (necesidades de información del usuario) logrará eficiencia,

efectividad y un resultado positivo en relación con la difusión de la información teológica latinoamericana.

Ya se han señalado en el primer párrafo los dos componentes básicos en un sistema de información. De éstos el más importante es el usuario y como tal debe ser abordado. En esta relación es él quien determina la información que necesita; no es una relación bidireccional. El concepto de usuario es bastante amplio, puede incluir por ejemplo a: grupos colectivos, instituciones, centros de investigación y organizaciones. Cada uno de éstos puede requerir información para satisfacer una determinada necesidad y pueden diferenciarse entre sí a nivel de características propias de la naturaleza de cada una de ellas. Es posible subdividir en grupos cada una de las categorías mencionadas y cada uno de éstos grupos tendría sus propias características. Esta diferenciación puede significar variaciones menores o sustanciales en las necesidades de información de los usuarios. El fin último de los sistemas de información, tales como las de redes de información, centros de documentación, bibliotecas, y centros de información, es atender las necesidades de información del usuario.

En el año 1993 se llevó a cabo una investigación (Pérez, 1994) cuyo objetivo principal fue el de proponer el diseño de un modelo conceptual para una red latinoamericana de información teológica. Uno de sus objetivos específicos era detectar las necesidades de información del usuario institucional en el campo de la teología en América Latina (p. 6). El abordaje de las necesidades de información se realizó de una forma muy limitada. Esta apreciación incluye tanto el número de instituciones como la cobertura geográfica que abarcó. Se debe tener presente, en relación con este

aspecto, que se consideró que una vez constituida la RLIT este tema debía ser retomado.

Del 15 al 18 de julio de 1996, en San José, Costa Rica se llevó a cabo el "Encuentro de Bibliotecarios Teológicos Latinoamericanos". En este evento, después de una larga discusión, se aceptó la propuesta para constituir la Red Latinoamericana de Información Teológica (RLIT). A partir de ese momento la propuesta en mención se transformó en proyecto e inició el proceso de materialización y consolidación.

Como puede verse claramente, esta investigación es una continuidad del proyecto de la RLIT, que como se ha señalado en los párrafos anteriores, vió la luz inicialmente en la forma de una propuesta. Una vez que la RLIT fue constituida, como parte del proceso de consolidación, empezó a generar diversos desafíos, los cuales se traducen en actividades de investigación, siendo la presente una de ellas.

La propuesta para crear la RLIT aborda un conjunto de temas a nivel muy general. Es decir, se indican cuáles son los aspectos importantes que se deben tomar en cuenta en el diseño de redes de información. Estos aspectos también son abordados individualmente pero sólo para dejar en claro los elementos que deben contemplarse en el desarrollo de esos componentes. La propuesta de la RLIT dedica una página a la oferta y demanda de productos y servicios de información, lo que evidencia el brevísimo tratamiento del tema. Por otro lado, es manifiesto en la documentación de esta propuesta que la RLIT deberá responder debidamente a las demandas de información de las unidades de información teológicas (en adelante UIT), y que los SPI se elaborarán a partir de los

datos al respecto suministrados por las UIT miembros de la RLIT (*Ibid.*, p. 50).

El enfoque de la última parte del párrafo anterior es un poco limitado, ya que la estrategia para ser efectiva debe partir de las instituciones teológicas de la región latinoamericana. El razonamiento para esta posición lo brinda Núñez:

Cada unidad de información, desde el solitario corredor de información hasta los potentes sistemas informativos, desde las bibliotecas públicas hasta las más especializadas, pertenecen o desarrollan su actividad dentro del contexto de una organización mayor, y por supuesto, dentro del marco de influencia de sus metas, ideales y predisposiciones. Las tendencias contemporáneas de la actividad de información y bibliotecaria enfatizan, en consonancia con un enfoque socio- psicológico y comunicacional en la necesidad de lograr un compromiso de todo cuanto se hace y como se hace, dentro de la unidad de información, con los objetivos estratégicos de la organización de orden mayor a la cual pertenece, en la necesidad de incorporarse en forma directa en la realización de tareas encaminadas al logro de estas metas. El compromiso aludido obliga a la entidad de información a conocer en profundidad su comunidad usuaria, su organización usuaria, sus metas, sus ideales y estrategias; el compromiso crea el imperativo de localizar, en el propio fondo en todos aquellos a su acceso, la información útil para el trazado de esas metas (posicionamiento) y para el cumplimiento de esas tareas y obliga a determinar quiénes necesitan qué información, cómo, cuándo, cada qué tiempo, a través de qué canales o medios, etc., o sea, a diseñar el proceso de comunicación (los servicios) de modo tal que se adapte a las características de las necesidades de sus interlocutores (Núñez, 1996, p. 60).

La afirmación de Núñez se confirma en el caso de las unidades de información teológicas (UIT) latinoamericanas. Estas UIT han surgido como respuesta a la necesidad de las instituciones de formación teológica de contar con un departamento que se encargue del manejo de la información requerida, para los programas académicos que ofrecen. Esta información es mayormente

bibliográfica. Como tales, las UIT son instancias que están administrativamente subordinadas a estas instituciones y deben estar sintonizadas totalmente con los proyectos institucionales. Por lo tanto, es diáfano que son las necesidades de información de estas instituciones las que deben señalar el norte de la RLIT. Todo esto apunta con claridad a una importante laguna que ha quedado en el proceso de consolidación de la RLIT, las necesidades de información de los miembros de la Red, sin duda alguna, es un factor determinante.

Por otro lado, por largo tiempo el estudio de necesidades de información ha sido reconocido como uno de los factores más importantes en el diseño de servicios de información. Existe un considerable número de expertos que comparten esta visión, entre ellos: Eager y Oppenheim (1996, p. 15), Córdoba (1996, p. 149), Devadason y Lingam (1997, p. 41).

Hasta la fecha no se han realizado investigaciones de carácter científico en relación con las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas<sup>1</sup>. Es la presencia de este usuario la que justifica precisamente la existencia de la RLIT. Al mirar nuevamente el primer párrafo, se ve con claridad, que la información debe responder a las necesidades del usuario. Por lo tanto, sería un problema realmente serio si la RLIT no dispone de la debida información sobre las necesidades de ésta de las instituciones mencionadas y del tipo de usuario, ya que además de poner en entredicho su eficiencia, tampoco estaría logrando su cometido principal. Así claramente opinan Saracevic y Wood cuando manifiestan que “Los sistemas y servicios diseñados deficientemente pueden conducir no sólo a una falta de uso sino también a la falta de cooperación y a una completa hostilidad de parte de los usuarios comprometidos” (1982, p. 8).

Devadason y Lingam señalan que "la efectividad de un sistema de información depende hasta que punto las características del sistema corresponden a la situación del usuario y cuánto el usuario potencial del sistema está en disposición y capacidad de hacer uso de los servicios brindados por el sistema de información" (1997, p. 41). Lo anteriormente expuesto exige la realización de una investigación sobre las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas. La investigación realizada aporta la información requerida para proporcionar la respuesta correcta a las demandas de información por parte del usuario abordado en el presente trabajo.

## B. Objetivos

### Objetivo general 1

Analizar las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

### Objetivos específicos

1. Determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina.

2. Identificar el tipo de información que requieren las instituciones teológicas protestantes

vinculadas a la RLIT.

3. Determinar el tipo de servicios y productos de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

#### Objetivo general 2

Proponer los servicios y productos de información que debe ofrecer la RLIT a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la misma.

#### Objetivos específicos

1. Definir la modalidad de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

2. Definir la forma de entrega de los servicios y productos de información a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

3. Definir el formato para la evaluación de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

## II. ANTECEDENTES TEORICOS Y PRACTICOS

## A. La información

### 1. El concepto

Actualmente el término "información" tiene una enorme y fuerte presencia en diferentes sectores del mundo. Este concepto es central en temas como la sociedad de la información y la era de la información. Dependiendo del campo del conocimiento, la información puede ser entendida de diferentes maneras. Fernández-Aballí señala que la información es "el medio que permite adquirir o comunicar conocimientos, es la expresión material del conocimiento para que éste sea utilizado" (1996, p. 4). Agrega este autor que la información también es el "entendimiento, inteligencia, razón natural y a su vez es lo que permite dar una noción de ciencia y sabiduría" (*Ibid.*). Según Páez-Urdaneta, en su artículo "Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional: retos y oportunidades" (1992), la información puede consistir de "registros icónicos, simbólicos (fonémicos o numéricos) o de sígnicos (lingüísticos, lógicos o matemáticos) por medio de los cuales se representan hechos, conceptos o instrucciones (i.e., valores que definen o caracterizan a un estado o proceso en un determinado punto del tiempo). Este mismo autor profundiza un poco más en este tema, agregando que cuando se habla de *información* se habla de *información* como "significado, es decir, de datos o materia informacional relacionada o estructurada de manera actual o potencialmente significativa. Lo significativo no es la sustancia en sí como lo es su relacionamiento o estructuración, i.e., el ordenamiento de los datos en función de la obtención de un sentido cognoscitivamente relevante" (1992, p. 101). Para Montañó el concepto de información "... en un sentido amplio, es todo conjunto de signos (ya sea

texto escrito, números, imágenes, sonidos o combinaciones de los mismos) capaces de aportar algún conocimiento a los actores encargados de las acciones del desarrollo”. (1997, p. 100). Debido a la naturaleza de la investigación propuesta y al tipo de usuario que se alude en ella se prefiere la definición de este último autor. Mayormente el tipo de información que se considerará es la de naturaleza bibliográfica. Por información bibliográfica en este trabajo se entiende aquella en la forma tradicional que tienen, por ejemplo el libro, la revista, las conferencias y los informes. Estos pueden encontrarse en forma impresa, en formato electrónico o multimedia.

La información existe en diversas formas en los numerosos campos del saber humano. Este aspecto será retomado posteriormente. En cada uno de estos campos el usuario será quien defina, entre otros, la modalidad y las características de la información que requiere para la solución a los distintos problemas que se le presentan en su vida.

## 2. La importancia de la información

Según Kaye, cada organización es esencialmente un sistema de procesamiento de información, sea su función de manufactura o de servicio (1995, p. 41). Este recurso ha adquirido vital importancia para el desarrollo y la eficiencia de la gestión de cualquier organización. Por lo tanto, en el futuro, como hoy en día, la información relevante, pertinente, actualizada, oportuna y a bajo costo constituirá el insumo básico (Pérez, 1996b, p. 24). Miranda señala que:

Muchos autores - Alvin & Heidi Toffler (1995), Peter Drucker (1989) y Peter Stenge (1990), entre los más notables - vienen conquistando grandes audiencias para sus tesis en favor del uso estratégico de la información y del conocimiento, para garantizar el éxito de los procesos de planificación y desarrollo de instituciones y negocios (1996, p. 308).

Uno de los principales propósitos de la información es el de reducir o eliminar la incertidumbre<sup>2</sup>. Esto significa que "buena" información contribuye positivamente en el acierto en la toma de decisiones. Esta certidumbre que da la información puede traducirse, por ejemplo, en el desarrollo de buenos programas educativos, en la adecuada preparación del recurso humano que se requiere en determinadas organizaciones, y en el diseño de la estrategia requerida para el logro de los objetivos que determinado usuario se ha propuesto. Las razones anteriormente expuestas llevan a Montaña a señalar que "... la información es el eje y apoyo estructural central de una empresa, aspecto fundamental para realizar el proceso administrativo, que permitirá cumplir con los objetivos planteados" (1997, p. 100). Otros autores también coinciden con este enfoque, por ejemplo Rowley, manifiesta que la información es una fuerza dinámica para el cambio de los sistemas dentro de los cuales opera y debe ser vista dentro de la organización como una fuerza formativa, entidad organizadora, en vez de de una acumulación de datos (1997, p. 96).

La información se destaca como ingrediente indispensable no sólo en lo positivo. Hay que tener presente que la "mala" información, p.e. falsa y obsoleta, afecta negativamente a los diversos procesos que requieren de información para salir avantes. En definitiva, la información es un recurso muy valioso para aquellos involucrados en la toma de decisiones, proceso que se puede dar en distintos niveles y con las implicaciones del caso.

### 3. Características básicas de la información

Actualmente la información es un recurso muy abundante. Lo anterior no significa que el usuario tenga a su disposición una fuente inagotable de recursos. La excesiva cantidad de información puede resultar problemática, ya que obliga a invertir mayores esfuerzos para filtrar la información que realmente es útil para un fin específico. De la enorme abundancia de información, la única que le interesa al usuario es aquella que satisfaga sus necesidades de información. Puesto de otra forma, al usuario sólo le es útil la información que coincida con los detalles de su perfil de necesidades de información. Si esta información ha de contribuir en la reducción o eliminación de su incertidumbre, ésta deberá reunir algunas características básicas para que pueda lograr este objetivo. Estas características son: actualidad, pertinencia, relevancia y oportunidad.

#### a. Actual

Característica muy importante, ya que la información puede referirse al tema deseado pero el contenido de ésta puede estar obsoleto. Nuevas investigaciones pueden invalidar la información sobre un tema en particular, ó bien, reafirmar la validez de la misma. El acceso a diversas y actualizadas fuentes sobre un tema dado es el que lleva al usuario a localizar la información confiable que busca. En este sentido la información tiene que estar al día con el tema que interesa, tener vigencia para el momento en el que se requiere.

#### b. Pertinente

Para este caso se puede parafrasear la definición que ofrece el Diccionario de la lengua

española (1984, v. 2, p. 1051), la información es perteneciente a una cosa y viene a propósito de la misma, por ejemplo a un determinado asunto. La información deberá referirse directamente al asunto en cuestión. Este es un detalle importante ya que información intrascendente puede relacionarse con el tema que interesa lo que no significa que pueda contribuir con las respuestas requeridas a determinadas interrogantes.

### c. Relevante

La información debe tener importancia, de manera que sea útil para los intereses del usuario. Obviamente este aspecto está estrechamente relacionado con un determinado asunto que interesa a este último. Por supuesto, lo de relevante es un concepto relativo. Es el usuario quien decide qué información es o no relevante y cómo la utilizará. Dos usuarios que trabajen el mismo tema en una determinada investigación podrán diferir sobre la relevancia de un documento que tengan a la mano, ya que la relevancia de éste pudiera depender del enfoque que le hayan dado al trabajo que realizan. Wijngaert describe la relevancia en términos de contenido (precisión), fuentes de los documentos (reputación de la fuente), documento como una entidad física, otra fuente / información dentro del ambiente y situación del usuario (p.e. limitaciones de tiempo) (p. 107, 1996).

En esta investigación, las tres características anteriores<sup>3</sup> definen la calidad de la información en función de las necesidades de información del usuario. Es éste quien en última instancia decidirá que información es actual, pertinente y relevante. Si a lo anterior se le agrega el elemento de "oportuna", la información realmente adquiere mayor valor y efectividad.

#### 4. Tipos de información

La información existe en diversas formas, tales como: bibliográfica (texto completo y referencias bibliográficas), en sonidos, expuesta en imágenes fijas o en movimiento, en la modalidad de multimedios (combinación de sonido, imagen y movimiento), gráfica, teórica y factual (perteneiente o relativo a los hechos, por ejemplo, datos numéricos, datos estadísticos y listas de precios). Montañó aborda los tipos de información y los divide en las siguientes cuatro categorías:

*Bibliográfica* (existente en textos y documentos)

*Técnica* relacionada con temas específicos. Aquella que se refiere a la información cuantitativa, cualitativa y estadística.

*Administrativa y financiera* (se refiere a la gestión y el control de los recursos tales como el personal, los aspectos financieros, inteligencia competitiva, etc.)

*Electrónica* Información legible por máquina (discos ópticos, archivos electrónicos, paquetes multimedia, información virtual, etc.) (1997, p. 101).

La información que está contenida en una forma puede ser transferida a un distinto recipiente con características diferentes, lo que podría proporcionar algunas ventajas adicionales, como es el caso de la información electrónica. La tecnología actual permite este cruce entre tipos de información, de forma tal que un mismo documento pueda existir en una variedad de soportes (el medio en el cual se encuentra “escrita” la información). En todo caso, es el usuario quien define el tipo de información que requiere, el formato en el que la desea y el tipo de soporte que mejor convenga a sus necesidades.

## B. El usuario

El usuario es un concepto bastante amplio que incluye desde una persona, una comunidad hasta organizaciones enteras. Desde la perspectiva de un sistema de información es aquel<sup>4</sup> que utiliza la información que proporcionan lugares como por ejemplo una biblioteca, un centro de documentación, un centro de información y una unidad de información.

La literatura consultada sobre el tema del usuario generalmente contempla a éste como un individuo o grupo de individuos (personas). Este es el caso de Tocatlian, que cita una fuente<sup>5</sup> en donde se divide a los usuarios en cuatro grupos: los científicos, los ingenieros, los administradores y el usuario no técnico. Esta clasificación que se hace del usuario es arbitraria y puede que en la práctica sea inoperante, tal como se admite en este mismo artículo (1978, p. 385). Al margen del acierto o desacierto en cuanto a la clasificación de los usuarios son visibles los esfuerzos en el abordaje de este tema, el de tener una mejor imagen de éste. Es evidente que esta literatura generalmente no aborda al usuario en la forma de una organización o una institución. Paéz Urdaneta sí hace mención a este tipo de usuario en su artículo “Pautas para la investigación de los usuarios y los servicios (II)” (Oct.-Dic., 1991b, p. 3). La aparente ausencia del usuario institucional en la bibliografía sobre este tema no significa que este usuario no exista, ya que por definición si existe, como “aquel que utiliza la información que proporciona un determinado sistema de información (en la forma que éste tenga). Este es un tipo de usuario que también tiene sus necesidades de información. Es uno que realiza cotidianamente una variedad de funciones, como cualquier otro usuario. Parte de sus actividades pueden incluir la comunicación, la producción, la ejecución de

procesos administrativos, la transferencia de información, y la resolución de diversos problemas relacionados con la investigación y la docencia, para el caso que interesa en el presente trabajo. Es en relación a estos menesteres que el usuario se siente presionado para buscar la información necesaria para la toma de decisiones y el diseño de las estrategias requeridas según corresponda. Rojas Gutiérrez aborda el tema de las clasificaciones de los usuarios, en la forma que han sido tratada por expertos en el campo (1998, p. 45-46, 51- 53). Esta autora, con respecto al usuario colectivo, señala que esta categoría “contiene grupos de usuarios escogidos por afinidad profesional, ya sea porque están realizando un trabajo particular o pertenecer a una institución determinada” (*Ibid.*, p. 49). Agrega además, que “si los usuarios representan los intereses y las necesidades de una institución, son llamados usuarios institucionales”. El usuario de la RLIT reúne las características propias del usuario institucional: la *afinidad profesional*, entendida aquí como el campo teológico, y de los *intereses y necesidades*, entendidos como los proyectos de formación y capacitación de estas instituciones.

Se han mencionado dos importantes categorías de usuarios, el individual y el institucional. Es conveniente presentar algunas de las características que éstos tienen y ver que los distingue entre sí. El cuadro no. 1 (p. 18) señala algunas diferencias que se presentan entre las dos categorías de usuarios.

Sin importar el tipo de usuario que se aborde, éste siempre será el elemento central en los sistemas de información, ya que es la razón de ser de este tipo de sistemas. Toda actividad que realice un sistema de información gira en torno al usuario. Este es el motivo que lleva a la

realización de análisis de las necesidades de información del usuario. Esto es, entenderlo mejor en el plano de estas necesidades para así servirle mejor.

Cuadro no. 1  
ALGUNAS DIFERENCIAS ENTRE EL USUARIO INDIVIDUAL Y EL INSTITUCIONAL

INDIVIDUAL	INSTITUCIONAL
a) Sus necesidades de información cambian frecuentemente;	Sus necesidades de información son más duraderas;
b) Es más difícil de caracterizar;	Su caracterización es más fácil;
c) Su paso por el sistema de información puede ser transitorio;	Es más permanente;
d) Sus necesidades varían con los cursos;	Estas varían con los programas que ofrezcan;
e) Puede que no sepa manifestar sus necesidades de información;	Este las manifiesta claramente, determina el curso de acción;
f) Sus necesidades varían con las etapas de la investigación;	Estas varían según las etapas de los programas;
g) Puede tener o no un conocimiento del sistema de información.	Puede contar con profesionales de la información (bibliotecólogos).

### 1. Caracterización del usuario real y potencial

En términos generales, el grupo de usuarios puede dividirse en dos categorías: el usuario real y el usuario potencial. La primera se refiere a aquel que hace uso de los servicios que brinda un sistema de información. La segunda se refiere al usuario que no hace uso de los servicios de este sistema pero que eventualmente podría hacerlo, pudiendo así transformarse posteriormente en usuario real. De igual forma, el usuario real puede dejar de serlo y convertirse en usuario potencial. Por lo tanto, estas dos categorías de usuarios son importantes. Es obvio que los sistemas de información invierten mayormente sus esfuerzos en el usuario real, quien realiza la demanda de información del momento. El presente trabajo está orientado hacia el usuario real. La investigación

se realizó en la región latinoamericana. A pesar de los esfuerzos invertidos no se logró obtener toda la información pertinente a las direcciones de los usuarios institucionales, por lo que se debió trabajar solamente con la información que se pudo conseguir al respecto.

Dentro del contexto del usuario de la información la caracterización se refiere a la acción de señalar las cualidades propias de éste. Es necesario tener una visión más allá del simple concepto del *usuario*, es importante analizar al usuario, descomponer los factores que lo componen. En esta situación en particular interesan tres aspectos, a saber: categorías, actividades y necesidades de información. Esto entra en lo que ha sido mencionado por Núñez en su artículo “Reingeniería aplicada a sistemas y entidades bibliotecarias y de información” (ver cita de este autor en p. 5 de esta investigación).

a.       Categorías

Si se mira el usuario como un individuo, este puede ser un dirigente, un investigador, un docente; si se considera al usuario como una organización, este puede ser una universidad, una institución de formación teológica, una cooperativa; si se tiene en mente un usuario colectivo (grupo de personas), se puede pensar en grupo de trabajadores que se reúnen para un determinado fin, un número de personas que comparten una afición común (cine, arte), etc. Crear categorías de usuarios es agrupar éstos por algún criterio previamente definido y establecido. Cada una de las categorías de usuarios anteriormente mencionadas tendría sus propias características tales como conocimientos, intereses, aptitudes y actitudes y todos ellos incidiendo en sus necesidades de información.

### b. Actividades

El estudio de necesidades de información debe contemplar los cambios en éstas como resultado de las variaciones que sufren sus variables esenciales. Una de estas variables se relaciona con el campo de las actividades del usuario. Para un usuario institucional dedicado a la educación estas actividades incluyen, por ejemplo: los programas de estudios, las áreas de investigación y los cambios en los modelos educativos (residencia, distancia, etc.). Ya se ha señalado en el cuadro no. 1 que sus necesidades de información son más duraderas debido a que sus programas de estudio no cambian repentinamente

### c. Necesidades de información

Aunque muchas de las características del usuario individual también se aplican a un usuario institucional, para el presente trabajo interesa únicamente el usuario de naturaleza institucional, específicamente la institución teológica. Por lo tanto, aquellos detalles que atañen particularmente al usuario como individuo no serán contemplados.

Este es un tema de enorme importancia en los sistemas de información. Es por esta razón que Córdoba manifiesta que “actualmente no se puede concebir la planificación de ningún servicio si no se conoce primero cuáles son las necesidades de información a las cuales éste debe responder. Así, se ha comprendido que las medidas del servicio que se brinde están determinadas por esas necesidades” (1996, p. 149). De forma parecida opinan Eager y Oppenheim cuando señalan que “por largo tiempo el estudio de necesidades ha sido reconocido como uno de los factores más importantes en el diseño de servicios de información y recursos” (1996. p. 15). Siempre dentro del tema de los

sistemas de información, Johnson considera que la comprensión de las necesidades de información del usuario y la activación de esta comprensión caracteriza el marco conceptual de la biblioteca y de la profesión de la información (1995, p. 320). Herrera, Lotero, y Rúa agregan algunos elementos adicionales a este tema, manifestando que la necesidad de información:

Es un concepto que depende de los valores de la sociedad cambiante. Es un estado psicológico asociado a la incertidumbre y al deseo de saber lo desconocido. Aunque el concepto de necesidad de información, se ha discutido mucho en el campo de las Ciencias de la Información, se ha puntualizado que el concepto se limita a distinguir entre un estado de la mente y la representación subsecuente de una pregunta"(1980, p. 287).

Otros expertos también se pronuncian al respecto, indicando que el concepto de necesidad de información está incrustado en los estudios de usuarios, su ambiente y el uso de información (Devadason y Lingam, 1997, p. 49).

Lo expuesto en el párrafo anterior podría dar la idea de que el concepto de necesidad de información es bastante conocido y por lo tanto, para este momento y en el campo de la bibliotecología, éste debería estar sólidamente definido. Desafortunadamente no es así, se continua trabajando en el aspecto de la definición de este término. Para efectos del presente trabajo es necesario escoger una de las varias definiciones existentes y utilizarla. Entonces, para ubicar una definición sobre este concepto conviene empezar un poco antes, por lo más sencillo, ¿qué es una necesidad? Rodhe, citada por Heck, señala que los investigadores han empleado intercambiadamente los términos *necesidades*, *demandas*, y *deseos* (1993, p. 102). Childers, también citado por Heck, manifiesta que el concepto de necesidad ha sido mal definido en la literatura. El concepto de

necesidad es algo abstracto sin atributos físicos ni simbólicos que lo especifiquen (*Ibid.*) Según Rojas Gutiérrez, la necesidad es “algo abstracto que puede o no ser perceptible y en cuya manifestación entran en juego aspectos de carácter psicológico, afectivo y cognitivo” (1998, p. 55). Según el Diccionario de la lengua española (1984, v. 2, p. 948), necesidad es “todo aquello a lo cual es imposible substraerse, faltar o resistir”; en forma más amplia es esa cosa que es necesaria para alguien o algo. Es la falta, la escasez, la carencia, el déficit, la insuficiencia de algo. Esta es la definición que se utilizará para abordar el concepto de necesidad de información.

¿Cuál es la opinión de los expertos sobre este tema? Según Cubero, el concepto de necesidad de información es evasivo y puede ser interpretado de distintas maneras (1991, p. 23). A pesar de esto algunos autores intentan desde sus perspectivas un acercamiento a este tema. Tal es el caso de Derr quien señala que una necesidad de información puede ser definida como “una condición en la cual cierta información contribuye al logro de un propósito de información genuino o legítimo” (1983, p. 376). En el artículo de Wijngaert, “A users' perspective on information services” (1996), éste menciona (referencia a otro autor) que la necesidad de información es la diferencia entre la forma en que se encuentran las cosas y la manera en que a un individuo les gustaría que fueran. La idea es que hay una diferencia percibida entre el conocimiento disponible y el conocimiento que se necesita para realizar una actividad. El tamaño y tipo de la diferencia entre el conocimiento disponible y el conocimiento requerido determina el tamaño y tipo de la necesidad de información (p. 104, 1996). Tradicionalmente, desde la perspectiva de un bibliotecario referencista, la necesidad de información es el propósito por el cual el usuario se acerca al escritorio de referencia. Por lo tanto, es muy importante descubrir este propósito (Kennedy, Cole, y Carter, p. 563, 1997). Según

estos mismos autores, la necesidad de información es una situación o algo dependiente de una tarea y evoluciona en la medida que una persona va de una etapa de la tarea a la siguiente<sup>6</sup> (*Ibid.*). Con respecto a este mismo concepto Devadason y Lingam manifiestan que "en el trabajo diario, la falta de autosuficiencia constituye una necesidad de información" (1997, p. 41). Núñez (citado por Córdoba, 1996, p. 153), al respecto, dice que:

Son necesidades que existen independientemente de la conciencia de los investigadores, de carácter objetivo y que están determinadas por el contenido semántico de la actividad que realiza el usuario, la estructura de la actividad, las condiciones objetivas y subjetivas, materiales y sociales para la realización de la misma y las características socio-psicológicas y culturales del usuario.

Para Heck, "las definiciones de necesidades de información se basan en criterios subjetivos establecidos por el investigador y usuario. El criterio del usuario está enmarcado por el problema que motiva una búsqueda y el juicio sobre la relevancia del documento que satisface la necesidad" (1993, 105). Para la investigación propuesta se considerará la definición que Cubero incluye en su obra y que parafraseada adquiere la siguiente forma: una necesidad de información es lo que un usuario debe tener, para su trabajo, su investigación, su edificación, etc. (Ibíd, p. 24). Se puede ver con claridad que la información se requiere para poder realizar una determinada función o tarea, y que la ausencia de ésta afectará negativamente, en menor o mayor grado, la realización de éstas.

Devadason y Lingam señalan que las necesidades de información son afectadas por una variedad de factores tales como: el rango de fuentes de información disponibles, los usos que se le dará a la información, el trasfondo, motivación, orientación profesional, otras características

individuales del usuario. Estos autores, citando a Crawford, agregan que las necesidades de información dependen de:

- La actividad laboral
- La disciplina/campo/área de interés
- La disponibilidad de instalaciones
- La posición jerárquica de los individuos
- Los factores motivacionales de las necesidades de información
- La necesidad de tomar una decisión
- La necesidad de buscar nuevas ideas
- La necesidad de validar las ideas correctas
- La necesidad de hacer aportes profesionales
- La necesidad de establecer prioridades para el descubrimiento (1997, p. 42).

Lo anterior significa que será necesario tener una clara visión del usuario institucional, contemplado en esta investigación, conocer los diferentes elementos que intervienen en la necesidad de información, como por ejemplo: la denominación eclesial, la categoría (instituto bíblico, universidad), los grados académicos que confiere la institución (diplomado, bachillerato), las áreas básicas en las que ofrecen programas (Biblia, teología), las especialidades mismas de estos programas, las modalidades (residencial) en que se brinda la educación, las actividades que realiza el usuario (preparación de sílabos), los tipos de investigación que realiza, los idiomas en que consulta la información, el tipo y forma de la información que utiliza, las características de esta información (relevante), los recursos de información (bibliotecas) a que recurre, los productos y servicios de información (índices, difusión selectiva de información) que utiliza. Es decir, todos aquellos factores que motivan y afectan sus necesidades de información.

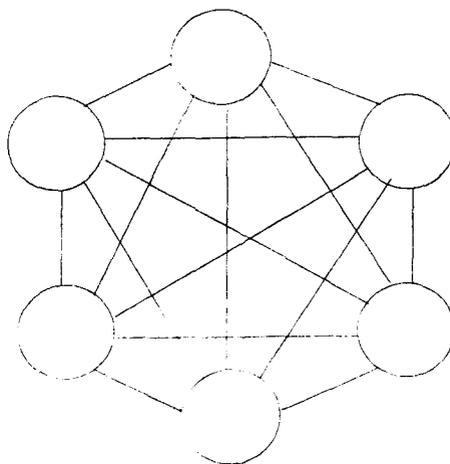
## 2. Los estudios de usuarios

Esta area ha sido bastante abordada. Si se toman en cuenta otros temas relacionados a este tipo de estudios, tales como necesidades de información, el comportamiento en la búsqueda de información y el uso de la información. Según Devadason y Lingam, hasta el año 1997 el número de publicaciones en esta área se estimaba en 2000 incluyendo varios artículos de reseña (1997, p. 42).

Antes de proseguir con el tema de los estudios de usuarios es recomendable ubicar en su debido contexto al usuario que interesa en la presente investigación. Por contexto se entiende aquí el tipo de sistema de información. La literatura consultada sobre el tema de los estudios de usuarios es la que ha sido escrita por bibliotecólogos. Estos profesionales de la información generalmente ubican a los usuarios en el tradicional sistema de información en la forma de bibliotecas. El concepto de sistema de información podría definirse, con ligeras variantes, según la disciplina desde la que se aborde. Desde la perspectiva de la bibliotecología y ciencias de la información, Roza y Garzan afirman que es “un conjunto de componentes interrelacionados, que transfieren la información de los productores a los usuarios, siguiendo reglas y procedimientos idénticos y compatibles, teniendo en la mira el intercambio de información (1980, p. 10). Para Martín este sistema es “... en la que una organización de individuos u organizaciones están interconectados, formando un sistema para cumplir una meta específica” (1986, p. 2). Es claro que el concepto de biblioteca es uno que se ha ido adquiriendo nuevas formas con el transcurrir del tiempo, y varias de éstas no tienen parecido alguno con lo que se denomina biblioteca tradicional<sup>7</sup>. Aún las distintas variantes de este tipo de sistema de información, tales como el centro de información o el centro de

documentación, igualmente ha sufrido transformaciones. La presente investigación ubica al usuario en un sistema de información en forma de red (ver ilustración no. 1) . Con respecto a una red de información, Paskoff considera que ésta “es un acuerdo formal por medio del cual varias bibliotecas u otras organizaciones se involucran en un intercambio común de información, materiales y servicios (1989, p. 94). En el caso que interesa aquí, todos los que se encuentran vinculados a la RLIT de una u otra forma tienen la posibilidad de comunicarse entre sí, y en un ambiente en el cual esta red puede mediar en los distintos procesos de transferencia de información. El concepto de la RLIT es la de una red de servicios de información, en la cual se utilizan los recursos que mejor convengan de acuerdo a la realidad socio-económica del usuario. Desde esta perspectiva la RLIT puede recurrir a herramientas de tecnología reciente a recursos muy tradicionales, como por ejemplo el correo ordinario. La red RLIT es de forma distribuida tal como se puede ver en la siguiente ilustración:

Ilustración no. 1  
Red de estructura distribuída



Una vez descrito el contexto del usuario real y potencial de la RLIT se continuará con el tema de esta parte del trabajo. ¿Qué son los estudios de usuarios? Heck lo resume en una sola línea lo que

para él son estos estudios, "la investigación de las características de los usuarios" (1993, p. 98). Esta afirmación, aunque cierta, requiere un mayor abordaje para poder comprender adecuadamente la naturaleza de este tipo de estudios. Afortunadamente, tal como se ha señalado, esta es una área en donde existe una buena cantidad de información y parte de ella bastante reciente.

Baldwin y Rice afirman que los estudios modernos de usuario se desarrollaron en respuesta al crecimiento en la ciencia y la tecnología después de la II Guerra Mundial. Estos se originaron bajo la premisa de que se podrían diseñar sistemas de información efectivos al identificar las necesidades de los grupos de usuarios (1997, p. 675). En el artículo de Heck, "User and user studies: an application to theological libraries" se encuentra un buen resumen sobre el tema de los estudios de usuarios, hasta el año 1993 (1993, p. 102).

Son diversos los motivos esgrimidos para la realización de este tipo de estudios. Los motivos que conduzcan a la realización de un estudio de este tipo están fundamentados en la importancia que éstos tienen. Por medio de ellos se logra una mayor comprensión de los factores que motivan al usuario a buscar información, un reconocimiento de que el significado y valor de la información brindada por un sistema de información depende no sólo del mensaje mismo sino en el contexto en que ésta es recibida (Gorman, 1995, p. 735). Herrera, Lotero, y Rúa en su artículo "Los estudios de usuarios en las bibliotecas universitarias" también reiteran el valor que tienen estos instrumentos para conocer al usuario y servirle mejor (1980, p. 282). Continúan estos últimos autores destacando la importancia de esta herramienta, ya que según ellos "... si se quieren planificar actividades de información incluyendo el desarrollo de sistemas, deben conocerse exactamente las necesidades no

solo de los usuarios reales, sino también potenciales, entendiendo adecuadamente sus requerimientos de información, reconociéndolos y determinándolos en forma apropiada" (*Ibid.*, p. 283). Talbot, Lowell, y Martin, además de manifestar lo que la mayoría señala como utilidad de los estudios de usuarios, el de proveer datos confiables y válidos para planear el mejoramiento de los servicios, también mencionan que éstos son útiles para la planeación del presupuesto. (1998, p. 357).

Los estudios de usuarios muestran los diferentes canales que utilizan los usuarios en el proceso de adquisición de información, como también los diferentes tipos de fuentes de información y la frecuencia de utilización por parte de ellos (Herrera, 1980, p. 285). Agregan además que estos estudios son el medio más eficaz para conocer las necesidades de los usuarios y así estar en capacidad de crear los mecanismos para satisfacerlos apropiadamente, permitiendo una evaluación continua del sistema (*Ibid.*, p. 285). Según Córdoba,

Los estudios de usuarios han sido realizados con diversos fines; entre ellos para conocer sus características socio-psicológicas, el cual constituye el nivel más básico. También se han aplicado para conocer los hábitos de uso de la información, su comportamiento, y actitudes en relación a las fuentes de información, pero además, por medio de ellos se ha podido conocer la satisfacción de las personas con respecto al servicio que se les brinda. De esta manera, dichos estudios pueden tener múltiples y variados objetivos, y tienden siempre a conocer tanto al usuario que demanda los servicios como aquel que no ha llegado aún a ese nivel, comúnmente denominado usuario potencial (Córdoba, 1996, p. 152)

El centro de atención de los estudios de usuarios, según Ford (citado por Heck), se da en las necesidades de información y el comportamiento en la búsqueda de información de la gente. Específicamente, este autor afirma, que el propósito de la investigación de los usuarios es para

entender aún más el proceso de transferencia de información (1993, p. 98). Sobre este mismo tema

Córdoba señala que un estudio de usuarios:

se asemeja a los estudios de mercado o a los estudios de factibilidad de una empresa, en tanto que éstos se realizan con el mismo objetivo: conocer cuáles son las necesidades del cliente, para determinar las características del producto que ella puede ofrecer (*Ibid.*, p. 152).

Esta última descripción es bastante apropiada para los propósitos del presente trabajo, considerando el siguiente cambio, en vez de la palabra “puede” utilizar la palabra “debe”.

Hasta hace poco los estudios de usuarios se centraban en los patrones de uso de la información, esto desde un enfoque cuantitativo. Según Kaye, la motivación de estos estudios estaba en la maximación de uso de los recursos y en el incremento de la eficiencia (1995, p. 38). La preocupación más reciente de los estudios de usuarios se relaciona mayormente con las actividades de la gente en términos de lo que ésta hace con la información (Heck, 1993, p. 99). Actualmente, como ya ha sido mencionado,

se realiza investigación sobre las características individuales de cada usuario y en las características cognitivas que son comunes en la mayoría de los usuarios. Estas características cognitivas incluyen la categorización, las técnicas, la memoria de largo y corto plazo, estilos de aprendizaje, motivación, tipos de personalidad y factores semánticos (*Ibid.*).

Este tipo de investigaciones se realizan según la metodología seleccionada. Existen variaciones entre éstas. Algunas de las variantes son propuestas por Herrera, Lotero, y Rúa (1980, p. 296), Saracevic y Wood (1982, p. 10), Páez Urdaneta (Jul.-Sep., 1991a, p. 3-5; Oct.-Dic., 1991b,

p. 2-5; Ene.-Mar., 1992b, p. 2-6) y Devadason y Lingam (1997). Estos últimos dedican todo su artículo a la metodología que ellos proponen. A continuación se exponen los pasos de su método:

- a) Estudiar los temas (disciplinas y subdisciplinas) de interés para la organización (las definiciones del tema en cuestión, los diferentes tipos de clasificación del tema en cuestión);
- b) Estudiar la organización y su ambiente. Esto, en forma resumida y general, se refiere a la naturaleza de la organización;
- c) Estudiar el ambiente específico e inmediato del usuario (organización, modo de producción, funciones, etc.);
- d) Estudiar el usuario: un estudio de cada una de sus necesidades. Usuario potencial, usuario esperado, usuario real, y beneficiario. Un usuario puede categorizarse: Alta administración, científicos para la investigación y desarrollo, administración media, supervisores y personal de operaciones. (temas de interés, antecedentes y orientación académicos, destrezas en idiomas extranjeros, canales de comunicación, tipo de información preferido por el usuario, hacer un estudio de las diferentes fuentes de información utilizadas por el usuario. Este estudio mostrará la relevancia de los diferentes tipos de fuentes/servicios, la frecuencia de uso, la disponibilidad (1997, p. 43 en adelante).

En cuanto a métodos y técnicas para estudios de usuarios existen varias propuestas según la lectura consultada. Córdoba señala los siguientes: el método participativo, las técnicas cualitativas,

el método dialéctico, los cuestionarios y entrevistas, y la observación dentro del sistema de información (1996, p. 156-157). Esta autora agrega además que:

definir un solo método para conocer las necesidades de los usuarios sería una empresa arriesgada que puede conducir al error. El método depende de las características de los sujetos que se estudien -en cantidad y calidad- y de las condiciones en que éstos se desenvuelvan. Consecuentemente, las técnicas deberán adecuarse al método seleccionado, de manera que un instrumento determinado no deberá utilizarse siempre, obviando las diferencias que se extraen de las características que se presenten (p. 159)

Páez Urdaneta sugiere dos metodologías en un artículo que fue publicado en tres partes (“Pautas para la investigación de los usuarios y los servicios”, *Infolac*. 4(3):3-5, Jul.-Sep., 1991a; 4(4):2-5, Oct.-Dic., 1991b; 5(1):2-6, Ene.-Mar., 1992b.) Esto es un método que comparte una buena parte de sus características con otros métodos. Para la presente investigación se propone el uso de un método cuantitativo según lo sugieren Saracevic y Wood (1982, p. 10). Saracevic, en particular, es un erudito en el campo de las ciencias de la información y ha dedicado considerables esfuerzos a diversas tareas de investigación desde una perspectiva bibliotecológica. Parte de sus publicaciones abordan el tema del usuario. Los pasos que ellos recomiendan son los siguientes: la revisión de estudios previos, la definición de los objetivos del estudio, la definición de las variables por estudiar, la selección de la muestra, la técnica de compilación de datos, la técnica de análisis de los datos, y por último la definición de los medios de presentación.

i. Revisión de estudios previos

Básicamente esta es una revisión de literatura sobre este tema. Esta actividad permitiría ver aspectos como los siguientes: las críticas sobre métodos, el análisis de casos así como detectar los errores que se han cometido en estos estudios.

ii. Objetivos del estudio

Según estos autores, "los objetivos son determinaciones valiosas que describen explícitamente las razones para un estudio, es decir los problemas que deben enfrentarse, los rendimientos esperados, y las limitaciones impuestas al estudio" (*Ibid.*) Los objetivos definen claramente los aspectos que se desean abordar y el alcance de este abordaje, son el norte del estudio.

iii. Definición de las variables por estudiar

Son aquellos aspectos esenciales de los objetivos que estará evaluando el estudio y que habrán de ser subdivididos de tal forma que puedan ser efectivamente evaluables. Técnicamente, una variable puede adquirir distintos valores, de ahí su nombre.

iv. Selección de la muestra

Se refiere al grupo de usuarios con que se trabajará. En universos relativamente grandes será

necesario trabajar con una muestra que puede ser seleccionada según las características del estudio que se realiza. La selección de la muestra puede realizarse de distintas formas, por ejemplo: al azar, muestra estratificada y muestra representativa.

#### v. Técnica de compilación de datos

Esta parte se refiere a la forma de recoger la información pertinente para el estudio. Heck especifica que existen cinco técnicas principales para recopilar datos en el uso y estudio de usuarios: cuestionarios, entrevistas, observación directa, análisis documental y diarios (1993, p. 99). Las tres primeras técnicas parecen ser las más utilizadas según Eager y Oppenheim (1996, p. 16). Dicen los entendidos que un estudio de usuarios no tiene que limitarse necesariamente al uso de una sola técnica y puede recurrir a varias para lograr los objetivos que se han propuesto.

#### vi. Técnica de análisis de los datos

Es la forma en que se analizará la información obtenida. Con respecto a este tema Páez Urdaneta señala claramente que

las estadísticas usuales para un estudio de usuarios son las denominadas "básicas": descriptivas (frecuencias, porcentajes, tendencia central y variabilidad), Correlación de Pearson, Chi Cuadrado, test T independiente y test T dependiente. (1991b, p. 5)

Un estudio de usuarios podrá utilizar las técnicas de análisis anteriores que más convengan

a los propósitos del estudio.

vii. Definición de los medios de presentación.

Estos medios de presentación son aquellos que se utilizan para dar a conocer los resultados del análisis de la información. Estos pueden ser en forma de tablas, cuadros numéricos, gráficos en forma de pastel, barras, etc.

C. Los servicios y productos de información

Este es un campo en donde abunda la información sobre el tema de los servicios pero en el que no existe un claro acuerdo sobre la definición de éstos. Comúnmente el concepto de servicio se refiere a la “organización, personal y medios destinados a realizar una actividad de interés público o que satisface ciertas necesidades de una entidad oficial o privada: servicio contra incendios, de seguridad, de urgencias” (Enciclopedia Interactiva Santillana, 1995). Goodfellow incluye en su libro, El libro del año en mercadeo, los puntos de vista de diferentes especialistas en relación a los conceptos de servicios y productos (1991, p. 234-235). Finalmente este autor señala una falta de consenso en relación a los conceptos de servicios y productos y afirma que este debate durará mucho tiempo. A pesar de lo anteriormente expuesto, Goodfellow aborda el tema de los servicios desde una perspectiva general del mercadeo. Según él, los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta o se suministran en conexión con la venta de bienes. Agrega además que el servicio es “cualquier actividad o beneficio que una de las partes pueda ofrecer a la otra que es

esencialmente intangible y no se dé como resultado la propiedad de algo. Su producción puede o no puede estar ligada a un producto físico" (1991, p. 234). Este autor identifica tres categorías de servicios: (a) beneficios intangibles ofrecidos en venta, independientemente de otros bienes o servicios (por ejemplo, seguros, servicios legales), (b) actividades intangibles que requieren el uso de bienes tangibles (por ejemplo, diversiones, alquiler de casas, transporte) y (c) actividades intangibles junto con otras actividades tangibles (por ejemplo, crédito, entrenamiento de vendedores de concesionarios) (*Ibid.*). El tema de la diferenciación entre servicio y producto es también abordado por Goodfellow (*Ibid.*, p. 236).

La ausencia de consenso sobre el tema de servicios puede afectar también al campo de la información desde la perspectiva bibliotecológica. Esta situación pudiera complicarse debido a la naturaleza misma de la información, ya que, por ejemplo y según Rowley, la información no es bien ni un servicio, y que el intercambio de información es diferente del intercambio de otros bienes (1997, 96). Hay que tomar en cuenta que la información es algo muy *sui generis*, ésta no se pierde cuando es dada a otros, aunque su utilidad para determinados propósitos puede verse disminuida, por ejemplo información dada a competidores de una empresa. Esta situación obliga a recurrir a otros autores que también se han atrevido a tratar estos conceptos

Dada la situación anterior se planteará el aspecto de los servicios desde la perspectivas de sus características, tal como lo propone Courtis. Por lo tanto, cuando se aborden los servicios, éstos se referirán a aquellos que reúnan las siguientes cuatro características:

**Intangibilidad:**

Los servicios son intangibles, no se les puede ver, probar, palpar, ni oler antes de comprarlos. El comprador debe tener fe en el suministro del servicio.

**Inseparabilidad:**

Un servicio no puede existir sin sus proveedores, ya se trate de personas o máquinas. Este no puede ponerse en un anaquel para que el consumidor lo compre cuando lo necesite. El servicio requiere de la presencia de proveedores o facilitadores del mismo.

**Variabilidad:**

Los servicios son sumamente variables, dependen de quien los proporcione, cuándo y dónde. Las empresas de servicios pueden dar dos pasos hacia el control de calidad. El primero es invertir en una buena selección y capacitación de personal y el segundo monitorear la satisfacción del cliente

**Carácter perecedero**

Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante, ya que es fácil programar los servicios con anticipación” (1989, p. 28).

Según la Enciclopedia Interactiva Santillana (1995), un producto es el resultado de una acción, actividad o pensamiento; por ejemplo: “ese boletín es el producto del trabajo y esfuerzo de un profesional de la información”. Es obvio que un servicio podría caer en esta definición. Tal es el caso de la definición Kotler que ofrece al respecto, un “producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas” (Kotler, 1990, p. 89).

Weingand considera que el concepto de producto ha emergido del sector lucrativo y describe esos ítemes que son desarrollados por una empresa comercial y que luego se ofrecen en venta. Ella dice que se debe admitir que esto es una forma de trasplante cuando el término se aplica a operaciones bibliotecarias. “Sin embargo”, existen similitudes que hacen que esta conversión sea razonable:

en ambos sectores, existe una interacción intencionada entre el productor y el consumidor. La palabra “producto” se deriva de “productor”, y la biblioteca produce un rango de servicios. La interacción deseada se basa en un intercambio de mercancías. En el sector lucrativo, el intercambio involucra ítemes o servicios que se ofrecen para la compra, en el sector no lucrativo, el intercambio involucra ítemes o servicios que son pagados por impuestos, contribuciones u otras formas (1995b, p. 306)

El avance tecnológico posiblemente llevará a replantear la definición de algunos conceptos que tradicionalmente han estado enraizados en tecnologías que han perdurado por mucho tiempo. Un ejemplo de esto es la tangibilidad e intangibilidad de un producto o servicio, por ejemplo una bibliografía electrónica en el ciberespacio.

Para efectos de alcanzar algún tipo de definición en relación a los productos se puede recurrir al uso de características, mayormente opuestas a las de los servicios, y señalar que éstos son: tangibles, separables del suministrador (personas o máquinas), y no son perecederos (se pueden almacenar). Esencialmente, un producto con las anteriores características es el resultado de una acción, actividad o pensamiento.

## 1. Tipos de servicios y productos de información (SPI)

Tradicionalmente las unidades de información ofrecen una diversa gama de SPI. Algunos de los servicios tradicionales que brinda un sistema de información incluyen los siguientes: actividades culturales, transferencia electrónica de información, difusión selectiva de información, educación de usuarios, préstamo (sala, domicilio, interbibliotecario) y servicios de alerta (boletines). Con respecto a los productos de información, los sistemas de información de naturaleza bibliotecaria ofrecen entre otros: abstracts (índice con resúmenes), bases de datos locales en línea, bases de datos remotas, bases de datos en CD-ROM (Compact Disk-Read Only Memory), bibliografías sobre temas específicos, catálogos (ficheros de biblioteca), disseminación selectiva de información y tesauros.

La oferta y variedad de los SPI va a estar determinada principalmente por las condiciones de que disponga el sistema de información y por la demanda de éstos por parte del usuario de dicho sistema. Es por esta razón que no todas las unidades de información ofrecen lo mismo, aún teniendo idénticas condiciones para hacerlo. Los cambios en el entorno tecnológico también afectan tanto la demanda como la oferta dadas las posibilidades que ofrece la tecnología.

## 2. Modalidades de los servicios y productos

La tecnología actual permite que los servicios y productos se produzcan y existan en forma electrónica e impresa. Actualmente crece día con día el volumen de información que se produce en formato electrónico y en algunos casos sólo existe en esa forma, es decir, no se encuentra impresa.

también indican el tipo de recursos de información que utilizan de un sistema. Según Sequeira, la evaluación es, por excelencia, el mecanismo que proporciona la información para retroalimentar el funcionamiento del sistema. Esta autora en su artículo “Hacia un modelo de evaluación de sistemas y servicios de información” menciona diversos tipos de evaluación (1993, p. 70). De acuerdo a Herrera, Lotero, y Rua, los objetivos de este tipo de estudios deben, entre otros, evaluar los servicios ofrecidos, esto con el fin ya sea de reestructurarlos y/o establecer nuevos si fuera necesario (1982, p. 288). Para la evaluación de SPI generalmente se utilizan indicadores de tipo cuantificable. Esto ya ha sido notado por Sequeira (1993, p. 73).

Para una buena evaluación se debe suponer que todos los SPI han recibido la publicidad debida, es decir, que el usuario conoce la existencia y naturaleza de cada uno de ellos. Se puede diseñar, elaborar y ofrecer un excelente producto, pero si el usuario no es informado al respecto, no se hacen conocer sus beneficios y otros detalles importantes podría resultar en un producto con baja o ninguna demanda del todo. Esto es por que sencillamente para el usuario este servicio o producto no existe.

¿Cuáles son los aspectos que conviene sean evaluados? La calidad de la información, la demanda, la entrega, la facilidad de uso, el precio, la presentación y la satisfacción del usuario. De estos aspectos se puede evaluar, según corresponda, el número de características que reúne (actualidad, precisión, relevancia, etc.), el número de veces que se solicita los SPI, la forma en que se entrega, la modalidad de entrega (internet, impresa), la rapidez, los menús de ayuda, el precio de venta, el empaque que contiene el SPI, y la utilidad de los SPI para la toma de decisiones. A lo

anterior, en los casos en donde se aplique, habría que agregarle el recurso humano involucrado en la atención al usuario y a la entrega de los SPI. Es decir, tomar en cuenta la amabilidad, el conocimiento que tienen sobre los SPI que están ofreciendo. Esto es, responder con propiedad las inquietudes que el usuario tenga respecto al servicio y/o producto de información que le interese. Es obvio que no todos los SPI podrán evaluarse de la misma forma. Es recomendable diseñar los instrumentos que mejor se adapten para cada caso. Estos instrumentos pueden incluir la entrevista, el cuestionario, la observación y el uso de escalas.

#### D. La Red Latinoamericana de Información Teológica

La RLIT fue constituida en 1996. Desde entonces ha entrado en un proceso de consolidación. La fase más reciente apunta hacia una mayor participación de la base de la RLIT. Esta base está compuesta por los miembros reales de este proyecto. La membresía de las instituciones se da a través de sus bibliotecas. También parte de la base la constituyen otras organizaciones: la Asociación Latinoamericana de Instituciones de Educación Teológica (ALIET), la Asociación de Seminarios e Instituciones Teológicas (ASIT), la Associação da Seminários Teológicos Evangélicos (ASTE) y la Comunidad de Educación Teológica Ecuménica Latinoamericana y Afro-caribeña (CETELA). Estas organizaciones, según criterios previamente establecidos, agrupan a diversas instituciones, entre ellas a las instituciones de educación teológica.

## 1. Breve contexto geográfico y socio-económico de la RLIT

América Latina está constituida por 19 países, 18 de ellos de origen español y uno de origen portugués. Todos estos países forman parte de un grupo mayor denominado mundo en desarrollo. Para entender qué es una región en desarrollo es recomendable partir del concepto de “desarrollo”. Según De Horowitz, usualmente éste se refiere a un país que logra un progreso en lo que se refiere a capacidad para proveer alimentación adecuada, salud, vivienda, y oportunidades de educación a su población. Ella agrega que, el Banco Mundial define a un país en desarrollo como “aquel que tiene que lograr los niveles técnicos, económicos, educacionales y sociales disponibles en otros países más desarrollados” (1993, p. 170). Una mejor imagen la brinda el *Human Development Report, 1998* del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas, el cual señala que “de 4.4 billones de personas en los países en desarrollo, cerca de tres quintas partes carecen de servicios sanitarios básicos. Casi un tercio no tiene acceso a agua potable. Una cuarta parte no tiene vivienda adecuada. Una quinta parte no tiene acceso modernos servicios de salud. Una quinta parte no llega al quinto grado de escuela. Cerca de una quinta parte no tienen dietas suficientes en energía y proteínas. Las deficiencias en micronutrientes están aún más esparcidas. A nivel mundial, 2 billones de personas son anémicas, incluyendo 55 millones en países industriales. En los países en desarrollo sólo una minoría privilegiada tiene acceso a transporte motorizado, a telecomunicaciones y a energía moderna”<sup>8</sup> La realidad anterior también es conocida por diversos autores, incluyendo profesionales de la información (véase Zaldivar, 1998, p. 33-40).

Es dentro del contexto señalado en el párrafo anterior en el que existe y se produce la

bibliotecología teológica latinoamericana, y en el cual obviamente ha empezado a funcionar la RLIT. Esta forma de bibliotecología es afectada de una forma u otra por las condiciones ya mencionadas. En términos más específicos significa trabajar con escasos recursos económicos, cuando haya algún dinero; con poco o ningún acceso a la tecnología requerida; teniendo que adquirir en el exterior una parte considerable de la bibliografía, debiendo recurrir para esto al uso de moneda extranjera y de difícil acceso. Esto es en gran parte, el impacto directo de sus instituciones madres, las cuales constantemente luchan para sobrevivir<sup>9</sup>, realizando malabares con los pocos recursos disponibles para llevar adelante la misión que se han propuesto.

## 2. Misión

En sus estatutos, la Red Latinoamericana de Información Teológica manifiesta que su misión es la siguiente:

Difundir la información teológica y contribuir al mejor aprovechamiento de los recursos materiales y humanos en el desarrollo de las actividades bibliotecológicas, académicas y de investigación que se realizan en el campo de la teología en la región latinoamericana (RLIT, 1998).

Dentro de la misión mencionada la RLIT contempla implícitamente la preocupación de integrar en el ámbito latinoamericano los esfuerzos que se realizan en el procesamiento de la información teológica.

### 3. Objetivos específicos

Para lograr su misión la RLIT se ha planteado los siguientes objetivos:

- a) Promover la estandarización en el tratamiento de la información;
- b) Analizar y difundir la información teológica latinoamericana;
- c) Fomentar la cooperación interbibliotecaria dentro del campo teológico latinoamericano;
- d) Incentivar la investigación para el mejoramiento de la bibliotecología teológica latinoamericana;
- e) Destacar el papel de la Biblioteca y del Bibliotecario en el quehacer teológico latinoamericano (Estatutos de la RLIT, 1998).

### 4. Instituciones vinculadas a la Red

Las instituciones que están vinculadas a la RLIT se dedican a la preparación de líderes idóneos para servir a la Iglesia Latinoamericana. En el presente trabajo se considera a la Iglesia Latinoamericana como el conjunto de organizaciones y de actividades relacionadas de una forma u otra con el fenómeno religioso cristiano en esta parte del mundo. Actualmente el grupo vinculado<sup>10</sup> a la RLIT en su gran mayoría es de tendencia protestante<sup>11</sup>.

#### a. Actividades básicas

Las instituciones teológicas se dedican a la investigación y a la capacitación de profesionales en el campo de la teología<sup>12</sup>. La capacitación de estos profesionales puede incluir, entre otros, los siguientes: la formación de líderes laicos, la preparación de líderes religiosos para las iglesias y la capacitación de recurso humano para las tareas docentes en otras instituciones teológicas. Las

actividades de investigación pueden tener como fin la producción de herramientas para ser utilizadas en la docencia y en la misma investigación.

#### b. Categorías

Existen varias posibilidades en cuanto a categorías. Estas categorías podrían ser determinadas por una palabra clave en alguna parte del nombre de la organización. Es claro que no se debe confiar en el nombre como el único indicador en cuanto a la categoría. Básicamente en la práctica estas palabras claves se pueden reducir a las siguientes: colegio, comisión, comunidad, departamento, escuela, facultad, instituto, programa, seminario y universidad.

Las posibilidades en cuanto a categorías específicas incluyen las siguientes:

- Institutos para laicos<sup>13</sup>
- Departamentos de un centro educativo secular (colegio de secundaria).
- Una comunidad de personas que mantienen un interés en capacitarse en el área religiosa.
- Una comisión o programa religioso de un centro dedicado a actividades varias.
- Una escuela formal de una universidad, o esta escuela es en si una institución legalmente constituida y debidamente consolidada.
- Una facultad de una universidad.
- Una institución de educación de nivel superior legalmente constituida y debidamente consolidada como puede ser el caso de un seminario teológico o universidad.

El nivel de exigencia académica variará según la naturaleza de la institución. Los programas de formación que éstas ofrezcan estarán determinados mayormente por la misión que ellas mismas se hayan impuesto.

i. Areas de trabajo

Parte de la docencia incluye la elaboración de los sílabos y de módulos<sup>14</sup>, la preparación de clases (las que un docente imparte en forma presencial en un centro o en residencia), la planificación y preparación de nuevos cursos, los trabajos de clases que deben realizar los estudiantes y la investigación para artículos, libros, tesis o conferencias. El tipo de trabajo que se realice en las distintas instituciones estará mayormente determinado por el currículo que ofrezcan.

i. Nivel académico

La aceptación de los programas para efectos de acreditación están contempladas en las organizaciones tales como ALIET, ASIT y ASTE. Es decir, el nivel académico de las instituciones dedicadas a la capacitación teológica es reconocido oficialmente por una o varias organizaciones, como las ya mencionadas. Las instituciones podrían también contar con el reconocimiento oficial del departamento de educación pública del país donde se encuentran.

Las instituciones teológicas latinoamericanas ofrecen programas en distintos niveles, específicamente los siguientes: cursos básicos (no se otorgan títulos formales), diplomado, bachillerato, licenciatura, maestría y doctorado.

## ii. Especialización

El abordar una área del conocimiento humano, tal como la teología dentro del existente volumen de campos del conocimiento, ya es en sí una especialización. Las instituciones teológicas de la región latinoamericana, al igual que en otras partes del mundo, han subdividido a la teología, término muy amplio, en subcampos. Las cuatro divisiones tradicionales de la teología son las siguientes:

Teología pastoral

Teología bíblica

Teología sistemática

Teología histórica

A partir de los subcampos anteriores se puede pasar a una etapa más en lo que a subdivisiones se refiere y se llega a áreas como por ejemplo las siguientes: misionología, Antiguo Testamento, Nuevo Testamento, ética, música sacra, educación cristiana y arqueología bíblica. En algunos casos la subespecialización es un elemento de mucho peso y puede convertirse en el énfasis institucional, por ejemplo el campo de la misionología y el campo de pastoral. Esto significa que algunas instituciones otorgan grados en campos como los dos últimos mencionados. Este aspecto indudablemente incidirá en las necesidades de información, haciéndolas más específicas aún. Por lo tanto es importante considerarlo en un estudio de necesidades de información.

### iii. Denominación

Con la llegada de Cristobal Colón también llegó la religión cristiana. Es conocido el hecho de que los conquistadores trajeron el catolicismo. "Posteriormente, llegaron otras formas de expresión cristiana, tales como, Moravian Brethren Church en 1735, la British and Foreign Bible Society y la British and Foreign Book Society (Pérez, 1996). Con el transcurrir del tiempo el número de denominaciones religiosas ha crecido enormemente. Muchas de estas organizaciones religiosas han establecido sus propios centros de capacitación teológica con la finalidad de formar su recurso humano dentro de las doctrinas particulares de su iglesia. Esto significa que este aspecto va a pesar muchísimo en el plan de estudios que una institución de esa iglesia ofrezca. En algunos casos se forman consorcios entre distintas organizaciones para compartir recursos y cada una de ellas tiene plena participación en la planificación y desarrollo de los planes de estudio de la institución teológica que les provee los servicios de capacitación. En muy pocos casos surgen iniciativas totalmente independientes de las denominaciones en donde la institución de formación teológica tiene toda la libertad de ofrecer programas con los contenidos que desee. Es un hecho, el aspecto denominacional puede tener un peso sustancial en los programas que las instituciones teológicas ofrezcan.

### III. MARCO METODOLOGICO PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS GENERALES

## A. Metodología para alcanzar el objetivo general 1

### 1. Enfoque de la investigación

La investigación que se realizó es de naturaleza descriptiva. Este tipo de investigación trata de conocer el estado actual de la cuestión en estudio, tales como detalles y características. Con respecto a este tipo de investigación Blanc Masías dice que "comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición de los fenómenos y su proceso" (1981, p. 18). Algunas de las técnicas que se utilizan en este tipo de investigación son: el muestreo, la observación, la entrevista, el estudio de casos, la observación directa y el cuestionario. Partiendo de la definición se puede ver con claridad que este tipo de investigación es útil para disciplinas como la bibliotecología, las ciencias sociales y la antropología social. Dependiendo del instrumento utilizado se deben tomar en cuenta las ventajas y desventajas (ver parte del presente capítulo).

Debido a lo anteriormente expuesto es importante tener un gran cuidado, particularmente en la formulación de objetivos bien claros, y procurar recoger los datos requeridos para el logro de estos objetivos. Es importante disponer de la muestra adecuada o del universo a estudiar. En cuanto al instrumento, éste debe ser bien diseñado y debidamente validado.

### 2. Sujetos

Las instituciones y organizaciones protestantes latinoamericanas, ya sea en función de sus

actividades propiamente eclesiales o de formación, se han organizado en varias asociaciones. Algunos de éstas responden únicamente a las tareas académicas, otras incluyen los aspectos de acreditación. Otro elemento importante que se debe considerar es el geográfico. Dependiendo de sus funciones, estas organizaciones sólo cubren determinadas áreas geográficas.

Partiendo de lo anterior, y dado el número manejable de instituciones, se considera posible y conveniente tomar el universo; es decir todos los miembros de las cuatro importantes asociaciones (ver el apéndice no. 3: Lista de instituciones (el sujeto de estudio). Estas son: Asociación Latinoamericana de Instituciones de Educación Teológica (ALIET), Asociación de Seminarios e Instituciones Teológicas (ASIT), Associação da Seminários Teológicos Evangélicos (ASTE), Comunidad de Educación Teológica Ecuménica Latinoamericana y Caribeña (CETELA)) Todas ellas ubicadas en América Latina, desde México hasta el Cono Sur. El número total de estas instituciones de 91.

### 3. Variables

Según Kerlinger, "una variable es un símbolo al cual se le asignan numerales o valores" (1988, p. 31). Para Bonilla la variable "es cualquier característica que puede tomar al menos dos valores, en cuanto a calidad y cantidad. Las variables pueden ser cualitativas y cuantitativas" (1995, p. 277). La investigación que se desea realizar propone el uso de tres variables, todas ellas cualitativas, según se puede ver en el cuadro no. 2 (p. 52). Debido a la naturaleza descriptiva de la presente investigación no hay hipótesis explícita lo que hace difícil categorizar las variables

(independientes, dependientes).

Cuadro no. 2  
DETALLES PERTINENTES A LAS VARIABLES

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	DEFINICION	OPERACIONALIZACION	INSTRUMENTALIZ.
1. Determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina.	Áreas temáticas	Especializaciones o énfasis en los distintos campos del saber teológico en los cuales ofrecen formación las instituciones de educación teológica.	Las áreas temáticas que se consideran inicialmente son las siguientes: teología pastoral, teología bíblica, teología sistemática y teología histórica	Preguntas del cuestionario: no. 7, 10, 11.
2. Identificar el tipo de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.	Tipo de información	Categorías en las que se puede subdividir o agrupar la información, por ejemplo: niveles y uso.	Las categorías que se considerarán son las siguientes: nivel, presentación, forma y uso.	Preguntas del cuestionario: no. 8, 9, 13, 14, 16, 17
3. Determinar el tipo de servicios y productos de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.	Tipo de servicios y productos de información	Categorías en las que se pueden subdividir los servicios y productos de información, por ejemplo: alerta, referencia y bibliografías.	Los servicios que inicialmente se consideran son: abstracts, alerta, bases de datos en CD-ROM, bases de datos locales, bibliografías sobre temas específicos, difusión selectiva de información, índices, préstamo interbibliotecario y tablas de contenido de revistas	Preguntas del cuestionario: no. 12, 15, 18, 19, 20, 21 -

#### 4. Instrumento para la recolección de información

Es muy amplia el área geográfica donde se encuentran los miembros de las asociaciones que interesan en el presente estudio. El desplazamiento para cubrir el universo implicaría un esfuerzo muy sustancial tanto en términos de tiempo como económicos. Dada la naturaleza del universo con el que se trabajó y la inexistencia de recursos económicos para el desplazamiento dentro de este universo se consideró necesario recurrir a un instrumento como el cuestionario.

Según Herrera, Lotero, y Rúa, "el cuestionario tiene la ventaja que puede aplicarse a una población numerosa y aún geográficamente dispersa..." (1980, p. 296). Es claro que esa no es la única ventaja. El uso de esta herramienta contribuye a realizar la recolección de datos a un menor costo, el destinatario tiene una mayor libertad a la hora de responder y se pueden recoger datos en un corto tiempo. Es necesario estar consciente de que el uso del cuestionario puede tener desventajas, tales como que: algunas preguntas abiertas pueden ser difíciles de codificar, existe el riesgo de recibir poca respuesta, debido a la ubicación geográfica del informante sea imposible asesorarlo en caso de que éste tenga algunas dudas, si se presentan dudas en algunos datos será difícil verificarlos, sean informantes poco instruidos los que llenen los cuestionarios y que sin proponérselo aporten información falsa u omitan información importante, y las preguntas cerradas puedan dejar datos por fuera. Eager y Oppenheim señalan un aspecto más de desventaja, "cuando los encuestados llenan los cuestionarios, éstos tienden a describir la situación ideal, no la realidad" (1996, p. 16). Devadason y Lingam agregan un par de cosas más, "... que las preguntas que el usuario teme puedan tener implicaciones negativas para sus condiciones de trabajo u otras repercusiones negativas serán

con frecuencia, al menos, respondidas evasivamente; las preguntas que no interesan al usuario serán frecuentemente contestadas en la forma que ellos consideran las espera el encuestador (1997, p. 47).

Del artículo de Thong y Yap, "Information systems effectiveness: a user satisfaction approach" (1998) se logran deducir aspectos adicionales importantes que se deben considerar en la construcción de cuestionarios, tales como: no usar términos imprecisos y ambiguos, que las preguntas utilizadas no sean operacionalizaciones pobres de las variables; y que el instrumento pueda fallar en lograr validez discriminante (1996, p. 604). También son importantes las cuatro etapas que plantean Bookstein y Lindsay en "Questionnaire ambiguity: a raschscaling model analysis" (1989): (a) la pregunta es presentada e interpretada por el encuestado; (b) el encuestado debe depender de su memoria y en una variedad de procesos cognitivos para construir su propio entendimiento de la información que se requiere para responder la pregunta; (c) el encuestado debe decidir si contestar honestamente del todo y cuales aspectos de la información solicitada compartir con el investigador y; (d) la respuesta debe ser transformada en palabras o categorías comprensibles para el investigador (1989, p. 216). Agregan ellos que cada una de estas actividades es compleja y sujeta a errores. Este último artículo dedica un espacio considerable a los errores en lo que a cuestionarios se refiere. Para la presente investigación lo anterior no tuvo mucho efecto, ya que la información solicitada es la que el informante maneja cotidianamente, por ejemplo: programas, niveles, etc. El aspecto de la ambigüedad (en el que diferentes personas entienden de diversas maneras el mismo término o expresión) no es problema por la razón ya expuesta. Esta es la razón de la prueba piloto, la de validar la herramienta antes de ser enviada a los encuestados.

Debido a las razones expuestas en el párrafo anterior se hizo necesario invertir tiempo en el meticuloso diseño del instrumento para la recopilación de la información, en este caso el cuestionario. Se tomaron en cuenta las sugerencias de Herrera, Lotero, y Rúa, quienes señalan que éste "... debe diseñarse teniendo en cuenta características tales como, preguntas objetivas, claras y precisas, preferiblemente de tipo cerrado ya que las de tipo abierto son más difíciles de analizar, empleando terminología conocida por el usuario" (1980, p.296). En este sentido, las dificultades de comprensión de las preguntas del cuestionario tienden a reducirse dado el grado de experiencia y especialidad del encuestado. Hay que tener presente que los sujetos investigados son instituciones serias y con equipos de trabajo establecidos para las tareas de capacitación teológica. En este caso se puede compartir la afirmación de Devadason y Lingam quienes manifiestan que "... los clientes de los profesionales de la información son mayormente especialistas en las áreas en que buscan información y asesoría profesional" (p. 42).

Aunque ya se ha señalado que las preguntas abiertas son difíciles de codificar, razón por la cual se debe tener cuidado al incluirlas en un cuestionario, éstas fueron incluidas, en menor grado, en el instrumento utilizado. De esta forma se procuró evitar que datos valiosos no fueran tomados en cuenta durante la etapa de recolección de datos.

#### a. Descripción del cuestionario

Esta herramienta consta de seis secciones, a saber, los siguientes: a) datos generales de la institución, b) tipo de institución, c) información académica, d) características de la información, e) recursos de información y f) SPI.

Cada una de estas secciones trata de abordar en mayor profundidad aquellos aspectos que son esenciales para conocer las necesidades de información del usuario, particularmente las del institucional, tal como ha sido sugerido en la bibliografía consultada al respecto. La parte (a) se ocupa de la información de naturaleza general, específicamente lo siguiente: nombre de la institución, dirección postal, país, teléfonos, correo electrónico y dirección en Internet. La parte (b) se refiere a las categorías de nivel que puede tener una institución teológica, a saber: instituto bíblico, departamento de una organización mayor, programa de una organización religiosa, escuela formal de una universidad, facultad de una universidad, institución de nivel superior. Un aspecto que se toma en cuenta es el status de la institución, si pertenece a una iglesia o si es independiente. La parte c), Información académica, aborda los siguientes aspectos: los grados académicos que otorga la institución, las áreas en que se ofrecen los programas, las especialidades que ofrecen, las modalidades en que se ofrecen los programas y las actividades que realizan. La sección (d) enfoca las características de la información que se consulta para el accionar académico del usuario, específicamente los siguientes: idiomas, formas, tipos y otros factores. El apartado (e) se ocupa de los recursos de la información. La sección (f) está dedicada a los SPI que utiliza la institución para resolver las demandas de información de sus actividades académicas. Como parte final se deja un espacio abierto para que el usuario incorpore aquella información que considere importante para su beneficio y la cual no ha sido contemplada en el cuestionario. Tal como se recomienda, la gran mayoría de las preguntas son cerradas con algunas semiabiertas.

## b. Validación del instrumento

La validez es una cualidad importante en los instrumentos de medición. Se puede definir como "el grado en que un instrumento logra medir lo que se desea medir con él" (Arellano, p. 123). Este instrumento se diseñó para un uso específico y por lo tanto debía medir de manera efectiva el "objeto" para el cual fue diseñado. La validez está en función de la utilización del instrumento en una situación determinada.

En Costa Rica funciona un considerable número de instituciones de capacitación teológica. Algunas de estas son: la Escuela de Estudios Pastorales, la Universidad Bíblica Latinoamericana, el Instituto Misionológico de las Américas, el Seminario Bautista, el Seminario Central, el Seminario Nazareno de las Américas y la Escuela Ecuménica de Ciencias de la Religión. Estas instituciones ofrecen programas que caen dentro del rango de los objetivos que se contemplan para el estudio propuesto. Lo mismo se puede decir de las otras variables pertinentes que también se mencionan en este documento. En resumen, las instituciones teológicas que se encuentran en Costa Rica son una adecuada muestra de lo que se puede encontrar en este campo en América Latina. Román Haza señala, con respecto al cuestionario, el investigador "... necesita probarlo en sujetos con características similares a los que formarán su muestra. En cierto sentido, la prueba piloto es en sí misma un estudio en miniatura" (1990, p. 33). Para efectos de validación del instrumento (cuestionario) se consideró importante y necesario escoger una muestra piloto de cinco instituciones en las cuales se consideró que estaban presentes las características contempladas para la investigación propuesta. La muestra piloto consistió de las siguientes instituciones: la Escuela de Estudios Pastorales, la Universidad Bíblica Latinoamericana, el Instituto Misionológico de las Américas, el Seminario

Bautista, y el Seminario Nazareno de las Américas. Con la validez se procuró averiguar que el contenido de las preguntas del cuestionario eran claramente entendidas por el usuario, y que este instrumento efectivamente recogía la información que se requería para determinar las necesidades de información del informante así como los datos pertinentes para poder posteriormente formular una propuesta de SPI. El cuestionario se entregó personalmente, en algunos casos se recogió personalmente o los encuestados lo enviaron de vuelta por correo ordinario. Una vez recibida y analizada la muestra piloto se procedió a realizar los ajustes necesarios para afinar la validez.

#### 5. Procedimiento para recolectar la información

El cuestionario final fue enviado a la dirección postal de cada una de las instituciones. En aquellos casos donde fue posible, el instrumento fue entregado personalmente. Para el resto de los casos éste fue enviado vía correo ordinario. Se les solicitó a los encuestados devolver el cuestionario dentro de un plazo determinado y a una dirección (postal, electrónica o de fax) que se les indicó (ver apéndice no. 2).

#### 6. Procedimientos para analizar la información

Los datos que se recopilaron en los cuestionarios se analizaron de la siguiente forma:

- Se codificaron las preguntas del cuestionario.
- Se seleccionó y se utilizó un programa apropiado de estadística para el procesamiento de información. Inicialmente se consideró el SPSS. Dado que la versión que se consiguió de

este programa no era fácil de usar, al menos por el autor de este trabajo, se seleccionó otro programa que fuera de más fácil uso. Por esta razón se escogió el Quattro Pro de Corel, de la familia Wordperfect, versión 8. Este programa realiza los cálculos estadísticos para el análisis requerido, según lo recomiendan los expertos, por ejemplo Paéz-Urdaneta (ver p. 34), que toma en cuenta las frecuencias, los porcentajes, la tendencia central y la variabilidad. Al final, debido a la cantidad de datos que se debieron manejar, relativamente pocos, y a la forma en que se diseñó el cuestionario, se optó por trabajar la información a nivel de porcentajes.

Se diseñaron los cuadros y gráficos correspondientes para cada una de las variable consideradas..

#### B. Metodología para alcanzar el objetivo general 2

Es necesario recordar el propósito del objetivo general 2 : “proponer los servicios y productos de información que debe ofrecer la RLIT a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la misma”. El logro de este objetivo se da mediante la definición de: (1) la modalidad de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT, (2) la forma de entrega de los servicios y productos de información a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT, y el formato para la evaluación de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

Para el logro de este segundo objetivo de la investigación se consideraron tres fases: (1) la

investigación bibliográfica, (2) el análisis de la información de los cuestionarios, y (3) la definición misma de los servicios y productos de información.

#### 1. Investigación bibliográfica

Se realizó una amplia revisión de la literatura pertinente al tema de SPI, particularmente aquellos SPI que son propios de los sistemas de información existentes en las instituciones teológicas latinoamericanas y que potencialmente satisfacen las necesidades de información de los usuarios contemplados en el presente estudio. La actividad anterior permitió ver las pautas importantes para la formulación de una propuesta que realmente responda al segundo objetivo de este estudio.

Además, la revisión de la literatura mejoró el conocimiento del autor en cuanto a las implicaciones que existen en el planeamiento, diseño e implementación de los servicios y productos de información, tales como: el ciclo de vida, el costo de producción, el mercadeo, la calidad del producto, la evaluación de los servicios, el precio de los servicios y productos, el mercado, y las modalidades en que se brindan los productos. Es evidente, que si se desea lograr efectividad y sobrevivir en este tipo de mercado conviene tomar en cuenta todas aquellas implicaciones que pudieran ser determinantes a la hora de implementar un plan para diseñar y ofrecer SPI. En la parte correspondiente a la propuesta se abordan, en la medida de lo necesario, cada uno de los elementos que se consideran relevantes para los SPI que debe ofrecer la RLIT a sus clientes.

Uno de los aspectos importantes es el de determinar lo que el cliente necesita y proveérselo.

Afortunadamente, la presente investigación se ha centrado precisamente en este aspecto, el de determinar las necesidades de información de las instituciones teológicas latinoamericanas.

## 2. Análisis de la información de los cuestionarios

La información obtenida por medio del cuestionario lanzó más luz sobre las necesidades de información, a nivel académico, de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas. Además, esta información también contribuye a delinear un perfil general de este usuario en lo que respecta a este tipo de información. Con los datos obtenidos se tienen claros los diferentes aspectos a considerar para cada una de las variables analizadas. Estos aspectos aportan información para el diseño de los productos y servicios de información que se ofrecerían a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT. Un resumen del análisis de esta información aparece en las conclusiones (capítulo V, p. 86-92). A pesar de contar con el resumen mencionado, se considera conveniente disponer de información en forma más sintetizada, que recoja lo más relevante de cada una de las variables analizadas y de cada uno de sus componentes. Para lograr el fin anterior se ha confeccionado el cuadro no. 10 (características y porcentajes deseables en los servicios y productos de información). Para facilitar el uso de estos números se han redondeado los porcentajes a la decena o la media decena más cercana. De esta forma, en el momento de plantear el diseño de los SPI, será más fácil dar un rápido vistazo a los datos más relevantes y pertinentes de este cuadro. Tal como lo indica el comienzo del título del cuadro no. 10, características y porcentajes deseables, se deberá tener presente que se está haciendo un énfasis en los aspectos que destacan, sin que esto signifique que se está dejando totalmente de lado a los otros. De ser necesario, el cuadro puede

ampliarse de manera que de lugar, si desea, a todos los aspectos de las variables. El cuadro no. 10 (p. 95) es un modelo de cómo puede diseñarse este instrumento. Con este panorama claro es posible proponer SPI que respondan a las necesidades reales en el campo de la información para el accionar académico de estas organizaciones, tal como ellas mismas lo manifestaron en el cuestionario que llenaron.

#### IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se considera conveniente analizar cada uno de los componentes de las tres variables contempladas para la presente investigación. Los componentes específicos para la variable **areas temáticas** son: teología pastoral, teología bíblica, teología sistemática y teología histórica; para la variable **tipo de información** son: nivel, presentación, forma y uso; y para la variable **tipo de servicios y productos de información** son: abstracts, alerta, bases de datos en CD-ROM, bases de datos locales, bibliografías sobre temas específicos, difusión selectiva de información, índices, préstamo interbibliotecario y tablas de contenido de revistas. En este proceso es recomendable concentrar la atención en aquellos aspectos que han sido destacados como relevantes por el informante. Puesto de otra forma, en un extremo pueden estar las actividades cuya relación costo-beneficio dan como resultado un mínimo beneficio, y en otro extremo de esta misma relación se obtiene un beneficio mucho mayor. Un ejemplo que puede ayudar a aclarar esta posición es el siguiente. Si la demanda de información electrónica es muy alta y la demanda de información microfilmada es mínima, es recomendable enfocar la atención hacia donde es posible maximar los beneficios. En la parte final del análisis de la información, específicamente en las conclusiones, se resumen los aspectos importantes de cada una de las variables. Se realiza esto con el fin de proveer una visión más de conjunto de las variables tratadas.

Como un paso previo al envío del cuestionario se realizó una última y cuidadosa revisión de la lista de instituciones (ver apéndice no. 3). Uno de los propósitos era el de asegurarse que se disponía de las direcciones postales requeridas para que el instrumento llegara a su destinatario. El cuestionario se envió a 91 instituciones ubicadas en 18 países. Se recibieron 34 cuestionarios de vuelta provenientes de igual número de instituciones ubicadas en 13 países. Uno de los cuestionarios

fue devuelto sin llenar, aparentemente por problemas con la dirección postal. El detalle de esta información se puede ver en el cuadro no. 3.

Cuadro 3  
PAÍSES DONDE SE ENVIARON Y SE RECIBIERON CUESTIONARIOS

PAISES	CUESTIONARIOS ENVIADOS	CUESTIONARIOS RECIBIDOS	CUESTIONARIOS DEVUELTOS SIN LLENAR
Argentina	11	5	
Bolivia	6		
Brasil	18	8	
Chile	5		
Colombia	6	2	
Costa Rica	6	6	
Cuba	1	1	
Ecuador	7	2	1
El Salvador	2	2	
Guatemala	8	3	
Honduras	4	1	
México	7	1	
Nicaragua	3		
Paraguay	1	1	
Perú	2		
Puerto Rico	1	1	
Uruguay	1		
Venezuela	2	1	
	91	34	1
TOTALES	91 (100%)	34 (37.36%)	1.09%

Realmente se esperaba un número mayor de cuestionarios devueltos. El número de éstos que fueron debidamente devueltos es bajo, pero representativo, tanto en cuanto a número de países así como de instituciones, tal como se puede ver en el cuadro anterior. De antemano se sabía que esto podría ocurrir ya que es una de las ventajas que fueron mencionadas cuando se abordó el tema sobre este tipo de instrumentos, algo que también ya había sido señalado en la literatura.

Precisamente, Devadason y Lingam manifiestan que “una desventaja con el método del cuestionario es el bajo porcentaje de retorno” (1997, p. 47). Se hicieron los esfuerzos necesarios para tratar de reducir la baja respuesta. Esto se intentó mediante un recordatorio enviado por el correo electrónico, un servicio con el que cuentan la mayoría de los sujetos del universo estudiado. A pesar de este intento, y de algunas promesas por parte de los informantes de enviar el cuestionario, no se logró un incremento en el número de formularios devueltos. Se pueden hacer algunas suposiciones en cuanto a los 56 formularios que aparentemente llegaron a su destino pero que no fueron llenados y devueltos, tales como que: se quedaron en la oficina de alguien ajeno a los intereses de la presente investigación, llegaron demasiado tarde a su destino, y a pesar de haber llegado al lugar y persona indicados hubo desinterés por parte del informante potencial en llenar el formulario. No tiene sentido ahondar en ni ir más allá de estas suposiciones.

Con respecto a otras probables desventajas se puede mencionar que si éstas se presentaron, estuvieron totalmente fuera del control del investigador, por ejemplo, la veracidad de los datos. Se confió en que los sujetos encuestados tienen un interés genuino en los beneficios que esta investigación les puede aportar, y que por lo tanto la información que suministraron es confiable. Algo parecido se puede decir con relación a la posibilidad de que informantes poco instruidos llenaran el cuestionario y que por lo tanto algunos cuestionarios contengan información poco confiable o falsa.

Se realizaron los cálculos con base en el número de cuestionarios que fueron enviados de vuelta, es decir el 34, es decir, se tomó este número como el 100%. En aquellos casos donde la

pregunta permitía escoger más de una opción, se procedió a realizar los cálculos con base en el número de opciones señaladas. En otros casos se destaca que la gran mayoría o la totalidad de los informantes se inclinaron por una de las opciones (esto es casi el 100% o el 100% exactamente). Cuando lo anterior sucede, se indica y se especifica en el lugar mismo donde se comenta la información correspondiente al asunto en cuestión. El apéndice no. 6 contiene entre los datos un breve resumen estadístico de las respuestas al cuestionario, específicamente aquellos que no aparecen en su totalidad en el cuerpo del trabajo).

#### A. Areas temáticas

El propósito del análisis de esta parte es determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina. Por áreas temáticas se entiende aquí las especializaciones o énfasis en los distintos campos del saber teológico en los cuales ofrecen formación estas instituciones (las características del usuario que ayudan a determinar las áreas temáticas han sido abordadas en la p. 24). Una de las maneras que contribuyen a determinar esta información es por medio de la relación eclesial que estas instituciones mantengan con grupos de esta naturaleza. En el cuadro no. 4 se puede ver la configuración de los sujetos analizados en cuanto a denominación eclesial. Tomando en cuenta que a pesar de que: (a) el grupo que envió de vuelta el cuestionario (una parte compuesta por 34 instituciones), (b) el universo que se intentó estudiar (91 instituciones en total), y (c) en realidad el número de instituciones teológicas puede ser mayor (aquellas de las que no se tiene su dirección o noticia de su existencia), el 58.68% tiene un vínculo con alguna iglesia en particular. Si esta parte del universo estudiado es consistente con el

resto, se puede deducir que los temas relacionados con las denominaciones eclesiásticas específicas son de interés para el usuario. Un aspecto importante es la importancia que tiene el factor no denominacional, es decir, si se suman los valores correspondientes a las categorías interdenominacional y ecumenismo se obtiene un 32.34%. Las instituciones que manifiestan tener estas características (interdenominacional y ecumenismo) podrían mostrar una apertura hacia los temas relacionados con iglesias de una específica denominación o en general.

Cuadro no. 4  
DENOMINACIÓN<sup>15</sup> / ORGANIZACIÓN DE LA QUE ES MIEMBRO  
O PERTENECE LA INSTITUCIÓN

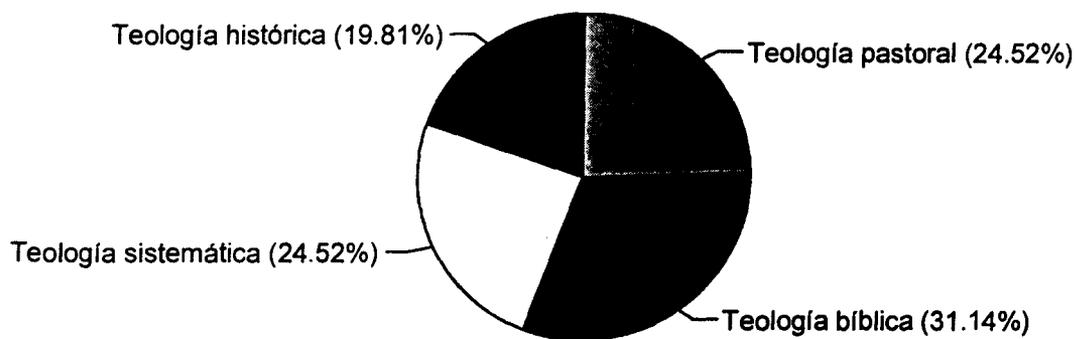
DENOMINACIÓN	VALOR ABSOLUTO	%
Interdenominacional	7	20,58
Bautistas	5	14,7
Ecuménicos	4	11,76
Metodistas	3	8,82
Luteranos	2	5,88
Menonitas	2	5,88
Nazarenos	2	5,88
Adventistas	1	2,94
Asociación Iglesias Bíblicas Costarricen.	1	2,94
Asociación la Iglesia de Dios	1	2,94
Iglesia Cristiana Evangélica de Brasil	1	2,94
Iglesia del Pacto Evangélico del Ecuador	1	2,94
Iglesia Episcopal	1	2,94
Otros	3	8,82
TOTAL	34	99,96

“Otros” corresponde a información imprecisa como respuesta a la pregunta realizada.

El gráfico no. 1 brinda la información a la pregunta “¿En cuáles áreas básicas se ofrecen los programas?” Es una pregunta en la que el informante podía marcar más de una opción. Según la

información brindada, las instituciones ofrecen programas en las cuatro áreas básicas, en unas más que en otras. Entre ellas destaca la teología bíblica con un 31.13%, luego le siguen teología pastoral y teología sistemática 24.52% cada una, y por último teología histórica con un 19.81%. Esto se puede visualizar mucho mejor en el gráfico no. 1.

Gráfico no. 1  
ÁREAS BÁSICAS EN LAS QUE SE OFRECEN PROGRAMAS



La pregunta abierta “en qué especialidades ofrecen los programas?”, generó una buena cantidad de información, ya que el informante debía proporcionar una lista de estas especialidades. En total el encuestado proporcionó 45 temas. Estos datos fueron agrupados por temas. Debido a que algunos aparecieron más de una vez fue posible cuantificarlos. Para el experto en teología es obvio que la lista podría reducirse aún más al reagrupar los temas en categorías que los contengan a todos, y cuyo único propósito sería el de ganar espacio. Se prefirió no ahorrar espacio y dejar la lista tal como está, ya que no se tiene la certeza de que todos los temas serán entendidos de igual manera, una

simple cuestión de nomenclatura.

Cuadro no. 5  
ESPECIALIDADES EN QUE SE OFRECEN LOS PROGRAMAS

ESPECIALIDADES	VALOR ABSOLUTO	%
Educación cristiana	14	12.28
Misionología	12	10.52
Teología	10	8.77
Ministerio pastoral	9	7.89
Biblia	7	6.14
Consejería pastoral	7	6.14
Música (eclesiástica)	7	6.14
Ética	4	3.5
Historia de la iglesia	3	2.63
Liturgia	3	2.63
Administración eclesiástica	2	1.75
Ciencias bíblicas	2	1.75
Ciencias teológicas	2	1.75
Otros	32	28
	114	99.89

Los temas de la siguiente lista fueron mencionados una vez y corresponden a “otros” del cuadro el no. 5. Cada uno representa el 0.87 %.

Adoración	Formación pastoral de la mujer	Ministerios
Antiguo Testamento	Francés	Misión integral
Ciencias sociales	Historia	Nuevo Testamento
Comunicación	Historia del cristianismo	Orientación familiar
Derecho canónico	Historia de la iglesia en America. Latina	Pastoral de la mujer
Diaconía	Homilética	Religión y sociedad
Dogmática	Lenguas bíblicas	Sociología de la religión
Ecumenismo	Liderazgo	Teología bíblica
Espiritualidad	Ministerio con niños	Teología ecuménica
Exégesis	Ministerio comunitario cristiano	Teología sistemática
Formación pastoral	Ministerio juvenil	

#### B. Tipo de información

En esta parte de la investigación interesa identificar varios aspectos relacionados con la

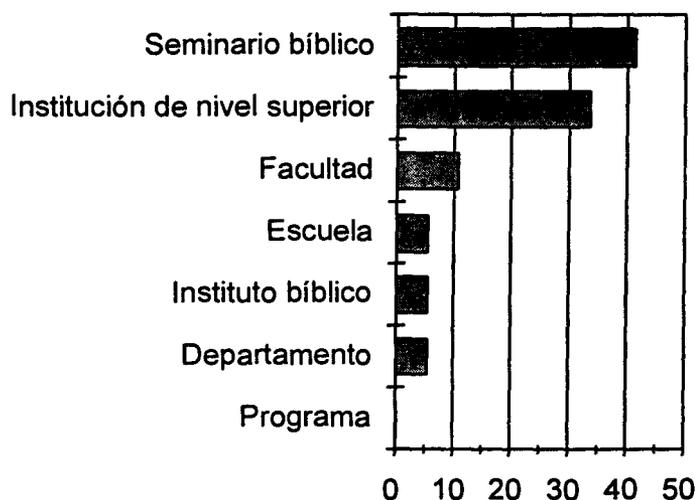
información, tales como el nivel, el uso, el tipo, la forma y la presentación. Para lograr este objetivo es importante tener una clara visión del usuario, particularmente aquella que incluya los aspectos ya señalados. Para determinar el nivel se consideró importante obtener información sobre el nivel académico de la institución. No es lógico que una institución ofrezca programas de doctorado y utilice para ello información propia del nivel de un bachillerato universitario. En la medida que se escalan niveles académicos se incrementa el número, variedad y complejidad de las fuentes de información. Es claro que no existe una norma de aceptación internacional que fije las especificaciones universales para determinados grados académicos. Algunas instituciones tienen un mayor nivel de exigencia académica que otras. Estas son cuestiones de políticas internas institucionales. El establecimiento de las categorías institucionales que aparecen en este trabajo se realizó en forma arbitraria, solamente para fines de la presente investigación. Por otro lado, los términos utilizados para estas categorías son bastantes conocidos y generalmente describen bastante bien el nivel de las instituciones teológicas de la región latinoamericana.

A continuación se procederá a abordar la información concerniente a la variable “tipo de información”, que había sido propuesta junto con otras como un medio para llegar a mejor conocer al usuario latinoamericano de la información teológica. Este abordaje se realizará mediante el análisis de la información obtenida para cada una de las preguntas pertinentes en el cuestionario.

Se les formuló a los informantes la pregunta ¿a cuál de las siguientes categorías pertenece su institución? Se obtuvieron 39 respuestas, no las 34 que supuestamente debían figurar. Esto se debe a que se podía anotar más de una categoría, y en muy pocos casos sucedió así. Debido a esta

situación se consideró conveniente realizar los cálculos con base en el número de categorías reportadas. La información relacionada con esta pregunta puede verse en el siguiente gráfico:

Gráfico no. 2  
CATEGORÍAS A LAS QUE PERTENCE LA INSTITUCION

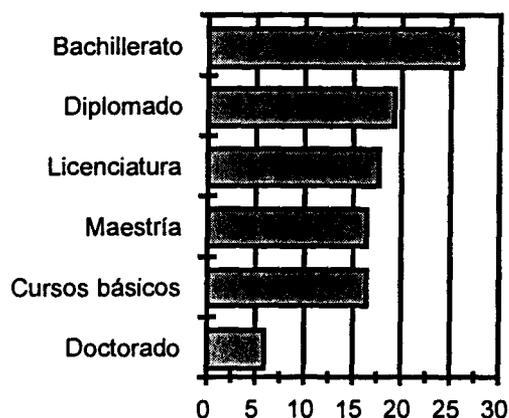


El gráfico proporciona una información interesante, que las categorías “seminario bíblico”, (41.02%) e “institución de nivel superior” (33.33%) son las dos que sobresalen notablemente. En un tercer lugar de importancia aparece facultad de una universidad. Las restantes categorías tienen poco peso. Ninguno respondió que fuera parte de un programa institucional. Estos son detalles que serán retomados posteriormente.

Las instituciones teológicas latinoamericanas estudiadas ofrecen varios programas académicos de distintos niveles. La pregunta que se les hizo les permitió señalar más de una opción, razón por la cual se obtuvo abundante respuesta. De la información brindada se desprende

claramente que estas instituciones tienen en oferta de una a varias opciones. Para el cálculo se utiliza la cifra de 105 programas. Es claro que distintas instituciones pueden ofrecer programas muy parecidos en contenido. En el espacio correspondiente a “otros” los informantes agregaron datos redundantes que no aportaban nada nuevo a lo que habían anotado anteriormente.

Gráfico no. 3  
GRADOS ACADÉMICOS QUE OTORGA LA INSTITUCION

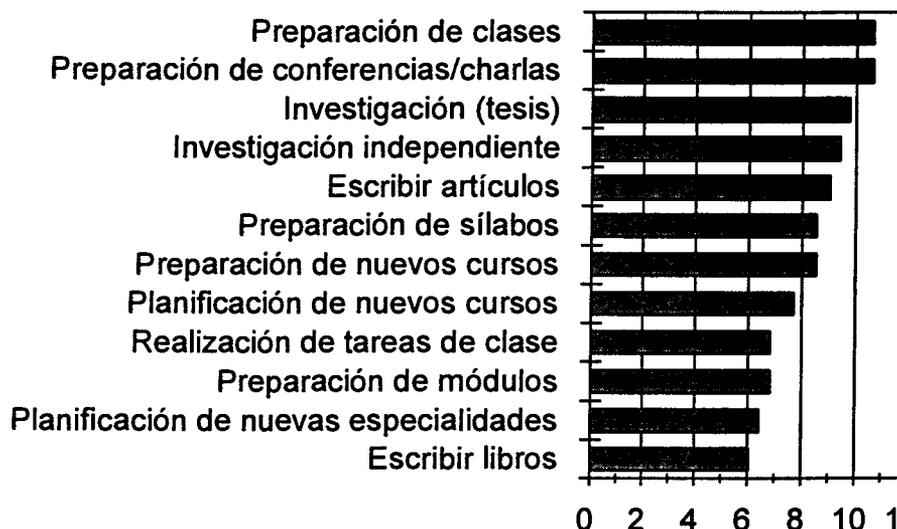


El grado académico de bachillerato es el que más se otorga, un 25.71%. Le sigue en importancia el diplomado con un 19.04% y luego la licenciatura con 17.34%. Es evidente que la mayor necesidad está en los niveles bajos, ya que los cursos básicos, el diplomado y el bachillerato representan un 60.94%.

En cuanto a la pregunta sobre las actividades académicas para las que se requiere el apoyo del/los sistema(s) de información se obtuvo muy buena información. Las respuestas brindadas sumaron un total de 235 actividades, obviamente no todas distintas, ya que se señalaron aquellas de la lista que se les proporcionó a los informantes. Los cálculos se realizaron con base al número de

respuestas, es decir 235.

Gráfico no. 4  
ACTIVIDADES ACADÉMICAS PARA LAS QUE SE REQUIERE  
EL APOYO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN

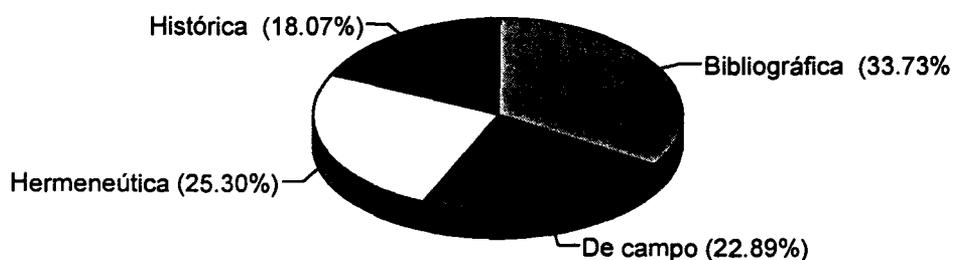


Es interesante ver que la preparación de conferencias / charlas es una de las actividades que obtenga un porcentaje alto (10.63%), ya que supuestamente debería estar por debajo de otras actividades debido a la naturaleza académica de las instituciones. Ejemplos de las actividades que también destacan son: la preparación de clases (10.63%), la investigación de tesis (9.78%), la investigación independiente (9.36%). Finalmente, en el otro extremo se encuentran la planificación de nuevas especialidades (6.38%), y la de escribir libros, con un 5.95%, como las actividades que menos apoyo requieren de los sistemas de información.

El sujeto investigado realiza varias actividades de investigación, las cuatro modalidades que

se anotaron en el cuestionario. Se obtuvieron 83 respuestas, el número utilizado para el cálculo. El gráfico no. 5 recoge esta información.

Gráfico no. 5  
TIPOS DE INVESTIGACIÓN QUE REALIZAN

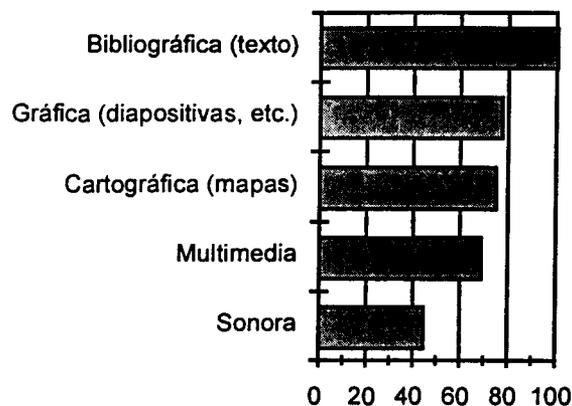


La modalidad de investigación bibliográfica es la más utilizada. Este tipo de investigación utiliza, en mayor proporción, la información bibliográfica, material que puede ser abundante en los sistemas tradicionales de información, como por ejemplo la biblioteca. La investigación hermeneútica también figura con cierto grado de importancia (25.3%). Estas dos modalidades representan el 59.03% de la modalidad investigativa. Este es un dato que debe ser seriamente considerado. Como respuesta a “otros” algún informante agregó una modalidad más, la etnografía.

Ante la pregunta ¿Cuáles formas tiene la información que consultan para atender las demandas de información de las actividades académicas? los encuestados proporcionaron 123 respuestas. Este número es el que se utilizó como base para realizar los cálculos. La información

relacionada con este pregunta se ofrece en el gráfico no. 6.

Gráfico no. 6  
FORMAS QUE TIENE LA INFORMACIÓN CONSULTADA PARA  
ATENDER LAS DEMANDAS DE INFORMACIÓN

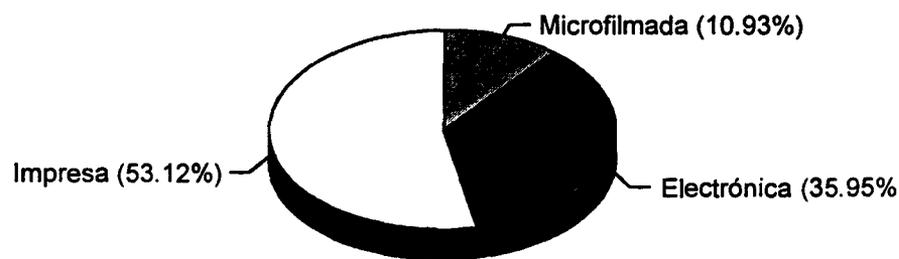


La información bibliográfica (texto) es la más utilizada (27.64%), de hecho el 100% de los sujetos marcó esta opción. Esto tiene bastante sentido si se tiene presente la modalidad de investigación que más se utiliza, la bibliográfica. También son importantes la información cartográfica (20.32%) y la gráfica (21.13%). Hay que tener presente que muchas de estas instituciones utilizan mapas bíblicos y otro material similar para impartir la enseñanza. La información bibliográfica es la que generalmente se encuentra en forma de texto completo. Actualmente la información ha ido adquiriendo diversas formas, algunas de ellas ya mencionadas.

Una característica importante de la información, y de relevancia para el usuario, es la presentación que ésta tenga. Es importante tener en mente que en esta parte del mundo se

experimenta una transición en la presentación tradicional de la información, la impresa, a la electrónica. No todos los usuarios son instruidos para desempeñarse eficazmente en los ambientes electrónicos de la información. Al margen de esta realidad, es un hecho que el crecimiento de la información electrónica no se detiene ante la existencia de usuarios que no dominen estas nuevas tecnologías. Por otro lado, también es cierto que el usuario de la información tradicional existe y en un número nada despreciable. Por lo tanto, es conveniente conocer la opinión del usuario con relación a la presentación de la información, particularmente aquella utilizada para atender sus demandas de información producto de sus actividades académicas. Esta información se puede ver claramente en el gráfico no. 7.

Gráfico no. 7  
PRESENTACIÓN QUE TIENE LA INFORMACIÓN CONSULTADA



### C. Tipo de servicios y productos de información

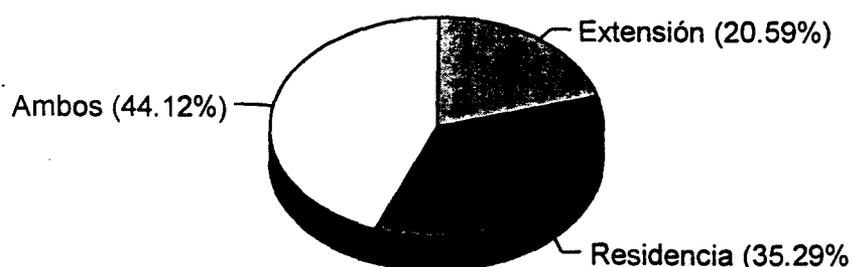
El uso de determinados servicios y productos de información es un indicador de la preferencia que el usuario pudiera tener por éstos. En ciertos casos esta “preferencia” puede verse afectada por

varios factores, tales como: que el usuario no esté familiarizado con toda la gama de SPI que brinden los sistemas de información, que la biblioteca de su institución ofrezca un menú muy limitado, y que a pesar de que sistema de información tenga en oferta una buena variedad de SPI estos no sean debidamente promocionados, y que por lo tanto no sean conocidos. Para efectos de la presente investigación se asume que los informantes son buenos conocedores de los SPI que ofrecen los sistemas de información y que están muy al tanto de la naturaleza de cada uno de ellos.

Para determinar el tipo de servicios y productos de información que necesitan las instituciones teológicas protestantes se recurrirá al análisis de varios aspectos pertinentes, específicamente los siguientes: las modalidades en que ofrecen los programas, los idiomas en que consulta la información, los factores de la información (actualidad, disponibilidad, oportunidad, pertinencia, precisión, y relevancia), el tipo de recursos utilizados, el uso de SPI, y las modalidades de entrega de la información.

Tal como se puede ver en el gráfico no. 8, las instituciones teológicas protestantes de la región ofrecen, mayormente, una combinación de estudios en residencia y por extensión. Porcentualmente, los estudios en residencia también representan un número. La modalidad, en forma exclusiva, de educación por extensión (a distancia) se utiliza en menor grado. Estos datos pueden verse en el gráfico no. 8 en la siguiente página:

Gráfico no. 8  
MODALIDADES EN QUE OFRECEN LOS PROGRAMAS



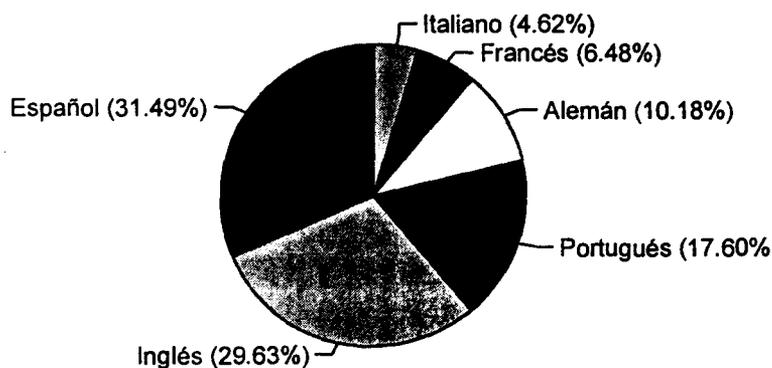
La educación por extensión implica distancias geográficas. La magnitud de estas distancias no puede ser precisada en la presente investigación. Algunas instituciones ofrecen programas por extensión dentro de su propio país, otras funcionan dentro de redes geográficas más amplias. Se podría jugar un poco con los datos aportados y decir que la modalidad de “ambas” obviamente incluye “extensión”, por lo que un número aceptable para “extensión sería 64.69%. Lógicamente algo parecido puede decirse de “residencia”, al que se le podría asignar un 87.29%. En cualquiera de los casos estas instituciones tienen usuarios distantes que pueden requerir de información, lo que obliga a pensar en maneras para atender las necesidades de información de estos usuarios.

General y tradicionalmente la teología se produce en ciertos idiomas. Esto tiene sentido si se le mira desde la perspectiva del mundo cristiano. es decir, aquellos lugares en los cuales el

cristianismo es la creencia predominante (véase Barret, David B.; Johnson, Todd M. "Annual statistical table on global mission: 1999"). Por lo tanto, el detalle del idioma es importante. Se puede tener acceso a la información requerida si se maneja el idioma. Claro está, que si se tiene el poder adquisitivo se puede pagar a algún traductor, lo cual posibilitaría el acceso a la información. Si la información que se requiere se encuentra en un idioma desconocido y no existen posibilidades de traducción, entonces esa información es inutilizable y por lo tanto, carente de valor para el momento que se necesita.

La pregunta relacionada con el tema de los idiomas utilizados para consultar la información generó un total de 108 respuestas. Los cálculos se realizan con base en este número. El español es el idioma de mayor uso, en una posición bastante importante se encuentra el idioma inglés. El idioma español es utilizado en un 100% de los casos. El idioma portugués es también relevante en el ambiente teológico.

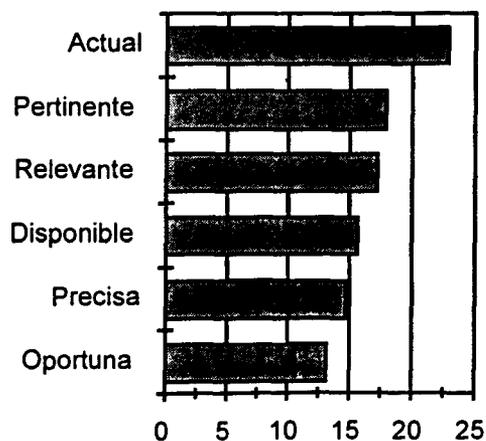
Gráfico no. 9  
IDIOMAS UTILIZADOS PARA CONSULTAR LA INFORMACIÓN



Los entendidos en el campo de la teología cristiana saben que existen otros idiomas de importancia dentro de este campo, por ejemplo: el griego, el hebreo y el latín. Estas antiguas lenguas adquieren importancia sólo cuando se trata de analizar la antigua literatura cristiana escrita en cualquiera de éstos. No son idiomas en los que actualmente se escriba teología. Estas son las razones por las que no se han incluido en la lista de los idiomas considerados.

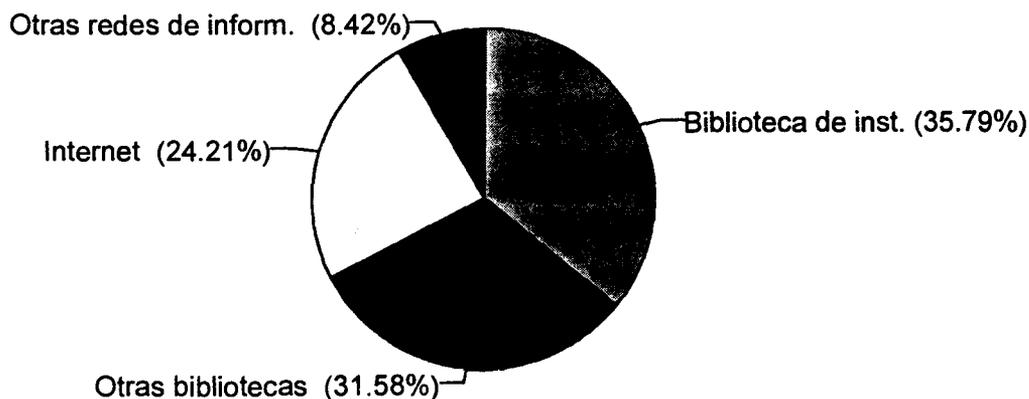
Tal como ya ha sido mencionado en algún momento, la importancia de la información puede verse incrementada si en ésta están presentes ciertos factores, tales como la actualidad, la pertinencia y la precisión. Los informantes consideran que el factor “actualidad” (22.58%) es el más importante, luego le sigue en orden de importancia “pertinencia” (17.74%) y después de éste “relevancia” (16.93%). La valoración del usuario con respecto a todos los factores contemplados en la investigación se puede ver en el gráfico no. 10 y en el apéndice no. 6. En esta pregunta se lograron 124 respuestas, número que sirve de base a los cálculos realizados.

Gráfico no. 10  
IMPORTANCIA QUE TIENEN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN



A pesar del bajo número de cuestionarios recibidos se puede ver que el usuario latinoamericano de la información teológica ha “evolucionado” con respecto a los recursos de información que consulta. Esta “evolución tecnológica” puede ser vista desde la perspectiva de un desarrollo, aunque rezagado, pero perceptible, que va paralelo al desarrollo en otras áreas del conocimiento humano. También es posible ver que todavía se mantiene como un usuario principal del tradicional sistema de información, la biblioteca, ya sea la de su institución (35.78%) o de las de otras (31.57%). Si se suman estas dos cifras entonces se puede decir que el 67.35% utiliza la biblioteca. El gráfico no. 11 ofrece la visión completa con respecto al uso de recursos de información. La evolución del usuario de la información incluye el uso de la mundial red de redes, la Internet (24.21%). Los cálculos se realizan con base en las 95 respuestas obtenidas.

Gráfico no. 11  
RECURSOS DE INFORMACIÓN CONSULTAN



El uso que hace el usuario de ciertos SPI para atender sus demandas de información puede estar determinado por diversos factores tales como: es el menú tradicional que le ofrecen los

sistemas de información, es con los que está familiarizado y que las condiciones del sistema de información no permiten mayor variedad. Al informante se le proveyó una lista inicial de SPI y a la vez se le dejó abierta la posibilidad para que anotara SPI que no estaban contemplados en dicha lista. Según la información aportada, los encuestados sólo se limitaron a señalar los SPI de la lista ofrecida. La cantidad de respuestas obtenidas fue de 192. Esto significa que por ejemplo, préstamo interbibliotecario fue señalado 17 veces. Los cálculos se realizan con base en el número total de respuestas obtenidas. Esta información aparece en el siguiente cuadro:

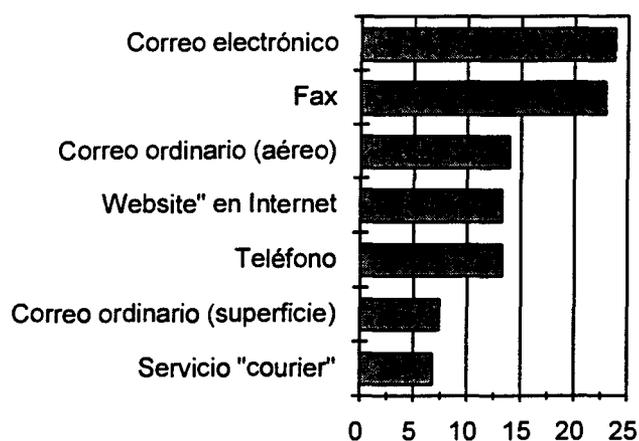
Cuadro no. 6  
SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACIÓN UTILIZADOS

SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACIÓN	VALOR ABSOLUTO	%
Catálogos (ficheros de biblioteca)	33	17.18
Bibliografías sobre temas específicos	29	15.1
Tablas de contenido de revistas (alerta)	22	11.45
Préstamo interbibliotecario	17	8.85
Servicios de alerta (boletines)	16	8.33
Abstracts (índice con resúmenes)	15	7.81
Bases de datos en CD-ROM	13	6.77
Transferencia electrónica de información	12	6.25
Difusión selectiva de información	10	5.2
Indices	11	5.72
Bases de datos locales en línea	8	4.16
Bases de datos remotas	6	3.12
	192	99.94

La tecnología de los últimos tiempos ha causado un gran impacto en la forma que se realizan las transacciones de la información, y el usuario latinoamericano de la información teológica no parece ser la excepción, aunque en menor escala. Esta realidad puede percibirse claramente en el gráfico no. 12. Existe una preferencia muy marcada por aquellos servicios que se caracterizan por

la rapidez en su entrega, específicamente el correo electrónico (23.57%) y el fax (22.76%). Se puede llegar a una conclusión parecida con respecto al sitio en Internet y el teléfono. En esta pregunta se obtuvieron 123 respuestas.

Gráfico no. 12  
MODALIDADES PREFERIDAS PARA LA ENTREGA DE INFORMACIÓN



## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO

El análisis de la información permite resumir los hallazgos importantes para cada una de las variables así como poder incluir las recomendaciones pertinentes.

#### A. Áreas temáticas

La datos aportados por los cuestionarios permiten resumir la información relacionada con las áreas temáticas de la formación que ofrece el sujeto estudiado. Los temas relacionados directamente con las denominaciones eclesiológicas específicas son de gran interés para este usuario. A pesar de que este sujeto ofrece programas en las cuatro áreas básicas, la que tiene que ver con teología bíblica destaca notablemente, pero también son relevantes la teología pastoral y la teología sistemática. De los grupos básicos se deriva un buen número de especialidades en las cuales se ofrecen programas. Se observó que las especialidades de mayor importancia en el presente estudio son: la educación cristiana, la 12.28%; misionología, 10.52%; la teología, 8.779%; el ministerio pastoral, 7.89%; Biblia 6.14%; y la consejería pastoral, 6.14%. La información resumida relacionada con el aspecto temático se puede ver en el cuadro no. 7 (p. 87). En este gráfico solamente se destacan aquellos temas con valores porcentualmente altos.

#### Recomendaciones

El aspecto temático, tal como lo ha señalado el usuario, partiendo principalmente de los porcentajes altos, debe ser seriamente considerado en el diseño de los SPI. De esta manera se estaría, por un lado, llenando la necesidad de información, y por otro, se buscaría asegurar la

demanda de los SPI El análisis de la información ha puesto de manifiesto la importancia que tienen para el usuario los temas relacionados con las denominaciones eclesíásticas. Por lo tanto, debe encontrarse una manera efectiva que permita incorporar esta información a los SPI. También, proporcionalmente, son importante los siguientes temas, en el orden dado: teología bíblica, la teología pastoral, la teología sistemática, la educación cristiana, la misionología, el ministerio pastoral. Es necesario asegurarse que dicha información figure en los SPI.

Cuadro no. 7  
CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS “ÁREAS TEMÁTICAS”

ORGANIZACIÓN/DENOMINACIÓN A QUE PERTENECE O ES MIEMBRO			
	Otros	Interdenominacional/Ecuménica	Afiliación eclesíástica
	8,82	32,54	58,8
AREAS BÁSICAS EN LAS QUE OFRECEN PROGRAMAS			
Teol. histórica	Teol. Pastoral	Teol. sistemática	Teol. bíblica
19,81	24,52	24,52	31,13
ESPECIALIDADES EN LAS QUE OFRECEN PROGRAMAS			
Minist. Pastoral	Teología	Misionología	Educación cristiana
7,89	8,77	10,52	12,68

#### B. Tipo de información

Debido a la dificultad de visualizar claramente el grupo de características que interesa para el “tipo de información” se ha considerado conveniente diseñar un cuadro, el no. 8, que contenga a todas aquellas contempladas para la presente investigación. Un

criterio importante que se toma en cuenta es el peso porcentual de los diversos aspectos considerados para cada una de las características. Es obvio que son más importantes aquellos aspectos que tienen el porcentaje más alto por que son los que ayudan a definir las características de la información que, potencialmente, mejor satisficiría las necesidades de información del usuario. Es por esta razón que se han reorganizado los datos numéricos proporcionados, de menor a mayor y se han colocado en el lado derecho del cuadro mencionado. Arbitrariamente se han seleccionado las tres primeras columnas, de derecha a izquierda, que son las que contienen los porcentajes más altos. Se puede incluir en la selección una columna más o una columna menos, es una cuestión de gusto personal o lo que más convenga a la investigación.

El cuadro no. 8 (p. 89) permite sacar rápidamente las siguientes conclusiones: (a) en cuanto al nivel de la información se debe considerar principalmente aquella de nivel universitario, con mayor énfasis en pre-gradados; y (b) le siguen en importancia la información para posgrados. Esta información se utiliza en investigaciones de tipo bibliográfica, hermeneútica y de campo. El uso preferente que se le da a esta información es para la preparación de conferencias y la preparación de charlas, la preparación de clases y el trabajo de investigación a nivel de tesis. Mayormente la información que se utiliza es de forma bibliográfica, también son importantes las formas cartográficas y gráficas. La información impresa tiene la mayor demanda, la información electrónica también tiene demanda pero en menor grado. Por último la información microfilmada se utiliza un poco.

Cuadro no. 8  
RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DEL "TIPO DE INFORMACIÓN"

N I V E L	CATEGORÍAS A LAS QUE PERTENECE LA INSTITUCIÓN													
							Progr.	Depart.	Inst. B.	Esc.	Facultad	Inst. Sup	Sem.	TOTAL
							0	5,12	5,12	5,12	10,25	33,33	41,02	99,96
	GRADOS ACADÉMICOS QUE OTORGA LA INSTITUCIÓN													
							Doctor.	Básicos	Maestr.	Licenc.	Diplomado	Bach.		
							5,71	16,19	16,19	17,14	19,04	25,71	99,98	
U S O	ACTIVIDADES QUE REQUIEREN EL APOYO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN													
	A11	A12	A2	A6	A4	A1	A5	A10	A8	A7	A3	A9		
	5,95	6,38	6,8	6,8	7,65	8,51	8,51	8,93	9,36	9,78	10,63	10,63	99,93	
	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN QUE REALIZAN LAS INSTITUCIONES													
									Histór.	Campo	Hermen.	Bibliog.		
									18,07	22,89	25,3	33,73		
	FORMAS QUE TIENE LA INFORMACIÓN CONSULTADA													
									Sonora	Multi.	Cartogr.	Gráfica	Bibliog.	
									12,19	18,69	20,32	21,13	27,64	99,97
	PRESENTACIÓN QUE TIENE LA INFORMACIÓN CONSULTADA													
										Microf.	Electrónica	Impresa		
										11,93	35,95	53,12	100	

A1 Preparación de sílabos

A2 Preparación de módulos

A3 Preparación de clases

A4 Planificación de nuevos cursos

A5 Preparación de nuevos cursos

A6 Realización de tareas tradicionales de clase

A7 Trabajo de investigación (a nivel de tesis)

A8 Investigación de tipo independiente

A9 Preparación de conferencias / charlas

A10 Escribir artículos

A11 Escribir libros

A12 Diseño de programas para nuevas especialidades

## Recomendaciones

En cuanto a la información pertinente a esta variable se deben tomar en cuenta,

particularmente para la inclusión de la información en los SPI aquellos aspectos que han sido señalados como importantes por el usuario. El énfasis se debe dar en las características con valores porcentuales más altos, características valiosas si se desea asegurar la demanda de los SPI. Es preciso encontrar la manera que permita aproximar con bastante exactitud los niveles de la información; es decir, poder determinar cuál es de nivel universitario y en la que se contemple el nivel de pre-gradados. También conviene tener presente el gusto y necesidad del usuario por la información en forma bibliográfica.

### C. Tipos de productos y servicios de información

Por las mismas razones que se confeccionó un cuadro para la variable “tipo de información” (cuadro no. 9, p. 92) se confecciona uno para esta variable. El criterio, el método y las razones para la selección de los datos son los mismos. Las recomendaciones que se hacen se basan en la información aportada por el usuario y la cual ha sido evaluada subjetivamente

### Recomendaciones

Es importante que los servicios y productos de información que se brinden tomen en consideración seriamente los siguientes aspectos: (a) modalidad: la educación por extensión (es decir el factor distancia) y residencia; (b) idiomas: preferentemente el español y el portugués (aunque el inglés es importante, la información teológica en este idioma esta siendo muy bien abordada en el mundo desarrollado, lo que hace innecesario la duplicación de este trabajo); (c) el usuario tiene

preferencias por fuentes tradicionales de información, como la biblioteca, pero también está incursionando en la Internet; (d) con respecto a los SPI al usuario le interesan principalmente los catálogos (ficheros de biblioteca), las bibliografías sobre temas específicos, y las tablas de contenido de revistas (alerta); (e) y por último, en cuanto a la entrega de la información tiene preferencia por, en el orden dado, el correo electrónico, el fax, y el correo aéreo.

Cuadro no. 9  
RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACIÓN

MODALIDADES EN QUE OFRECEN LOS PROGRAMAS							
				Extensión	Residencia	Ambos	
				20,58	35,29	44,11	99,98
IDIOMAS QUE UTILIZAN PARA CONSULTAR LA INFORMACIÓN							
	Italiano	Francés	Alemán	Portugués	Inglés	Español	
	4,62	6,48	10,18	17,59	29,62	31,48	99,97
IMPORTANCIA QUE TIENEN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN							
	Oportuna	Precisa	Disponible	Relevante	Pertinente	Actual	
	12,9	14,51	15,32	16,93	17,74	22,58	99,98
RECURSOS DE INFORMACIÓN QUE CONSULTAN							
			Otras redes	Internet	Otras bibliot.	Bibl. instit.	
			8,42	24,21	31,57	35,78	99,98
SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACIÓN QUE UTILIZAN*							
A4	A1	A9	A10	A8	A5	A6	
6,77	7,81	8,85	8,33	11,45	15,1	17,15	99,94
MODALIDADES PREFERIDAS PARA LA ENTREGA DE INFORMACIÓN							
Serv. courier	Correo superf.	Internet	Teléfono	Correo aéreo	Fax	Correo Elec.	
6,5	7,31	13	13	13,82	22,76	23,37	99,96

A1 Abstracts (índice con resúmenes)  
A2 Bases de datos locales en línea  
A3 Bases de datos remotas  
A4 Bases de datos en CD-ROM  
A5 Bibliografías sobre temas específicos  
A6 Catálogos (ficheros de biblioteca)

A7 Difusión selectiva de información  
A8 Tablas de contenido de revistas (alerta)  
A9 Préstamo interbibliotecario  
A10 Servicios de alerta (boletines)  
A11 Índices  
A12 Transferencia electrónica de información

\* Por cuestiones de espacio se omite la parte primera correspondiente a la sección de esta tabla.

## VI. PROPUESTA

## A. Proyecciones

Esta propuesta podrá ser importante para las UIT de aquellas instituciones dedicadas a la formación teológica ya que les ofrece un modelo para planear y proponer SPI a sus usuarios. El presente modelo toma en cuenta diversas variables directamente relacionadas con los procesos de planeación e implementación de los SPI. Los interesados específicamente tendrían a mano una forma general para el diseño de los productos de información tales como: en base a qué se diseñan, los criterios que deben ser considerados, y detalles de los diversos componentes que deben estar presentes. Aunque el método utilizado está orientado hacia el usuario institucional, con unos cuantos ajustes, también tiene aplicación para otros tipos de usuarios de la información en un entorno como el propuesto, el teológico. Como modelo significa que éste no es una receta rígida, sino una más de las diversas formas en las que se puede realizar esta actividad. Una ventaja adicional de este modelo es que incorpora la experiencia de expertos que abordan las diversas facetas que se relacionan directamente con el tema en cuestión. A nivel profesional, en el campo secular, éste también es un aporte que recoge información en forma condensada sobre el usuario institucional. Es necesario recordar que generalmente los esfuerzos de investigación sobre este tema se enfocan hacia el usuario individual. La presente investigación aísla al usuario institucional y lo estudia como un usuario de la información, con sus propias características, dando un énfasis particular a sus necesidades de información.

**CUADRO NO. 10**  
**CARACTERÍSTICAS Y PORCENTAJES DESEABLES EN LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACIÓN**

TEMÁTICO				TIPO DE INFORMACION			SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACION		
Afiliac eclesiast				CATEGORÍAS INSTITUCIÓN			Modalidades de la educación		
Otros	Ecum	Denom		Facultad	Inst. Superior	Seminario	Extensión	Residencia	Ambos
10	30	60		10	35	40	20	35	45
ÁREAS BASICAS				GRADOS ACADÉMICOS			IDIOMAS		
Historia	Past.	Sistem.	Bíblica	Licenciatura	Diplomado	Bachiller	Portugués	Inglés	Español
20	25	25	30	20	20	25	20	30	30
ESPECIALIDADES				ACTIVIDADES QUE APOYA EL SI					
Min. Past	Teol.	Mision.	Ed. crist	A1	A2	A3	Relevante	Pertinente	Actual
10	10	10	10	10	10	10	15	20	20
				ACTIVID. DE INVESTIGACIÓN			RECURSOS DE INFORMACIÓN CONSULTADOS		
				Campo	Hermeneút.	Bibliográfica	Internet	Otras bibliotecas	Bibliot. instit.
				20	25	35	25	30	35
				FORMAS DE LA INFORMACIÓN			SPI QUE UTILIZAN		
				Cartográfica	Gráfica	Bibliográfica	A4	A5	A6
				20	20	30	10	15	20
				PRESENTACIÓN DE LA INFORM.			FORMA DE ENTREGA DE LA INFORMACIÓN		
				Microf.	Electrónica	Impresa	Internet	Fax	Correo Electr.
				10	35	50	15	25	25

A1 Trabajo de investigación (a nivel de tesis)

A2 Preparación de clases

A3 Preparación de conferencias / charlas

A4 Tablas de contenido de revistas (alerta)

A5 Bibliografías sobre temas específicos

A6 Catálogos (ficheros de biblioteca)

## B. Propuesta de productos y servicios de información

### 1. Diseño de productos y servicios de información

Los SPI pueden parecerse en varias cosas y ser diferentes en otras. Existen una variedad de servicios y productos en el mercado de la información los cuales proveen ideas en cuanto al diseño de los mismos. En el campo de la teología ya existen algunos de estos productos, tal como se verá más adelante. Básicamente, un diseño es la delineación de alguna cosa. Este puede ser en la forma de una descripción aproximada, puede ser un boceto, un croquis o un trazado. El diseño puede referirse al “contenido” mismo del SPI y/o al envase (portada). Esto significa que para la parte externa del diseño se debe saber preparar y disponer los distintos elementos gráficos, dibujos, fotos, textos, rótulos. El diseño exige, por tanto, conocimientos de las técnicas de composición e impresión, diagramación, confección y maquetación. El diseño, en la actualidad, es uno de los factores que más se tienen en cuenta en el lanzamiento al mercado de cualquier tipo de producto. De la información anterior fácilmente se desprende que el diseño de un producto y/o servicio consta de varias partes. Dos de las que interesan en este trabajo son: el “contenido” y el “envase” del producto.

Evidentemente, el “contenido” es la parte esencial del producto y por lo tanto requiere esmero en su totalidad. El “envase” es una parte llamativa, requiriendo también la atención necesaria. Como es bien conocido, la tecnología actual permite la elaboración de productos en al menos dos soportes: el electrónico y el impreso. Esto significa que habrá que tomar en cuenta las variables

correspondientes según sea el caso. El usuario definirá la forma, determinada por sus condiciones tecnológicas, en que accederá a los SPI. En términos reales significa que un número, a determinar, de SPI deberán considerar diseños para la presentación del producto tanto en forma impresa como electrónica, pudiendo incluir los formatos HTML (*HyperText Markup Language*), SGML (*Standard Generalized Markup Language*) u otros<sup>16</sup>. La razón para disponer de una forma del producto en texto es muy simple, el acceso a los medios electrónicos y a la Internet por ahora no está al alcance de todas las instituciones teológicas latinoamericanas. Una versión electrónica de un producto o servicio, desde una perspectiva de acuerdo con los tiempos actuales, puede ser más versátil que una impresa. Por ejemplo, la información electrónica: es transferible a largas distancias, reduce el trabajo de digitación, es archivable electrónicamente para su uso posterior, permite la ordenación (alfabética y numérica), permite extraer una variedad de subproductos, puede contener información más actualizada, utiliza un espacio más reducido, es editable y se trabaja con mayor rapidez. En la medida que evoluciona la tecnología es posible transferir esa información electrónica a los nuevos dispositivos electrónicos de almacenamiento. La información en versión electrónica, desafortunadamente, tiene una desventaja significativa, es fácilmente pirateable a un bajo costo. En la red electrónica mundial este problema adquiere dimensiones alarmantes. Esta desventaja se menciona en la presente propuesta con un único propósito, el de retomar esta preocupación en otro trabajo y que no quede ignorado.

El tema del diseño puede abordarse ampliamente. Está la cuestión de gustos (la composición de la portada, los colores, el tipo de letra), el aspecto práctico (la estructura y organización del producto en función del uso que se le va a dar), los distintos componentes que se deseen agregar al

producto, etc.

Wijngaert señala que los servicios de información, en este caso productos, por un lado deben ofrecer las estructuras de búsqueda que le brinden al usuario la libertad de “mirar” la información rápidamente y del otro lado deben proveer al usuario de una herramienta para que fácil y rápidamente obtenga la información que busca (1996, p. 118). Estos deben diseñarse de tal manera que se requiera poca o ninguna experiencia en la búsqueda de información. El factor práctico del diseño es lo que se considera esencial y recomendable para los SPI de la RLIT. Los productos similares que ya existen en el mercado tienen bastantes cosas en común y difieren en algunas otras. Las diferencias pueden haberse derivado de la estética y en otros casos éstas han surgido como respuesta a las necesidades manifiestas del usuario final. Para tener una mejor idea sobre la variedad de elementos que puede estar presente en un producto de información se revisaron los siguientes<sup>17</sup>:

ATLA Religion Database on CD-ROM.

ATLA: la base de datos en religión: sección latinoamericana (CD-ROM).

Bibliografía Bíblica Latino-Americana (impreso).

Bibliografía Teológica Comentada (impreso).

Religious and Theological Abstracts (impreso).

Religious Studies Review (impreso).

Science of Religion: Abstracts and Index of Recent Articles (impreso).

Teología en Contexto: información sobre aportes teológicos desde Africa, Asia, Oceanía y América Latina (impreso).

En primer lugar se abordaron aquellas obras cuyas características corresponden generalmente a los productos en forma impresa. Posteriormente se analizaron un par de obras en disco compacto. Está claro que muchas de las características del producto impreso también están presentes en los productos electrónicos. Por ejemplo hay boletines, revistas, libros y atlas impresos. Estos mismos ítemes se pueden encontrar también en forma electrónica. En términos generales, los productos estudiados tienen una configuración como la siguiente, con cosas más, cosas menos<sup>18</sup>:

#### Productos impresos y electrónicos

Envase

Cubierta

Contenido

Anteportada

Portada

Contraportada

Preliminares

Cuerpo principal de la obra

#### Bases de datos electrónicas

Envase

## Contenido

Programa de instalación

Pantalla de presentación

Menú de ayuda (cómo realizar búsquedas y ejemplos)

Menú con sus modalidades de búsqueda

Exportación de la información (ASCII, RTF, Word, Wordperfect, etc.)

Puntos de acceso

Con la información anterior, incluida la del apéndice mencionado, y desde una perspectiva ecléctica, ya es posible diseñar un cuadro que reúna aquellos considerados deseables para los SPI que la RLIT debe ofrecer a sus clientes. Se proponen diseños para productos de información electrónica y productos de información impresa. Como ya se mencionó y también se puede ver a continuación, muchos de los elementos son comunes para ambos casos (ver cuadros no 11 y no. 12)

### 2. Diseño para productos de información

Se propone el diseño del cuadro no. 11 (ver p. 101) para los productos de información que la RLIT ofrezca a las instituciones de formación teológica latinoamericana.

Cuadro no. 11

ELEMENTOS DEL PRODUCTO ELECTRÓNICO	
ENVASE	Título del producto
	Autor (editor, compilador, director)
	Volumen
	Año
	Número
	Casa editorial
	Programa de instalación
CONTENIDO	Pantalla de presentación
	Título del producto
	Volumen
	Año
	Número
	Casa editorial
	Número ISSN
	Menú de ayuda/Instrucción
	Menú de búsqueda
	Formato de despliegue
	Comandos de búsqueda
	Despejar línea de búsqueda
	Exportac. de la información
	Puntos de acceso
	Palabra clave
	Descriptor
	Título
	Autor / editor
	Persona como tema
	Citas bíblicas
	Títulos de las revistas
	Publicador, casa editorial
	Idioma
Tipo de registro	
ISBN, ISSN	
Año	

Tal como ya ha sido señalado anteriormente, dada la realidad de la región, en donde no todos tienen acceso a la tecnología reciente, se hace necesario contemplar también el diseño de productos en formato impreso. Para este tipo de formato se propone un diseño como el que aparece en el siguiente cuadro:

Cuadro no. 12

ELEMENTOS DEL PRODUCTO IMPRESO			
ENVASE	Título del producto		
	Autor (editor, compilador, director)		
	Volumen		
	Año		
	Número		
	Pie de imprenta		
	Número ISSN		
CONTENIDO	Anteportada		
	PORTADA	Título del producto	
		Volúmen	
		Año	
		Número	
		Pie de imprenta	
	CONTRAPORTADA	Grupo editorial responsable	
		Editor responsable	
		Dirección postal y de internet	
		Correo electrónico	
		Número ISSN	
		Lista de contribuidores	
	PRELIMINAR	Página de presentación	
		Objetivo y alcance de la obra	
		Breve descripción e instrucción sobre su uso	
		Esquema de clasificación utilizado	
	CUERPO DE LA OBRA	Sec. 1	Lista del material indizado
			Lista de siglas y títulos de revistas
		Sec. 2	Organización de las referencias
			Categorías temáticas jeraquizadas y en orden alfabético
			Referencias bibliográficas en orden alfabético
Cada una es numerada secuencialmente			
		A partir del primer número y volumen del año en curso	
Sec. 3		Indice de autores	
		Indice por temas	
		Indice de citas bíblicas	

Los diseños anteriores toman en cuenta el aspecto de facilidad de uso del producto (instrucciones, menús de ayuda, programa de instalación). Pero más importante aún, incluyen las

características que el cliente, las instituciones teológicas latinoamericanas, considera importantes en la información para realizar sus actividades: (a) las áreas temáticas; (b) el tipo de información (dando prioridad a la presentación electrónica e impresa de la información), y (c) a la forma. Los diseños propuestos también tienen incorporado el nivel de la información. En cuanto a los SPI de información se puede ver fácilmente que están presentes los idiomas al igual que las características básicas de la información (actual, pertinente, relevante, precisa). Es necesario mencionar cuales son las condiciones que se requieren para que el nivel (ver siguiente párrafo), los idiomas, la actualidad, la pertinencia, la relevancia y precisión estén presentes en la información que se ofrezca a lo clientes. El idioma y la actualidad se logran mediante el registro del idioma y la fecha del documento cuando se ingrese la información de éste en las bases de datos. La pertinencia y la precisión requieren, para el registro de la información, el uso de las herramientas apropiadas y el debido uso de éstas. Para lograr esto, específicamente se deben utilizar las siguientes herramientas: las Reglas de Catalogación Angloamericanas (o algo similar aceptable), lenguajes controlados (tesauros, listas de encabezamientos de materia) y un formato de uso universal para bases de datos, por ejemplo el MARC (Machine Readable Cataloging). Este trabajo se facilitaría con la disponibilidad de un programa de computadora (*software*) para el manejo de bases de datos y que permita la recuperación bajo distintos campos. La relevancia es una característica más subjetiva y generalmente es el usuario quien decide que es o no relevante para su trabajo.

El nivel de la información se puede determinar por el grado de profundidad y exhaustividad con que ésta ha sido tratada. Generalmente el mercado potencial al que va dirigida esta información

también es un indicador de este nivel. En el campo de la teología se produce información que puede tener en uno de sus extremos a (1) laicos que desean tener una respuesta que simplemente satisfaga sus necesidades de conocimiento en un tema dado sin ir más allá, y en el otro a (2) el erudito que desea información específica y exhaustiva sobre el tema que le interesa, por lo que considera importante e indispensable no sólo estar enterado sobre la información más reciente en ese campo, sino también tener acceso a ésta. Dentro de este contexto se destacan las casas editoriales que con el tiempo adquieren una imagen entre sus clientes, lo que permite que éstos reconozcan fácilmente las características de la información teológica que estas casas producen. En el ambiente teológico los clientes generalmente están al tanto de este detalle. Otro indicador importante es el autor (que primero debe hacerse una imagen entre su mercado potencial). El cliente de la información teológica, tanto de los extremos así como de los puntos intermedios, generalmente conoce a sus autores favoritos, sin que esto signifique que los conozca a todos. El bibliotecólogo teológico si debe conocer todos estos detalles. Por lo tanto, el tema del nivel también está siendo tomado en cuenta en el diseño de los SPI propuestos, con el entendido de que el usuario tiene el criterio para discernir al respecto.

### 3. Diseño para los servicios de información

Antes de proseguir es necesario recordar las características de los servicios (intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad, y carácter perecedero (ver página 36)). Está claro, por definición, que la naturaleza del servicio de información es distinta a la del producto de información. Los servicios dependerán en gran medida de la existencia de los productos de información. Es decir, si hay bases

de datos entonces hay acceso a éstas, si hay información electrónica entonces ésta puede ser transferida, como por ejemplo el envío de un documento (bibliografía, texto de un artículo, e imagen). Para la presente investigación los usuarios han considerado importantes los siguientes servicios de información:

Acceso a bases de datos locales en línea

Acceso a bases de datos remotas

Préstamo interbibliotecario

Transferencia electrónica de información

Difusión selectiva de información

Con el propósito de lograr que el servicio de información sea más trabajable se ha considerado conveniente dividirlo en algunas partes importantes, con algún parecido a los componentes del producto de información (ver cuadro no. 13, en la página siguiente). Es obvio que el “envase” en esta parte es un concepto abstracto para referirse a detalles brevísimos sobre los servicios de información.

Cuadro no. 13

ELEMENTOS DEL SERVICIO		
ENVASE	Nombre	
	Tipo	
	Breve descripción	
ASPECTOS GENERALES	GENERALIDADES	
	Naturaleza	
	Temas que cubre	
	Idiomas en que se brinda	
	Fuentes de información utilizadas	
	Electrónicas	
	Impresas	
	Consulta a expertos	
	ENTREGA	MODALIDADES DE DISTRIBUCIÓN Y/O ACCESO
		Correo electrónico
Página en el Internet		
Teléfono		
Fax		
CONTENIDO	POLITICAS	POLITICAS
		Beneficiarios
		Miembros de la RLIT
	Usuarios en general	
	Restricciones	
	Horario en que se brinda	
	Lugar en que se brinda	
Responsable del servicio		
Costo económico (si lo hubiera)		

#### 4. Definición de los servicios y productos de información

La revisión de la literatura más la información aportada por los cuestionarios permiten en este momento abordar con seguridad la definición de los SPI. Esto significa tener en mente la información pertinente para cada caso. Afortunadamente, esta información ya ha sido resumida (ver

cuadros no. 7 en página 87, no. 8 en página 89, no. 9 en página 92, no. 10 en página 95).

a. Productos de información

Según el cuadro no. 6 (p. 83) el usuario tiene preferencia, en el orden dado, por los siguientes productos de información:

Abstracts (índice con resúmenes)

Bases de datos en CD-ROM

Bases de datos locales en línea

Bases de datos remotas

Bibliografías sobre temas específicos

Catálogos

Difusión selectiva de información

Indices

Servicios de alerta (boletines)

Tablas de contenido de revistas (alerta)

Para el experto es obvio que la lista de productos de información es bastante extensa<sup>19</sup>, pero para efectos de la presente investigación se trabajará con aquellos que fueron incluidos en el presente trabajo, específicamente los que han sido señalados por el usuario. En un futuro muy cercano se podrá someter a consideración del usuario una lista más amplia y determinar en ese momento si sus

gustos por los productos de información han variado.

El cuadro no. 14 (p.109) contiene una propuesta de diseño para la versión electrónica de los siguientes productos de información: catálogos, abstracts (índice con resúmenes), bases de datos remotas, bibliografías sobre temas específicos, bases de datos en CD-ROM, tablas de contenido de revistas (alerta), índices, servicios de alerta (boletines), bases de datos locales en línea. La “X” indica que se toma en cuenta para el diseño el elemento a la izquierda, en la columna principal que contiene los elementos propuestos.

En este cuadro, las columnas 1 y 8 se dejan vacías. A continuación se exponen las razones por las cuales éstas no han sido tomadas en cuenta. El catálogo es un producto que tiene alta demanda, pero es algo que no puede ofrecer la RLIT. Este producto se refiere al catálogo manual o automatizado que tienen las bibliotecas de las instituciones teológicas. Las bases de datos locales en línea es la versión automatizada de los catálogos manuales, asunto que ya se ha abordado en este mismo párrafo. La RLIT puede ayudar con las bases de datos remotas de la siguiente forma: recopilando la información sobre este tipo de recursos (catálogos públicos en línea) y facilitando en una página de internet los enlaces a estas bases. Desde esta perspectiva, el “acceso a”, en los casos donde sea posible, es el servicio con el que puede contribuir la RLIT a esta necesidad. En cuanto al catálogo, la RLIT puede procurar la adquisición de las bases de datos automatizadas locales con el fin de fusionarlas en una sola, transformándolas así en el producto “bases de datos en CD-ROM”. El proceso para lograr esto último requerirá de una adecuada y detallada estrategia, pudiendo ser el origen de una investigación aparte.

Cuadro no. 14  
PROPUESTA DE DISEÑO PARA LOS PRODUCTOS ELECTRÓNICOS

ELEMENTOS DEL PRODUCTO ELECTRÓNICO		1	2	3	4	5	6	7	8
ENVASE	Título del producto		X	X	X	X	X		
	Autor (editor, compilador, director)		X	X	X	X	X		
	Volumen		X	X	X	X	X		
	Año		X	X	X	X	X		
	Número		X	X	X	X	X		
	Casa editorial		X	X	X	X	X		
CONTENIDO	Programa de instalación						X		
	Pantalla de presentación						X		
		Título del producto					X		
		Volumen					X		
		Año					X		
		Número					X		
		Casa editorial					X		
		Número ISSN					X		
	Menú de ayuda/Instrucción			X	X	X	X	X	
	Menú de búsqueda						X		
		Formato de despliegue					X		
		Comandos de búsqueda					X		
		Despejar línea de búsqueda					X		
	Exportac. de la información						X		
	Puntos de acceso						X		
		Palabra clave					X		
		Descriptor		X	X	X	X	X	X
		Título		X	X	X	X	X	X
		Autor / editor		X			X	X	X
		Persona como tema					X		
		Citas bíblicas					X		
		Titulos de las revistas					X		
		Publicador, casa editorial					X		
	Idioma					X			
	Tipo de registro					X			
	ISBN, ISSN					X			
	Año		X	X	X	X	X	X	

1 Catálogos

2 Bibliografías sobre temas específicos

3 Tablas de contenido de revistas (alerta)

4 Servicios de alerta (boletines)

5 Abstracts (índice con resúmenes)

6 Bases de datos en CD-ROM

7 Índices

8 Bases de datos locales en línea

9 Bases de datos remotas

El cuadro no. 15 (p. 111), al igual que el anterior, es la propuesta de diseño para la versión impresa de los siguientes productos de información: bibliografías sobre temas específicos, “abstracts” (índice con resúmenes), tablas de contenido de revistas (alerta), bases de datos en CD-ROM, servicios de alerta (boletines), índices. Para el producto en este formato se sugieren características que también aparecen en productos similares que circulan en el mercado. La “X” indica que se toma en cuenta para el diseño el elemento a la izquierda, en la columna principal que contiene los elementos propuestos.

Como se puede deducir, en la estructura general se ha contemplado el aspecto de la facilidad de uso deba ofrecer (instrucciones, menús de ayuda, programa de instalación), y también se ha tomado en cuenta el tipo de información (referencias bibliográficas, imágenes). Los resúmenes irán en el campo correspondiente.

Cuadro no. 15  
PROPUESTA DE DISEÑO PARA LOS PRODUCTOS IMPRESOS

		ELEMENTOS DEL PRODUCTO IMPRESO					2	3	4	5	8
ENVASE		Título del producto	X	X	X	X	X				
		Autor (editor, compilador, director)	X							X	
		Volumen									
		Año	X	X	X	X	X				
		Número	X	X	X	X	X				
		Pie de imprenta									
		Número ISSN							X		
CONTENIDO	PORTADA	Anteportada							X		
		Título del producto							X		
		Volúmen							X	X	
		Año	X	X			X	X			
		Número							X		
	CONTRAPORTADA	Pie de imprenta							X		
		Grupo editorial responsable							X		
		Editor responsable							X		
		Dirección postal y de internet							X		
		Correo electrónico							X		
	PRELIMINAR	Número ISSN							X	X	
		Lista de contribuidores							X		
		Página de presentación							X		
		Objetivo y alcance de la obra							X		
		Breve descripción e instrucción sobre su uso							X		
CUERPO DE LA OBRA	Sec. 1	Esquema de clasificación utilizado						X			
		Lista del material indizado					X		X		
	Sec. 2	Lista de siglas y títulos de revistas							X		
		Organización de las referencias							X		
		Categorías temáticas jeraquizadas y en orden alfabético			X	X	X	X	X	X	
		Referencias bibliográficas en orden alfabético			X	X	X	X	X	X	
		Cada una es numerada secuencialmente			X		X	X	X	X	
	Sec. 3	A partir del primer número y volumen del año en curso							X		
		Indice de autores							X		
		Indice por temas							X		
		Indice de citas bíblicas						X			

2 Bibliografías sobre temas específicos  
3 Tablas de contenido de revistas (alerta)  
4 Servicios de alerta (boletines)

5 Abstracts (índice con resúmenes)  
6 Bases de datos en CD-ROM  
8 Indices

b. Servicios de información

Al igual que con los productos de información, se hace necesario basarse en el cuadro no. 6 (p. 83) para conocer la preferencia del usuario por los servicios de información. La siguiente es la lista de servicios de información que el usuario ha señalado. Hay que tener presente que se están trasladando dos de los “productos” a esta parte, el acceso a bases de datos locales en línea y el acceso a bases de datos remotas, por la razón de que se procurará el servicio de acceso de éstos en los casos que sea posible.

Acceso a bases de datos locales en línea

Acceso a bases de datos remotas

Préstamo interbibliotecario

Transferencia electrónica de información

Difusión selectiva de información

c. Diseño de los servicios de información

El diseño para los servicios propuestos aparece en el cuadro no. 16. En la columna de la derecha, compuesta por números, aparece el número correspondiente a a cada uno de los servicios. Por ejemplo, el servicio préstamo interbibliotecario (3) tendrá las características de las columnas de la derecha.

En cuanto al préstamo interbibliotecario no se puede hacer mucho ya que este tipo de servicio tiene varias implicaciones cuando se toman en cuenta, por ejemplo, las distancias y el incremento en el riesgo de extravío del documento en préstamo. Aparte de lo anterior están las regulaciones que puedan existir en relación a productos que entran en uno y otro país. A nivel local este tipo de préstamo puede darse sin las complicaciones anteriormente mencionadas. Al margen de lo que se ha señalado respecto a este servicio, la RLIT puede llevar a cabo un estudio detallado de la factibilidad de este servicio y sugerir a las instituciones teológicas vinculadas a la red que consideren esa posibilidad. Generalmente, el servicio de difusión selectiva de información, conocido como DSI, se brinda con base en un perfil que tiene el usuario en un determinado momento. Este perfil es determinado mediante la información que pueda aportar el mismo usuario o las necesidades que el profesional de la información detecte en éste, o una combinación de ambos. En el caso de las instituciones vinculadas a la RLIT este servicio puede brindarse a solicitud del usuario. En algún momento el usuario se vea en la necesidad de disponer de información sobre un tema en particular. Como respuesta, la RLIT elaboraría la estrategia para atender la demanda.

La transferencia electrónica de información, en realidad se refiere al texto en forma impresa que convertido en forma electrónica puede ser transferido a distintos puntos por medio de las redes electrónicas de información. La tecnología actual facilita esta conversión. El manejo de información de este tipo tiene sus implicaciones éticas (p.e. plagio) y legales (derechos de autor), las cuales deben ser tomadas en cuenta antes de proceder a brindar un servicio de esta naturaleza.

Cuadro no. 16  
PROPUESTA DE DISEÑO PARA LOS SERVICIOS

ELEMENTOS DEL SERVICIO		1	2	3	4	5
ENVASE	Nombre			X	X	X
	Tipo (servicio)			X	X	X
	Breve descripción			X	X	X
ASPECTOS GENERALES	GENERALIDADES					
	Naturaleza			X	X	X
	Temas que cubre			X	X	X
	Idiomas en que se brinda			X	X	X
	Fuentes de información utilizadas			X	X	X
	Electrónicas			X	X	X
	Impresas			X	X	X
	Consulta a expertos					X
	MODALIDADES DE DISTRIBUCIÓN Y/O ACCESO					
	ENTREGA	Correo electrónico				X
Página en el Internet					X	X
Teléfono					X	X
Fax					X	X
Correo ordinario y superficie				X	X	X
CONTENIDO	POLITICAS / CONVENIOS					
	Beneficiarios			X	X	X
	Miembros de la RLIT			X	X	X
	Usuarios en general			X	X	X
	Restricciones			X	X	X
	Horario en que se brinda			X	X	X
	Lugar en que se brinda			X	X	X
	Responsable del servicio			X	X	X
Costo económico (si lo hubiera)			X	X	X	

- 1 Acceso a bases de datos locales en línea    4 Transferencia electrónica de información  
 2 Acceso a bases de datos remotas            5 Difusión selectiva de información  
 3 Préstamo interbibliotecario

#### d. Costo

Este tema es uno muy importante, razón por la cual requiere de un abordaje con el nivel de profundidad requerido. El costo es un tema que ha sido abordado por diversos autores, como por ejemplo: Weingand, “What Do Products/Services Cost? How Do We Know?”; Koenig y Goforth, “Libraries and the cost recovery imperative”; Broady, J. E. “Costing of bibliographic services”; Rowley, Jennifer, “Price and the marketing environment for electronic information”; Abels, Kantor y Saracevic, “Studying the cost and value of library and information services: applying functional cost analysis to the library transition”; y Olaisen, “Pricing strategies for library and information services”. A continuación se aborda este tema de manera tal que se pueda tener una idea sobre el costo de los SPI.

Broady señala claramente que es obvio que hay una relación entre el precio de un servicio y el costo de su producción (1997, p. 89). Según Rowley, el precio de la información electrónica está determinado en gran medida por el formato en el cual el comprador o usuario busca esa información. El proveedor de la información es libre de cobrar cualquier precio que él juzgue que el mercado pague o incluso podría ofrecer la información sin costo alguno (1997, 95). Las estrategias para la fijación de precios son determinadas por el juego de los siguientes factores: (1) los objetivos del servicio o producto., (2) la naturaleza de los costos del servicio o producto, y la necesidad asociada para recuperar costos, y (3) la naturaleza y nivel de demanda del mercado (*Ibid.*)<sup>20</sup>. Abels, Kantor y Saracevic señalan que “determinar qué cuesta un servicio es sorprendentemente complejo. Hay una relación entre el costo de proveer un servicio, un conjunto de

servicios brindados, la calidad de los servicios y el volumen total (1996, p. 219). Este es una suma en la noción matemática abstracta de una función de costos. Ellos brindan una fórmula, la cual explican en su artículo. En realidad ¿qué es el costo? El costo es el conjunto de los diversos recursos invertidos en el proceso de producción de un producto. Davies, citado por Broady, se refiere a tres diferentes elementos dentro del costo, definidos como costos de mano de obra, costos de materiales y costos generales. Este mismo autor sugiere además que cada uno de estos costos pueden a su vez ser divididos en costos directos e indirectos (1997, p. 90). La literatura consultada, en su mayoría, se orienta hacia los dos tipos de costos más conocidos: los costos directos y los costos indirectos. Los costos directos son aquellos que se pueden atribuir a productos específicos, mientras que los costos indirectos cubren factores que se relacionan al total de operaciones del SI (sistema de información) (Weingand, 1995, p. 310). Según Weingand, estos últimos costos son difíciles de asignar a productos individuales ya que se utilizan para todos los productos.

Los costos son el punto de partida para determinar el precio de un producto o servicio de información. De acuerdo a Weingand, el precio se define como el “costo”-- el costo de producir un producto (1995, p 401). Es por esta razón que los entendidos empiezan con algunas consideraciones inherentes a la prestación del servicio o producto. El punto de inicio para el análisis de costos es la clasificación de los tipos de costos. Desafortunadamente, según Broady, existe una variedad de maneras para la definición de costos (1997, p. 90). En el presente trabajo se recurre a los dos tipos de costos de mayor uso: costos directos e indirectos. Algunos ejemplos de costos directos incluyen los siguientes: alquiler de espacio o equipo, salarios de personal contratado para trabajar con un producto en particular, y los suministros comprados para este producto. Ejemplos de costos

indirectos son los siguientes: uso de edificios y de equipo (alquiler, electricidad, mantenimiento, depreciación, salarios del personal permanente, servicios municipales).

Un punto inicial para el cálculo de costos puede ser el precio que el mercado tolere y luego calcular, de ser posible, la producción del servicio al costo exacto. Al margen de si se empieza con el precio y luego calcula los costos, o viceversa, se requieren los datos sobre los costos para poder formular el precio (Broady, 1997, p. 89). Estos datos se pueden obtener mediante una contabilidad de costos. Para ayudar a determinar los costos indirectos se puede recurrir a la sugerencia que Weingand propone en su artículo “Preparing for the New Millennium: The Case for Using Marketing Strategies” (1995b, p. 310).

Es un hecho, en el caso de RLIT, que la suma de los costos totales podrían encarecer notablemente el producto. Dado el tipo de mercado, no conviene lanzar productos con la idea de recuperar el costo total, sencillamente no se venderían. Las instituciones teológicas trabajan con presupuestos muy ajustados, y las UIT no están exentas de esta realidad. Por lo tanto, una parte considerable de los costos de producción tendrían que ser absorbidos por las UIT vinculadas a la RLIT. Esto no significa que no se tenga conciencia del costo monetario del producto. También hay que tener presente que actualmente la RLIT no ha sido planteada como una organización lucrativa, sino de servicio, que contribuya a mediar entre el usuario y la información. En este proceso, el usuario contribuye directa, pero no abiertamente, en el proceso que le hace llegar la información deseada. Aún cuando esta situación se de, se debe tener presente lo señalado por Weingand, que “un producto de bajo costo con demanda alta es ideal, un producto de alto costo con baja demanda debe

ser programado para su eliminación, un producto de alto costo con demanda alta es una situación difícil (1995, p 403). Lo anteriormente expuesto permite entender con claridad, algo también señalado por Weingand, que cada producto del SI (referencia, circulación, colección, acceso a la red) debe sistemáticamente desglosarse de tal forma que cada costo pueda asociarse con una producción específica (*Ibid.*), se deben identificar los costos directos e indirectos, lo que da como resultado la siguiente ecuación: costo directo + costo indirecto = costo total.

Debido a que en el momento que se escribe esta propuesta no se dispone de los datos que pueda aportar una contabilidad de costos, no es posible señalar todos aquellos detalles que se deberán contemplar para determinar el precio de los SPI. Partiendo de lo que ha sido señalado en la literatura, parte de ella expuesta anteriormente, es posible proponer un cuadro (el no. 17, Modelo de tabla de costos para SPI) que podría servir de modelo inicial para este propósito. Los datos del cuadro no. 17 no corresponden a ninguna realidad, son ficticios. Ya en la práctica será necesario determinar, con la asistencia de la contabilidad de costos, cuál es en realidad el porcentaje presupuesto departamental que se destina a la producción de los SPI. Dada la dificultad que presentan los costos indirectos pudiera ser conveniente considerar la sugerencia de Weingand:

el uso de un atajo cuando se intente distribuir los costos indirectos, es un cálculo que se basa en el tiempo del personal regular. Se calcula el tiempo que invierte individualmente el personal en cada producto y se compara según el salario del personal, se reformula en un porcentaje la suma del tiempo invertido por todo el personal en cada producto. Este porcentaje puede aplicarse, para cada producto, a cada uno de los costos indirectos, y la suma resultante se inserta en el presupuesto del programa (1995, p. 10).

Cuadro no. 17  
 MODELO DE TABLA DE COSTOS PARA SPI

		SPI			
COSTOS DIRECTOS		BTE	TCR	ABS	BDC
	Salario de personal contratado para el SPI	1000	7000	4500	700
	Suministros comprados para este SPI	125	200	50	78
	Uso de equipo para el SPI				1500
	Uso de fax para este SPI	300	250		
	Gastos de envío	2	2	2	2
TOTAL		1425	7450	4550	2278
COSTOS INDIRECTOS					
	Uso de equipo general	5%	5%	5%	5%
	Electricidad	1%	1%	1%	1%
	Agua	1%	1%	1%	1%
	Teléfono	3%	3%	3%	3%
	Depreciación de equipo	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%
	Salarios del personal permanente	10%	10%	10%	10%
	Servicios municipales	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
TOTAL		314	1639	1001	501
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS		1740	9091	5553	2781

BTE Bibliografías sobre temas específicos      ABS Abstracts  
 TCR Tablas de contenido de revistas (alerta)      BDC Bases de datos en CD-ROM

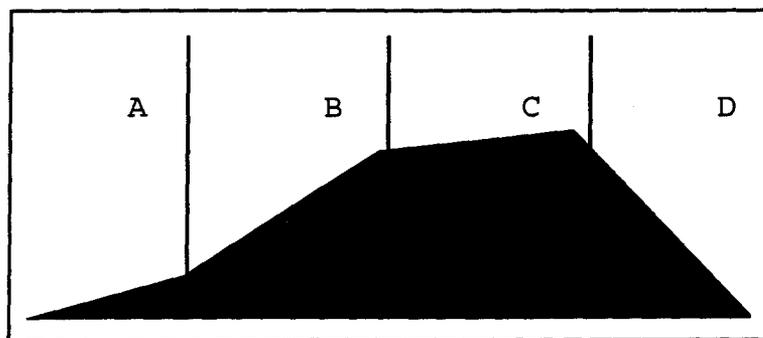
El costo indirecto es el porcentaje del presupuesto del departamento que se utiliza en los SPI. La moneda utilizada es US\$.

Desde la perspectiva de la RLIT, que ha sido concebida como una organización de servicios y sin fines de lucro, es importante producir y ofrecer los SPI al costo. Hay que tener presente que éste es un esfuerzo colectivo de las UIT, coordinado por la RLIT, y la realidad económica de estos sistemas de información les impide destinar fondos para SPI costosos (Pérez, 1999, p. 4). También existe la posibilidad de establecer un pequeño margen de ganancia dentro de los parámetros que se han sugerido anteriormente.

### e. Ciclo de vida del producto

Según Rowley, la información puede tener múltiples ciclos de vida, tal como las ideas vienen y van y finalmente están de moda otra vez, lo que se denomina el ciclo de vida de la información. (1997, 96). Bushing señala claramente que el ciclo de vida de un producto consiste en cuatro etapas, a saber, las siguientes: (A) un período inicial de surgimiento o introducción, (B) la etapa de crecimiento acelerado, (C) el período de madurez, y por último la etapa (D) de declinación (1995, p. 390). Es por lo tanto bien claro, de acuerdo a la ilustración no. 2 que los productos tienen una limitada longevidad.

Ilustración no. 2  
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



A = Inicio                      B = Crecimiento  
C = Madurez                    D = Declinación

No se puede determinar cuánto “vivirá” un producto, ya que su vida puede estar determinado por varios factores, los cuales pueden “alargar” o “acortar” su vida. Entre los factores que influyen se pueden mencionar los siguientes: la *promoción* que reciba el producto y la *demand*a de éste por parte del usuario. El paso de un famoso teólogo por una institución puede dar vida a un producto,

por ejemplo, en la forma de una bibliografía sobre su trabajo. Este producto podría tener una vida efímera, pasando rápida e intensamente de la etapa (A) a la (D). Un producto sobre autores clásicos de la teología, también en la forma de bibliografía, tiene mejores posibilidades de tener una mayor longevidad

Por lo tanto, debido a las razones anteriores y a otras, es sumamente importante que los SPI sean evaluados regularmente y que el personal del sistema de información se sienta a gusto con el concepto de ciclo de vida normal del producto” (Weingand, 1995b, p. 308). Bushing es más específico al respecto, indicando que “los productos, ya sea en la forma de servicios, programas, o materiales, deben ser evaluados constantemente en términos de su habilidad para satisfacer a la comunidad de usuarios (1995, p. 392). La evaluación puede dar como resultado las siguientes actividades: revisión, reordenación, rediseño, reempaque, cambio de nombre, o inclusive, el retiro de los SPI (*Ibid.*)

En última instancia es el usuario quien le da vida a los productos y servicios de información mediante la demanda de éstos. El producto que no tiene demanda, a pesar de las técnicas apropiadas que se utilicen para darlo a conocer al usuario, es un producto cuyo ciclo de vida ya expiró y su permanencia en el “mercado” debe ser seriamente analizada. Indudablemente este es un tema bastante amplio, el cual no se aborda en el nivel de detalle para un tópico como este, como sí se haría en un trabajo sobre el mercadeo de servicios y productos de información.

## 5. Modalidad y entrega de los servicios y productos de información

La modalidad en que se ofrecerán y la manera en que se entreguen los SPI van a estar condicionados por las características de la información que se encuentre disponible en un momento dado. Las características, en este caso se refieren al tipo, forma y presentación. Otros aspectos que también pueden incidir en las decisiones que se tomen con respecto a esta situación serán sugeridos por los usuarios mismos. Tal es el caso de la respuesta a la pregunta ¿cuáles modalidades de entrega de información considera más convenientes?, a la que respondieron de la siguiente forma: correo electrónico, 23.59%; fax, 22.76%; “website” en Internet, 13%; teléfono, 13%; correo ordinario (aéreo), 13.82%; correo ordinario (superficie), 7.31%; y servicio "courier" (DHL, OCS), 6.5%.

También hay que tener presente que un porcentaje considerable de las instituciones ofrece una combinación de educación teológica por extensión y también en residencia. Este aspecto es importante si se desea mejorar la efectividad de los SPI, particularmente en lo que a entrega se refiera. Tomando en cuenta la preferencia que tiene el usuario con respecto a las modalidades de entrega de información se pueden considerar, en orden de importancia y factibilidad económica, las siguientes: correo electrónico, “website” en Internet, y correo ordinario (aéreo). Esta información permite crear el cuadro no.18, Modalidad de entrega de los SPI.

Para efectos de reducir costos y realizar una rápida entrega de los SPI podrán establecerse como puntos de distribución aquellos lugares en donde se producen los SPI. De esta forma existirá más de un lugar de distribución para los SPI de la RLIT. Por ejemplo, un producto impreso

Cuadro no. 18  
MODALIDAD DE ENTREGA DE LOS SPI

SIP	MODALIDAD DE ENTREGA		
	CE	WI	CO
Abstracts (índice con resúmenes)	X	X	X
Bases de datos locales en línea*		X	
Bases de datos remotas*		X	
Bases de datos en CD-ROM			X
Bibliografías sobre temas específicos	X	X	X
Difusión selectiva de información	X	X	X
Tablas de contenido de revistas (alerta)	X	X	X
Préstamo interbibliotecario			X
Servicios de alerta (boletines)		X	X
Indices	X	X	X
Transferencia electrónica de información	X	XI	

Correo electrónico (CE), "website" en Internet (WI), correo ordinario (CO)

Notas: (\*) ya se ha señalado anteriormente que lo que se provee es el servicio de acceso por medio de enlaces. En cuanto a los catálogos (ficheros de biblioteca), se omiten estos ya que no es posible que la RLIT provea el acceso a este producto.

por una UIT en Brasil se distribuirá desde ese lugar a las otras UIT que lo deseen. Para efectos de mantener un control del volumen de entrega se les pedirá a las UIT mantener registros sobre estas transacciones e informar al respecto al Grupo Coordinador<sup>21</sup>.

Los párrafos anteriores sugieren la necesidad de contar con una organización e infraestructura básicas para la prestación de los SPI. Este abordaje se realizará partiendo de lo que ya ha sido propuesto por la RLIT con relación a este tema.

#### a. Organización

La RLIT de entre su recurso humano seleccionará a aquellos colegas profesionales, capaces y dispuestos, que asuman el reto de llevar a la práctica los planes sobre los SPI. De igual manera deberá procederse con las tareas de mercadeo y distribución de los SPI que se ofrecerán. En el II Encuentro de Bibliotecarios Teológicos Latinoamericanos, celebrado en La Paz, en 1998, se definió, entre otras, una área de producción. Se integraron a esta área un número de profesionales que gustosamente aceptó el reto de encontrar las formas que lleven a la materialización los distintos SPI. La información de la presente propuesta, sin duda alguna, le será útil a este grupo.

#### b. Infraestructura

Los avances tecnológicos recientes han introducido variantes en muchos de los conceptos utilizados en el mundo de hoy. Uno de estos conceptos es el “lugar de trabajo”, que ya no se refiere a un espacio físico ubicado en una determinada organización, la cual también se encuentra geográficamente localizada en uno o más lugares físicos y tradicionalmente conocidos o no. Tal como ha sido concebida la RLIT, esta es una organización formada por las unidades de información (UIT) de distintas organizaciones de formación teológica de la región. Por lo tanto, la RLIT funciona, indirecta y mayormente, dentro de la infraestructura individual de estas UIT así como con los recursos tecnológicos personales que cada profesional de la información vinculado a la RLIT ponga a disposición de la misma. Esto significa el uso de cuentas institucionales y personales de Internet, impresoras, computadoras y los programas requeridos (hojas electrónicas, procesadores de texto, diagramadores, etc.) para la realización de las distintas tareas. Esta modalidad de trabajo permite a las instituciones teológicas apoyar el trabajo de la RLIT porque su personal es parte de la

misma red. La forma anterior permite contar con una considerable infraestructura “virtual” ya que no importa donde se encuentra el profesional siempre se puede trabajar en “equipo”, con tecnología accesible y en contacto permanente. Aparte de lo anterior, la RLIT puede adquirir y poseer recursos tecnológicos propios y ubicarlos, en las UIT que considere convenientes, esto ya se está dando. Este recurso tecnológico podría ser especializado y estar destinado a tareas muy particulares.

#### 6. Formato para la evaluación de los servicios y productos de información

A continuación se propone un modelo para la evaluación de los SPI que la RLIT ofrezca a los usuarios de la información teológica, las instituciones de educación teológica de América Latina. El modelo propuesto se divide en las siguientes partes: la parte teórica de la evaluación, una breve descripción de los SPI a evaluar, el problema de la evaluación, el momento de la evaluación, los componentes del proceso de evaluación, y los objetivos.

##### a. Referentes teóricos

Los SPI son el enlace entre la información y el usuario de ésta. En un sistema de información los servicios de información son el medio por el cual el usuario se entera de la información existente (difusión) y también pueden ser el medio para llegar a dicha información. Por lo tanto es importante que los SPI logren la función para la cual fueron diseñados. De la literatura consultada, tal como se verá en los siguientes párrafos, se extraen varios aspectos evaluables, específicamente los siguientes: las operaciones de la agencia de información, el mercado potencial, la mercadeabilidad, la producción, el presupuesto, la calidad, las características, el estilo, la marca, el empaque, la

eficacia/eficiencia/efectividad del servicio, el desempeño del servicio, el costo-beneficio, el ciclo de vida, y el costo-efectividad. Está claro que la información anterior se puede organizar, de tal manera que ofrezca un buen diseño para la evaluación de SPI. El referente para el diseño de evaluación será el logro del objetivo principal para el cual se diseñan los SPI, la atención de las necesidades de información del cliente. Desde esta perspectiva pesa mucho la satisfacción del cliente, su valoración, por ejemplo del diseño, la presentación, la calidad, y la utilidad, y el precio. Una posterior investigación puede enfocarse exclusivamente en la evaluación completa de los SPI que ofrece la RLIT.

La evaluación de los SPI debe darse a partir de la teoría que existe al respecto. Este es un tema que ha sido tratado por diferentes autores, por ejemplo los siguientes: Bushing, "The Library's Product and Excellence" (1995); Catt, "The Olympic Training Field for Planning Quality Library Services" (1995); Lancaster, "Pautas para la evaluación de sistemas y servicios de información" (1978); Magaloni de Bustamente, "Una alternativa para evaluar y diseñar servicios especializados de información documental" (1984); Dorrego, Elena. "Modelo para la producción y evaluación de medios instruccionales, aplicados al vídeo y al software"; y Pagaza García, "Manual para obtener indicadores como apoyo a la evaluación de servicios bibliotecarios en instituciones de educación superior" (1989). Este tipo de literatura proporciona tanto las generalidades como también aquellos aspectos específicos que se deben tomar en cuenta en el momento de la evaluación. Estos autores también proponen modelos de evaluación. Sequeira Ortiz, en su artículo, "Hacia un modelo de evaluación de sistemas y servicios de información", menciona algunos tipos de evaluación (los estudios de factibilidad, el diseño experimental, la evaluación iluminativa, la evaluación participativa

abierta, y la investigación evaluativa), explica cada uno de ellos, y en algunos casos señala la aplicación práctica en determinados casos (1993, p. 70).

La evaluación de los SPI es una actividad saludable para un sistema de información. Bushing destaca un aspecto importante cuando señala que los productos, ya sea en la forma de servicios, programas, o materiales, deben ser evaluados constantemente en términos de su habilidad para satisfacer a la comunidad de usuarios (1995, p. 392). Weingand agrega al respecto que, “es crucial que los productos sean evaluados regularmente durante el ciclo de planeamiento y que el personal del sistema de información se sienta a gusto con el concepto de ciclo de vida normal del producto” (1995b, p. 308). Básicamente, desde la perspectiva de la RLIT, el objetivo principal de la evaluación es el de determinar cuáles SPI están o no satisfaciendo las necesidades de información del usuario al que están destinados y al que llegan.

¿Qué elementos deben ser considerados en el momento de la evaluación? Weingand proporciona una lista de aspectos que se pueden utilizar para este propósito.(1995b, p. 309). Las cinco categorías son: operaciones de la agencia de información, mercado potencial, mercadeabilidad, producción, y presupuesto. Kotler, citado por Bushing, señala cinco características distintivas del producto las cuales se pueden aplicar a los variados productos de los SI: calidad, características, estilo (diseño), marca y empaque. De estos el que más se discute es la calidad. Esta se entendería como el grado de perfección de un producto (1995, p. 393). La calidad estaría en función de un segmento del mercado. Bushing en esta misma sección dedica un espacio para comentar ligeramente las otras características del producto. Páez Urdaneta, con respecto a este mismo tema, considera que

“En principio se pudiera pensar en por lo menos cuatro enfoques: (1) la eficacia/eficiencia/efectividad del servicio, (2) el desempeño del servicio, (3) costo-beneficio y (4) costo-efectividad. Los dos primeros enfoques pueden integrar estrategias cualitativas o cuantitativas de valoración....” (1992, p. 2).

Algo interesante que los autores mencionados no hacen explícito, es el objetivo principal de la organización. En una organización que tiene como meta principal la ganancia, el diseño de su estrategia se orientaría hacia ese fin. Es muy probable que su mercado meta sea aquel que tenga, además de las necesidades de determinados SPI, el poder adquisitivo para satisfacer esas necesidades, es decir, los recursos económicos para comprar los SPI. El fin de la RLIT no es el lucrativo. Además, el mercado meta ya está establecido, las instituciones de educación teológica, con necesidades de SPI y con un limitado poder de compra. La manera en que se produzcan los SPI, colectivamente y mediante el uso de parte de la infraestructura de estas instituciones, obliga a plantear, en forma muy particular, el tema de la evaluación dentro del contexto señalado (mercado no muy grande, por lo tanto los productos tendrán baja demanda, pero los costos de producción pueden ser altos para esa demanda. Por lo tanto, la relación costo-beneficio no puede ser evaluada fríamente). Por otro lado, aún tomando en cuenta la particularidad del contexto, no es recomendable producir SPI de baja demanda, a pesar de una buena promoción, por que se estaría haciendo mal uso de los recursos, pudiéndose aprovecharlos en otros SPI con mejores perspectivas.

En los párrafos anteriores se nota que los autores no tienen un sentir unánime respecto a los aspectos que se deben evaluar de los SPI. Tomando el aspecto particular de la RLIT, asunto

abordado en el párrafo anterior, se considera recomendable evaluar los siguientes aspectos de los SPI que se proponen para la presente investigación: el diseño, la presentación, la calidad, la utilidad. Este último aspecto, que aparentemente se sale de la lógica, se agrega por la sencilla razón de los que los SPI tienen un costo de producción. El descuido de este factor pudiera causar problemas con SPI de alto costo y baja demanda.

b. Descripción de los servicios y productos a evaluar

Esta parte se refiere a la descripción de cada uno de los SPI que se ofrecerán. Será una descripción en el nivel de detalle necesario de cada uno de éstos. En la medida de lo posible se tomarán las descripciones de obras que contengan dicha información. En esta parte del trabajo se describen brevemente cada uno de los SPI considerados, de esta manera el lector tendrá una idea de la naturaleza del SPI. Los detalles específicos correspondientes al diseño de cada uno de los SPI ya han sido abordados en los cuadros números 14 (p. 109) y 15 (p. 111). Con la información anterior a mano será posible definir que partes de los SPI deberán ser evaluados y la forma de evaluación más recomendable para cada caso. Los SPI que se describen son los mismos que se han venido abordando a lo largo del trabajo, a saber los siguientes:

### Abstracts

Este término es el nombre que se le da a un producto que tiene un parecido al índice. A diferencia de éste, el “abstract” incluye resúmenes del material bibliográfico que indiza. No existe una forma única para el formato del “abstract”. Ejemplos de estos son: Religious and Theological

Abstracts, Religious studies review, y Science of Religion: abstracts and index of recent articles.

#### Bases de datos locales en línea (acceso)

En realidad este es un producto que se encuentra ubicado en las UIT. Este producto hoy en día es también conocido como OPAC (Online public access catalogue). La tecnología ha posibilitado que las UI (unidades de información) que dispongan de los recursos lo “pongan” en Internet o lo hagan accesible mediante una red electrónica de información. También y dependiendo de su tamaño es posible “montarlo” en disco compacto.

#### Bases de datos remotas (acceso)

Es lo mismo que el anterior pero sólo que este es accesible por medio de Internet o por medio de una red electrónica de información. En este caso, el servicio es procurar el acceso a la base de datos. Este acceso puede darse mediante diversas formas, desde un sitio en Internet brindar los enlaces hacia esas bases de datos, la integración a una red electrónica tradicional (WAN, LAN<sup>22</sup>), transfiriéndolas a dispositivos electrónicos de almacenamiento para hacerlas accesibles individualmente por cada UIT.

#### Bases de datos en CD-ROM

Este producto es una base de datos. Se puede diferenciar del OPAC en lo siguiente: el OPAC

que brinda el usuario de sus necesidades de información.

#### Tablas de contenido de revistas (alerta)

Este servicio tiene un gran parecido con el servicio de alerta, posteriormente descrito. La diferencia aquí se da en la fuente de información, se utilizan las publicaciones periódicas, en algunos casos conocidas como revistas.

#### Préstamo interbibliotecario

Es un servicio que permite a una UIT el acceso a la información de otra UIT. Generalmente el acceso es mediante el préstamo de documentos bibliográficos que un SI solicita de otro. Para este caso se establecen las reglas del juego (garantía, plazo, uso de terceros, etc.). Este servicio se puede realizar local o internacionalmente. Este tipo de préstamo hace posible que un SI disponga por un tiempo de información que no posee y que sus usuarios necesitan.

#### Servicio de alerta

Las UI constantemente adquieren información. El usuario generalmente pudiera estar familiarizado con la que ya tiene un tiempo de estar en el SI, pero no con las nuevas adquisiciones. Este servicio tiene como objetivo informar al usuario sobre las nuevas adquisiciones, si lo desean, sobre todo tipo de material. Con la tecnología actual es posible brindar el servicio de alerta en los

soportes conocidos (impreso y electrónico), los que permiten proveer este servicio mediante los medios conocidos (fax, correo electrónico, correo ordinario, etc.).

## Indices

Básicamente un índice incluye la referencia bibliográfica de un documento y los puntos de acceso principales para llegar a esta referencia. Los puntos de acceso varían según el grado de sofisticación que se le desee dar a este producto. Estos puntos tradicionalmente incluyen el nombre del autor, el título del documento y el tema sobre el que éste trata. Con el advenimiento de la tecnología es posible agregar puntos de acceso adicionales e igualmente importantes, como por ejemplo el año, el lugar y el idioma. Ejemplos de estos son: Bibliografía Bíblica Latino-Americana; Bibliografía Teológica Comentada; Teología en Contexto: información sobre aportes teológicos desde Africa, Asia, Oceanía y América Latina.

## Transferencia electrónica de información

Este tipo de servicio se refiere a la disposición y capacidad de un SI de enviar electrónicamente información desde su sistema hacia otro(s). Puede que el sistema tenga la capacidad de transformar información impresa en información electrónica, el cual pudiera ser un servicio local, sin que sea automático el paso del envío de esta información hacia otros sistemas. Este es uno de los servicios que debe tomar en cuenta el aspecto de los derechos de autor.

c. Problema de evaluación (justificación)

Se ha investigado el tema de las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas porque se consideran que estas necesidades son apremiantes. En una región en donde lo que abunda es la escasez de los recursos, incluyendo los de información para el quehacer académico, se hace necesario maximizar el aprovechamiento de los recursos existentes. Para asegurar que esto último se dé es indispensable contar con SPI que sean efectivos, que cumplan el objetivo para el cual fueron diseñados, que contribuyan eficiente y eficazmente a aliviar las necesidades de información.

Tal como se ha visto claramente en las páginas anteriores, el diseño de SPI implica una considerable inversión en recursos de varios tipos, como por ejemplo los siguientes: humano calificado, tiempo, dinero, equipo e infraestructura básica. Si se ofrecen SPI que no respondan a las necesidades de información del usuario, literalmente se está hablando de un desperdicio sustancial de recursos. Además de lo anterior, y muy preocupante, está la pérdida de credibilidad en el sistema de información. Si se recuerdan las dos primeras líneas del presente trabajo (en un sistema de información existen dos componentes esenciales: la información y el usuario de ésta, donde la primera responde a las necesidades del segundo), es vitalmente necesario plantear el problema de evaluación de los SPI desde la perspectiva del cumplimiento de su misión principal, la satisfacción de las necesidades de información del usuario. La satisfacción debe verse desde la forma en que los SPI contribuyen eficazmente a resolver las necesidades de información del usuario. Para la presente propuesta se recomiendan los aspectos ya señalados en la página 126 (diseño, presentación, calidad y utilidad).

d. El momento de la evaluación

Debido a que las necesidades de información de los usuarios varían con el tiempo se hace necesario evaluarlas periódicamente. Esta situación obliga a evaluar, también periódicamente, los SPI que se estén ofreciendo en un determinado período. En el caso de usuarios institucionales, a diferencia de los individuales, sus necesidades de información no sufrirán tantos cambios en períodos relativamente largos. Por lo tanto los períodos de evaluación de determinados SPI no deberán ser constantes sino que pueden hacerse cada dos o tres años. Se sugiere que la primera evaluación de los SPI propuestos se realice durante los primeros cuatro meses del año 2002.

e. Componentes del proceso de evaluación

Estos componentes están determinados por el formato de cada uno de los SPI, y como es evidente en los cuadros números 14 y 15, no todos los SPI tienen un mismo formato. Tal como se han venido abordando los otros aspectos de la propuesta en general, en este caso se propone algo muy similar, un modelo de evaluación, tal como se puede ver en el cuadro no. 19. Por otro lado, ya se ha insinuado que una evaluación, propiamente dicha, de SPI equivale a un trabajo de investigación comparable al que aquí se realiza para el tema de las necesidades de información. Es por esta razón que se ha considerado prudente limitar la propuesta de evaluación de SPI a la satisfacción del usuario, totalmente apropiada para el objetivo principal de este trabajo. En una investigación posterior, y exclusiva sobre el tema de la evaluación de SPI, se podrían tratar temas como los siguientes: la entrega (lugar, rapidez) el ciclo de vida, la demanda, el precio, el costo-beneficio, la construcción, la normalización de la información, los índices, detalles en las pantallas de ayuda, los comandos de búsqueda, el costo-efectividad del producto o servicio, la mercadeabilidad, es decir,

todo aquello que ya ha sido señalado por los expertos como aspectos importantes a considerar seriamente en un trabajo de evaluación. Estos expertos aparecen citados anteriormente citados en este trabajo.

Se debe tener presente la necesidad de seleccionar y diseñar los instrumentos apropiados para cada uno de los aspectos que se evalúen. No todos podrán ser evaluados mediante un mismo instrumento. En el cuadro no. 19 se recomiendan dos instrumentos para este fin, el cuestionario y la Escala de Likert. Según Kerlinger, una escala es "... un conjunto de símbolos o valores numéricos contruidos de tal forma que puedan ser asignados por regla a los individuos (o a sus conductas) a quienes se aplica la escala, indicándose la asignación por la posesión del individuo de cualquier aspecto que la escala mida. Al igual que una prueba, la escala es un instrumento de medición" (1988, p. 510). Para este mismo autor, la medición es la asignación de valores numéricos a objetos o eventos de acuerdo con reglas. Un valor numérico es un símbolo en la forma de 1, 2, 3, ... o I, II, III,... (*Ibid.*, p. 444). La técnica de Likert: técnica de las puntuaciones sumadas de Likert, o método simplificado como él mismo lo llama, ahorra mucho tiempo y trabajo difícil en comparación con otras técnicas. La técnica simplificada, en su versión original, consiste en asignar valores de uno a cinco a cada una de las opciones diferentes de las afirmaciones relacionadas con el objeto actitudinal. El valor uno siempre corresponde al extremo negativo de la escala y el valor cinco al positivo (Hernández Bonilla, 1991, p. 10). Existen diversas escalas para distintas necesidades y su diseño dependerá en muchos casos de situaciones muy específicas. Ejemplos de escalas incluyen el termómetro y las de proporción que se utilizan en los mapas.

Se están descartando otros métodos (observación, participativo, cualitativo, etc.) por una razón de mucho peso, las distincias que existen entre las instituciones teológicas en la región latinoamericana. El desplazamiento con propósitos de evaluar SPI sin duda alguna sería muy oneroso, aparte de lento. Hoy en día es posible, si existe la motivación, de recoger todos los datos necesarios en un corto plazo, y parte de estos vía la red electrónica. En la página 138 se presenta una propuesta para la evaluación de los SPI, específicamente para el área de satisfacción del usuario.

En los lugares donde aparece simultáneamente el cuestionario y la escala de Likert, es una sugerencia de que se puede utilizar el uno o el otro. El cuestionario es una herramienta bastante conocida. La escala de Likert también tiene bastante uso, pero es posible que no todos estén al tanto de que se trata de dicha escala. En la bibliografía consultada aparecen referencias bibliográficas sobre escalas las cuales incluyen a esta en particular. En el apéndice no. 5 (ejemplo de la aplicación de la escala de Likert) se incluye una breve evaluación del aspecto “utilidad” recurriendo para ello a la escala de Likert.

Es evidente que los SPI no tienen que ser evaluados en bloque, pueden ser abordados individualmente. Con la ayuda de la información del cuadro no. 19 ( p. 138) se puede ir un paso más allá, seleccionando los SPI a evaluar. Para cada evaluación se pueden detallar los objetivos específicos que se desean lograr, luego se afina el aspecto medular de las variables y por último se definen los indicadores para cada una de estas variables. Este sería un paso de profundización en la etapa de evaluación.

Cuadro no. 19  
PROPUESTA DE EVALUACIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

COMPONENTES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	SPI										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Presentación	Diagramación	CST	X	X			X		X	X	X	X	X
	Información externa concisa	CST	X	X			X		X	X	X	X	X
	Ilustraciones	CST	X	X			X		X	X	X	X	X
Diseño	Menús de ayuda	CST, EDL		X			X			X			
	Facilidad de uso	CST, EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Ayuda en línea	CST, EDL	X	X						X			
	Número de puntos de acceso	CST, EDL	X	X			X			X	X	X	X
	Exportación de la información	CST, EDL	X	X			X		X	X			
	Manuales	CST		X									
Calidad	Precisión	EDL		X									
	Rápidez	EDL	X	X			X		X	X	X		
	Relevancia de las referencias	EDL	X	X					X	X	X	X	X
	Cobertura temática	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Actualidad	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Descripción de los registros	EDL	X	X			X		X	X	X	X	
	Disponibilidad de resúmenes	CST, EDL	X	X						X			
Utilidad	Toma de decisiones	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Investigación	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Docencia	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X
	Publicaciones	EDL	X	X			X		X	X	X	X	X

1 Abstracts (índice con resúmenes)  
 2 Bases de datos en CD-ROM  
 3 Bases de datos locales en línea  
 4 Bases de datos remotas  
 5 Bibliografías sobre temas específicos  
 CST Cuestionario

6 Catálogos  
 7 Difusión selectiva de información  
 8 Índices  
 9 Servicios de alerta (boletines)  
 10 Tablas de contenido de revistas (alerta)  
 EDL Escala de Likert

## VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

A pesar de los cambios que se producen en el entorno de los sistemas de la información, el usuario continua siendo la figura central en éstos. Actualmente el usuario tiene más acceso a la información que unos años atrás. Nichols señala que:

Una revolución de la lectura tuvo lugar al final del siglo XVIII, de la edad Media hasta cerca de 1750, de acuerdo a Engelsing, los hombres leyeron “intensamente”. Tenían muy pocos libros - La Biblia, un almanaque, una o dos obras devocionales - y los leían una y otra vez, usualmente en voz alta y en grupos, de tal forma que un estrecho rango de literatura tradicional quedó profundamente impresa en sus consciencias. Por 1800 la gente leía “extensivamente”. Leían todo tipo de material, especialmente revistas y periódicos, leyendo solo una vez antes de apresurarse al siguiente ítem (1995, p. 355).

Este es un párrafo interesante que permitiría hacer suposiciones sobre las razones que llevaron a este usuario a utilizar la información existente de la forma que lo hizo. Hoy en día, el usuario de la información se ha vuelto más sofisticado. Sus necesidades de información han variado sustancialmente producto de los cambios en su entorno, uno más competitivo, en donde el conocimiento predomina. Se compite con el conocimiento. Por otro lado, el volumen de información en esta época no deja de ser un problema, algo que puede verse fácilmente.

Una edición semanal del New York Times contiene más información de lo que la persona promedio podría encontrar en toda su vida en la Inglaterra del siglo XVII. Se ha producido más información en los últimos 30 años que en los previos 5000 años. Cerca de 1000 libros se publican internacionalmente cada día, y el total del conocimiento impreso se dobla cada ocho años (*Ibid.*, p. 353)

La tendencia en el campo de la información parece estar determinada: un crecimiento acelerado de la información como resultado de la generación de nuevo conocimiento. Esta situación

obliga a plantear las estrategias necesarias para atender las necesidades del nuevo usuario, el actual usuario de la información. Nada parece indicar que la realidad del usuario de la información teológica sea distinta. Hay más información teológica en esta época que en las previas. Las razones para este considerable aumento en la cantidad de información posiblemente sean las mismas que para el resto de los campos, como por ejemplo: mayor actividad investigativa, más industria editorial, y tecnología que contribuye al incremento en la productividad. Es dentro de este contexto que los estudios de usuarios, particularmente el de las necesidades de información adquieren gran relevancia. El profesional de la información debe ser un mediador entre el usuario y la información. La función de “mediador” ha sufrido cambios importantes en sus características en la medida que han evolucionado los entornos. En esto hay que evolucionar, preferiblemente con anticipación, de manera paralela al usuario de la información. ¿Cómo estar al tanto de la evolución de este tipo de usuarios si éste no es analizado? El análisis periódico de sus necesidades de información es un medio que posibilitaría conocer su evolución en el mundo de la información teológica. Esfuerzos como el presente deberían ser mejorados en estudios posteriores.

En la parte introductoria de la investigación se destacó la vital importancia que tiene el usuario para los sistemas de información, lo que hace que las necesidades de información de éste sean determinantes para el diseño de los SPI que brinden estos sistemas. Es dentro de este contexto que se ubica la RLIT y su usuario, dejando claro que la información que la RLIT difunda debe necesariamente responder a las necesidades de información de las instituciones teológicas latinoamericanas. Se afirmó, que si la RLIT descifraba correctamente este tipo de necesidades lograría eficiencia, efectividad y un resultado muy positivo en el balance de la relación “usuario ⇒

información”.

También se destacó el hecho, de que a pesar de la importancia de este tipo de estudios para los sistemas de información, entre ellos las bibliotecas, hasta la fecha no se han realizado investigaciones de carácter científico en relación con las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes. Por lo tanto, en razón de lo anteriormente expuesto, sería un problema realmente serio si la RLIT no disponía de la debida información sobre las necesidades de información de su usuario, ya que no estaría logrando su objetivo, el de servir a éste. Para resolver este problema se plantearon los siguientes objetivos:

#### Objetivo general 1

Analizar las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

#### Objetivos específicos

1.1. Determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina.

1.2. Identificar el tipo de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

1.3. Determinar el tipo de servicios y productos de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

#### Objetivo general 2

Proponer los servicios y productos de información que debe ofrecer la RLIT a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la misma.

#### Objetivos específicos

2.1. Definir la modalidad de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

2.2. Definir la forma de entrega de los servicios y productos de información a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

2.3. Definir el formato para la evaluación de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT.

Como es conocido, un objetivo general debe dividirse en las partes necesarias, de tal forma que cada una de ellas sea manejable (se pueda analizar debidamente según el método y las técnicas que se seleccionen). Una vez que cada una de estas partes ha sido debidamente abordada se tendrá

como resultado el cumplimiento del objetivo general. Para lograr el objetivo 1 (Analizar las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT), se consideró recomendable el método propuesto por Saracevic y Wood.. Según se consideró conveniente se tomaron partes del método propuesto por Devadason y Lingam. Esto se hizo en la medida que el enfoque de éstos últimos ampliaran las posibilidades del método de los primeros, y también en función de las necesidades de la presente investigación. El aporte de Devadason y Lingam es más perceptible en el contenido del instrumento utilizado para la recolección de la información.

Con respecto al objetivo específico 1.1 (Determinar las áreas temáticas de la formación que ofrecen las instituciones teológicas protestantes en América Latina) se lograron determinar las áreas temáticas. Se debe recordar que inicialmente se había partido de las siguientes: teología pastoral, teología bíblica, teología sistemática y teología histórica. Siguiendo las recomendaciones de Devadason y Lingam fue posible obtener más luz sobre este aspecto. A pesar de que este sujeto ofrece programas en las áreas ya mencionadas, la que tiene que ver con teología bíblica destaca notablemente, pero también son relevantes la teología pastoral y la teología sistemática. También son de gran interés para este usuario los temas que se relacionan directamente con las denominaciones eclesiásticas específicas. De las áreas básicas se deriva un buen número de especialidades en las cuales se ofrecen programas. Se observó que las especialidades de mayor importancia en el presente estudio son, en el orden dado: la educación cristiana, la misionología, la teología, el ministerio pastoral, Biblia, y la consejería pastoral.

Con relación al objetivo específico 1.2 (Identificar el tipo de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT) se puede afirmar que también se logró este objetivo. Específicamente, este objetivo procuraba obtener información sobre el nivel, la presentación, la forma y uso de la información. La investigación permitió averiguar que en cuanto al nivel se debe considerar principalmente aquella información de nivel universitario, con mayor énfasis en pre-gradados; luego le sigue en importancia el nivel para posgrados. Según la investigación, esta información se utiliza en investigaciones de tipo bibliográfica, hermeneútica y de campo. El uso preferencial que tiene esta información es para la preparación de conferencias y la preparación de charlas, la preparación de clases y el trabajo de investigación a nivel de tesis. El usuario utiliza mayormente la información en forma bibliográfica, aunque también recurre a las formas cartográficas y gráficas. La información impresa tiene mayor demanda que la información electrónica. La información microfilmada tiene poco uso. Es obvio que la demanda pudiera estar condicionada por la oferta y la promoción que se haga de las formas menos favorecidas.

La información aportada por los informantes permitió el logro del objetivo 1.3. (Determinar el tipo de servicios y productos de información que requieren las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT). Con respecto a esta variable fue posible averiguar que: es importante que los servicios y productos de información que se brinden tomen en consideración seriamente los siguientes aspectos: (a ) modalidad: la educación por extensión (es decir el factor distancia) y residencia; (b) idiomas: preferentemente el español y el portugués (aunque el inglés es importante, la información teológica en este idioma esta siendo muy bien abordada en el mundo desarrollado, lo que hace innecesario la duplicación de este trabajo); (c) el usuario tiene preferencias por fuentes

tradicionales de información, como la biblioteca, pero también está incursionando en la Internet; (d) con respecto a los SPI al usuario le interesan principalmente los catálogos (ficheros de biblioteca), las bibliografías sobre temas específicos, y las tablas de contenido de revistas (alerta); (e) y por último, en cuanto a la entrega de la información tiene preferencia, en el orden dado, por el correo electrónico, el fax, y el correo aéreo. En esta variable se observa algo interesante, y es que a pesar de que en el cuestionario se le ofrecía la oportunidad al informante de agregar otros SPI que sus UIT estuvieran ofreciendo, esta información no apareció. Se desconocen las razones de la ausencia de esta información. Esto da pie a especulaciones, tales como: que las UIT no tienen a la disposición de sus usuarios una mayor variedad de SPI, falta de interés en el informante para añadir esta información, y limitaciones de infraestructura. Sería importante abordar posteriormente y con mayor detenimiento este asunto. Dependiendo de las causas, se les podrían sugerir a las UIT algunas estrategias para intentar un abordaje diferente a esta situación. Las estrategias podrían incluir asesoría en el área de SPI, desarrollo tecnológico, ideas sobre financiamiento para desarrollar nuevos SPI, intercambio interinstitucional de recurso humano. La recomendación específica es abordar cuanto antes este asunto.

El objetivo general 2 (Proponer los servicios y productos de información que debe ofrecer la RLIT a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la misma) fue dividido en partes manejables de manera que se pudiera lograr el cumplimiento de éste. Estas partes se abordan en los párrafos siguientes.

En cuanto al objetivo 2.1. (Definir la modalidad de los servicios y productos de información

para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT) fue posible definir la modalidad de SPI. Para este fin fue esencial la información aportada por los cuestionarios. Aquí se debe tener presente que la modalidad de los SPI está influenciada por diversos factores, tales como: productos similares existentes, las necesidades del usuario, las condiciones prevalecientes (infraestructura, tecnología) en los lugares donde se encuentra el usuario. Sin duda alguna, esta es una área que requerirá de ajustes continuos con miras a mejorarla, ajustes que se traducen en esfuerzos de investigación.

Algo parecido, a lo del párrafo anterior, se puede decir respecto al objetivo 2.2 (Definir la forma de entrega de los servicios y productos de información a las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT). En el futuro inmediato se podrán esperar variantes substanciales en esta área, ya que posiblemente el usuario se vea motivado por los cambios tecnológicos en su entorno y también para ese entonces se encuentre mejor capacitado para desenvolverse en el ambiente electrónico. Es necesario continuar investigando este tema.

Por último, con respecto al objetivo 2.3 (Definir el formato para la evaluación de los servicios y productos de información para las instituciones teológicas protestantes vinculadas a la RLIT), se debe decir que este es un tema muy amplio, y que son numerosas las posibilidades de evaluación para los SPI. Dada esta característica, se hace necesario pensar detenidamente en la evaluación de aquellos aspectos que realmente son relevantes para los SPI que la RLIT ofrezca. La presente investigación ofrece un modelo para evaluar la utilidad de los SPI. Para abordar en el detalle necesario este tema se requerirá de una investigación aparte.

Dada la importancia que tiene el tema de las “necesidades de información” es conveniente que éstos se realicen periódicamente. El presente estudio es en realidad una “fotografía” que alguien que entró en el escenario de las instituciones teológicas latinoamericanas “tomó” de las necesidades de información de éstas. Es un hecho que otra “fotografía” revelaría cambios en los detalles producto de variaciones en los planes globales. Estos cambios pudieran demandar ajustes en las estrategias que se utilizan en el abordaje de este aspecto tan importante para los sistemas de información. Ahora resta sugerir la frecuencia con que se han de tomar las imágenes de estas necesidades. Ya se ha señalado que las necesidades de información de este tipo de usuario son más constantes en el tiempo, dado que una institución no realiza cambios de la noche a la mañana. Por lo tanto, se considera conveniente realizar los cortes cada dos años. En este proceso es necesario procurar el mejoramiento del método, las técnicas y los instrumentos.

Debido a la relevancia que tiene el usuario para los sistemas de información, es conveniente utilizar la información reunida en este trabajo para el proceso de capacitación del recurso humano en esta área. La RLIT ya ha contemplado en sus planes la capacitación del recurso humano, en la forma de talleres y específicamente en el campo de la bibliotecología teológica. La información proporcionada por esta investigación puede ser parte de la base teórica para el diseño de talleres de este tipo, en cuanto al usuario se refiere. Por lo tanto, se recomienda adaptar la información de este documento a una versión apropiada para capacitar al recurso humano de las UIT en el tema del usuario de la información teológica.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Abels, Eileen G; Kantor, Paul B.; Saracevic, Tefko. "Studying the cost and value of library and information services: applying functional cost analysis to the library transition". Journal of American Society for Information Science. 47(3):217-227, 1996.
- Andaleeb, Syed Saad; Simmonds, Patience L. "Explaining user satisfaction with academic libraries". College & Research Libraries. 59(12):156-167, Mar., 1998.
- Arellano G., F. Jaime. Elementos de investigación: la investigación a través de su informe. San José: UNED, 1980.
- ATLA: la base de datos en religión: sección latinoamericana. Evanston, Ill.: American Theological Library Association (emisión 1997).
- ATLA Religion database on CD-ROM. Evanston, Ill.: American Theological Library Association (issue 1994).
- Baldwin, Nancy Sadler; Rice, Ronald E. "Information-seeking behavior of securities analysts: individual and institutional influences, information sources and channels, and outcomes". Journal of the American Society for Information Science. 48(8):674-693, Aug., 1997.
- Barret, David B.; Johnson, Todd M. "Annual statistical table on global mission: 1999". International Bulletin of Missionary Research. 23(1):24-25, Jan., 1999.
- Bibliografía Teológica Comentada. Buenos Aires: Instituto Superior de Estudios Teológicos, 1973-1990.
- Bibliografía Bíblica Latino-Americana. São Bernardo do Campo, São Paulo: Programa Ecueménica de Pós-Graduação en Ciemcias da Religião, 1989-.
- Blanc Macías, Marcelo. Cómo investigar. 2a. ed. San José, C.R.: UNED, 1981.
- Bonilla, Gildaberto. Cómo hacer una tesis de graduación con técnicas estadísticas. 2a. ed. San Salvador, El Salvador: UCA, 1995.
- Bookstein, A.; Lindsay, A. "Questionnaire ambiguity: a raschscaling model analysis." Library Trends. 38(2):215-236, Fall, 1989.
- Brenes Chacón, Albam. Los trabajos finales de graduación: su elaboración y presentación en las ciencias sociales. San José: EUNED, 1992.
- Broady, J. E. "Costing of bibliographic services". Journal of Librarianship and Information Science. 29(2):89-94, Jun., 1997.

- Busha, Charles H. Métodos de investigación en bibliotecología: técnicas e interpretación. 1a. ed. México: UNAM, 1990.
- Bushing, Mary. "The library's product and excellence". Library Trends. 45(3):384-400, Winter, 1995.
- Campbell, Donald T.; Stanley, Julian. Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1980.
- Carvajal Guillén, Carlos Alberto. Desarrollo de una escala actitudinal hacia el trabajo docente de los profesores de la Facultad de Educación de la Universidad de Costa Rica. Tesis de Maestría en Educación, Universidad de Costa Rica, 1991.
- Castells, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza Editorial, 1997-1998 (vol. 1: La sociedad red).
- Catt, Martha E. "The Olympic Training Field for Planning Quality Library Services". Library Trends. 43(3):367-383, Winter, 1995.
- Chacón Alvarado, Lucía. "Estudios de usuarios: revisión de literatura". Boletín de la Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información de la U.N.A. 9(1):23-27, 1991.
- Chacón P., Rosalina; Esquivel A., Juan Manuel. Desarrollo, prueba y validación de la Escala para medir el nivel afectivo de estudiantes universitarios hacia un curso. San José: Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigación para el Mejoramiento de la Educación Costarricense, 1982.
- Comunidad de Educación Teológica Ecuménica Latinoamericana y Caribeña. Catálogo de CETELA. Comunidad de Educación Teológica Ecuménica Latinoamericana y Caribeña; editor Amilcar Ullos. Medellín: CETELA, 1999.
- Cooper, Harris; Hedges, Larry V. The handbook of research synthesis. New York: Russell Sage Foundation, 1994.
- Córdoba, Saray. "Aplicación de la metodología participativa para la formación de usuarios". Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información. 6(2):13-18, Jul.-Dic., 1991.
- Córdoba, Saray. "Estudiando las necesidades del usuario a partir de su práctica". Revista AIBDA. 17(2):149-161, Jul.-Dic., 1996.
- Courtis, John. Mercadeo de servicios. México, D. F.: Ediciones Ventura, 1989.

- Cram, Laura. "The Marketing Audit: Baseline for Action". Library Trends. 43(3):326-348, Winter, 1995.
- Crawford, Susan. "Information needs and uses". Annual Review of Information Science and Technology. 13:61-81, 1978.
- Crowther, Warren; Cubero Venegas, Flor; Sibille, Mafalda. Estrategias de información: un enfoque para la gestión pública. San José, C.R.: ICAP, 1990.
- Cubero Venegas, Flor. A qualitative approach to the study of information needs of policy makers in Costa Rica. Toronto: University of Toronto, 1991 (tesis doctoral).
- De Horowitz, Rosario Gassol. "Literacy and development in the Third World: could librarianship make a difference?". IFLA Journal. 19(2):170-180, 1993.
- Derr, Richard L. "A conceptual analysis of information need". Information Processing and Management. 19(5):273-278, 1983.
- Derr, Richard L. "Information seeking expressions of users". Journal of the American Society for Information Science. 35(2):124-128, 1984.
- Devadason, Francis Jawahar; Lingam, Pandala Pratap. "A methodology for the identification of information needs of users". IFLA Journal. 23(1):41-51, 1997.
- Diccionario de la Lengua Española. Madrid: Real Academia Española, 1984.
- Dorrego, Elena. "Modelo para la producción y evaluación de medios instruccionales, aplicados al video y al software". Revista de Tecnología Educativa. 12(3):313-330.
- Eager, Carolyn; and Oppenheim, Charles. "An observational method for undertaking user needs studies". Journal of Librarianship and Information Science. 28(1):15-23, March, 1996.
- Echeverría Herrera, Liliana; Flores Montero, Corina; Jiménez Montero, Ana María. Adaptación de la escala de inteligencia Weschler para niños - revisada (WISC-R) a la población escolar de la provincia de San José. Tesis de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica, 1980.
- Educación teológica en situaciones de sobrevivencia. -- [San José, C.R.]: Programa de Educación Teológica, Consejo Mundial de Iglesias, [1991].
- Enciclopedia Interactiva Santillana. [S. l.]: Santillana Publishing Co., Inc. and Chinon America Inc 1995. (CD-ROM).

- Fernández-Aballí, Isidro. "La información: un recurso esencial para el desarrollo". Infolac. 9(3):3-10, 1996.
- Fernández de Zamora, Rosa María (1991). "Library resources in Latin America: a general panorama". IFLA Journal. 17(1):.45-54, 1991.
- "Focusing on customers". Library Review. 44(5):30-32, 1995.
- Ford, Geoffrey. Directrices para los estudios relativos a los usuarios de la información: versión experimental. París: UNESCO, 1981.
- Ford, Geoffrey. User studies: an introductory guide and select bibliography. University of Sheffield: Center for Research on User Studies, 1977.
- Garza Mercado, Ario. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales. México, D.F.: El Colegio de México, 1987.
- Gibson, Paul. "Information audits: can you afford not to?" Library Manager. (17):12-13, April, 1996.
- Gilmore, Alec. International directory of theological colleges. Geneva: WCC Publications, 1997.
- Gluck, Myke. "Exploring the relationships between user satisfaction and relevance in information systems". Information Processing & Management. 32(1):89-104, 1996.
- Gómez Barrantes, Miguel. Elementos de estadística descriptiva. San José: EUNED, 1992.
- Goodfellow, J. H. "El mercadeo de bienes y servicios como un concepto multidimensional." En: El libro del año en mercadeo. Bogotá: LEGIS, 1991. (p. 232-246)
- Gorchels, Linda M. "Trends in Marketing Services." Library Trends. 43(3): 494-509, Winter, 1995.
- Gorman, Paul N. "Information needs of physicians". Journal of the American Society for Information Science. 46(10):729-736, 1995.
- Haannabus, Stuart. "The importance of user studies". Library Review. 36:122-127, Summer, 1987.
- Harrod, Leonard Montague. Harrod's librarian's glossary of terms used in librarianship and the books crafts and reference books. 5. ed. Vermont: Gower, 1984.
- Heck III, Charles Van. "Use and user studies: an application to theological libraries". Journal of Religious & Theological Information. 1(1):97-111, 1993.

- Hendry, David G.; Harper, David J. "An information-seeking environment". Journal of the American Society for Information Science. 48(11):1036-1048, 1997.
- Hernández Bonilla, Pablo; Matarrita Baccá, Rosaura. Elaboración de escalas para medir actitud hacia la física y el aprendizaje de la física. San José: Oficina de Publicaciones de la Universidad de Costa Rica, 1991.
- Herrera, Rocío; Lotero, Libia; Rua, Ivan. "Los estudios de usuarios en las bibliotecas universitarias". Revista Interamericana de Bibliotecología. 3(1-3):281-300, En.-dic., 1980.
- Hipsman, Jacqueline L. "Strategic Planning for Academic Libraries". Technical Services Quarterly. 13(3/4):85-104, 1996.
- Horne, Esther E. "Question generation and formulation: and indication of information needs". Journal of the American Society for Information Science. 34 Jan. 1983, p. 5-15.
- Hudgens, Ric. "From the director of indexes: are there errors in the religion database? (Part one)". ATLA Newsletter, May 1999, pp. 26-28).
- Human Development Report, 1998 United Nations Development Programme. Este informe se puede ubicar en Internet, en: [http:// www.undp.org/hdro/e98over.htm](http://www.undp.org/hdro/e98over.htm).
- Information for a changing society:some policy considerations. Paris: OCDE, 1971.
- Instituto Colombiano de Normas y Técnicas de Certificación. Normas técnicas colombianas sobre documentación: tesis y otros trabajos de grado. Santafé de Bogotá: Icontec, s.f.
- Jagannathan, Neela. "Library and Information Services for Distance Learners". Resource Sharing & Information Networks. 11(1/2):159-170, 1996.
- Johnson, Diane Tobin. "Focus on the library customer: revelación, revolution, or redundancy". Library Trends. 43(3):318-325, Winter, 1995.
- Kansfield, Norman. "Envisioning a world future for theological libraries: the World Conference of Associations of Theological Institutions and the American Theological Library Association". Summary of Proccedings of the American Theological Library Association. 48:137-147, 1994.
- Kaye, David. "The nature of information". Library Review. 44(8):37-48, 1995.
- Kendall, Maurice G.; Buckland, William R. Diccionario de estadística. Madrid: Ediciones Pirámide, 1980.

- Kennedy, Lynn; Cole, Charles; Carter, Susan. "Connecting online search strategies and information needs: a user-centered, focus-labeling approach". RQ 36(4):562-568, Summer, 1997.
- Kennedy, Mary Lee. "Positioning Strategic Information: Partnering for the Information Advantage". Special Libraries. 87(2):120-131, Spring 1996.
- Kerlinger, Fred N. Investigación del comportamiento. 2a. ed. México: McGraw-Hill, 1988.
- Kidston, J. S. "The validity of questionnaire responses". Library Quarterly. 55:133-150, Abril, 1985.
- Kinnell, Margaret. "Quality Management and Library and Information Services: Competitive Advantage for the Information Revolution". IFLA Journal. 21(4):265-273, 1995.
- Kleiner, Jane P. y Hamaker, Charles A. "Libraries 2000: transforming libraries using document delivery, needs assessment, and networked resources". College & Research Libraries. 58(4):355-374, Jul., 1997.
- Koenig, Michael E. D.; Goforth, Johanna. "Libraries and the cost recovery imperative". IFLA Journal. 19(3):261-279, 1993.
- Kotler, Phillip, Armstrong, Gary. Dirección de mercadotecnia. México: Prentice Hall, 1990.
- Ladrón de Guevara C., Laureano. Metodología de la investigación científica: problemas del método en ciencias sociales. Bogotá: Universidad Santo Tomás, 1983.
- Lankaster, F. W. Evaluación y medición de los servicios bibliotecarios. México: UNAM, Dirección General de Bibliotecas, 1983.
- Lancaster, F. W. Pautas para la evaluación de sistemas y servicios de información. París: UNESCO, 1978.
- Line, Maurice B. "Access Versus Ownership: How Real an Alternative Is It?". IFLA Journal. 22(1):35-41, 1996.
- Liu, Mengxiong; Redfern, Bernice. "Information-Seeking Behavior of Multicultural Students: A Case Study at San Jose State University". College & Research Libraries. 58(4):348-354, Jul., 1997.
- López, Ligia María; Van Patten de Ocampo, Elia María. Investigación bibliográfica y presentación de un trabajo escrito. San José: UNED, 1979.
- Magaloni de Bustamente, Ana María. Una alternativa para evaluar y diseñar servicios especializados de información documental. México: CUIB, 1984.

- Martin K., Susan. Library 1986-networks: 1987. London: Knowledge industry Publ., 1986.
- Miranda, Antonio Lisboa Carvalho de. "Globalización y sistemas de información: nuevos paradigmas y nuevos desafíos". Ciência da Informação. 25(3):308-313, Set.-Dic., 1996.
- Montaño de Mayolo, Piedad. "El especialista en información recurso estratégico en la formación de la inteligencia competitiva". Revista AIBDA. 18(2):97-114
- Montero Solano, Emeris Rocío. Estudio de usuarios de la Biblioteca Pública de Hatillo. San José, C.R.: Universidad de Costa Rica, 1993. (Tesis de licenciatura)
- Nichols, John V. "Using Future Trends to Inform Planning/Marketing". Library Trends. 43(03):349-366, Winter, 1995.
- Niyonsenga, Theophile; Bizimana, Bernard. "Measures of Library Use and User Satisfaction with Academic Library Services". Library & Information Science Research. 18(3)225, 1996.
- Núñez Paula, Israel. "Acerca de la metódica de estudio de las necesidades informativas: las necesidades peculiares de información". Actualidades de la información científica y técnica. 5(136):21-52, 1987.
- Núñez Paula, Israel. "Reingeniería aplicada a sistemas y entidades bibliotecarias y de información". Ciencias de la Información. 27(2):58-73, junio 1996.
- Olaisen, Johan L. "Pricing strategies for library and information services". Libri. 39(4):253-274, 1989.
- Osiobe, Stephens A. "Free access: providers an users of information - Reactions in a developing economy". Library Review. 38(4):7-14, 1989.
- Páez-Urdaneta, Iraset. Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional: retos y oportunidades. Caracas: Instituto de Estudios del Conocimiento; Universidad Simón Bolívar / Consejo de Investigaciones Científicas, 1992a.
- Páez-Urdaneta, Iraset. "Information in the Third World". International Library Review. 21(2):177-191, Apr., 1989.
- Páez Urdaneta, Iraset. "Pautas para la investigación de los usuarios y los servicios". Infolac. 4(3):3-5, Jul.-Sep., 1991a; 4(4):2-5, Oct.-Dic., 1991b; 5(1):2-6, Ene.-Mar., 1992b.
- Pagaza García, Rafael. Manual para obtener indicadores como apoyo a la evaluación de servicios bibliotecarios en instituciones de educación superior. México: CUIB, 1989.

- Paskoff, Beth. "Networks and networking: how and why special libraries should be involved". Special Libraries. 80(2):94-100, Spring, 1989.
- Pérez, Alvaro. La bibliografía teológica en America Latina. Conferencia para el "Encuentro de Bibliotecarios Teológicos Latinoamericanos, 15 al 18 de julio de 1996a, San José, Costa Rica".
- Pérez, Alvaro. "El futuro de la bibliotecología". Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información. 11(1-3):, Ene-Dic., 1996b.
- Pérez Alvaro. Propuesta de una red latinoamericana de servicios de información especializada en teología. San José, C.R.: Universidad de Costa Rica, 1994. (Tesis de licenciatura)
- Pérez, Alvaro. Theological librarianship: a perspective from a developing region. Ponencia presentada en la Fifty-sixth Annual Conference of the American Theological Library Association, 9-12 de junio de 1999, Chicago, USA (aparecerá en el "Summary of Proceedings of ATLA, año 1999).
- Powell, Ronald R. Basic research methods for librarians. 2da. ed. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1991.
- Poupard, Paul, dir. Diccionario de las religiones. Barcelona: Herder, 1987.
- Pritchard, Sarah M. "Determining Quality in Academic Libraries". Library Trends. 44(3):572-594, Winter, 1996.
- Red Latinoamericana de Información Teológica. Estatutos. (Aprobados en La Paz, Bolivia, el día 22 de julio de 1998, en el II Encuentro de Bibliotecarios Teológicos Latinoamericanos).
- Religious and Theological Abstracts. Myerstown, Pa.: Religious & Theological Abstracts, Inc., 1957-
- Religious studies review. [Hanover, Pa.] : Council on the Study of Religion, 1975- .
- Rincón Rincón, Hernán. "Usuarios de la información". Ridecab. 5(10):19-29, 1984.
- Rojas Fortado, Gladys. Elaboración de la escala para atribuciones causales para rendimiento académico y afiliación (BACRA). Tesis de Maestría en Educación, Universidad de Costa Rica, 1992.
- Rojas Gutiérrez, Estrellita. El usuario de la información. San José, C.R.: EUNED, 1998.

- Román Haza, Ma. Trinidad. "Los cuestionarios". Investigación bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información. 4(8):33, Ene-Jun., 1990.
- Rowley, Jennifer. "Price and the marketing environment for electronic information". Journal of Librarianship and Information Science. 29(2):95-101, Jun., 1997.
- Rozo, Dora; Garzan, Ma. Eugenia. Tesaurus de documentación e información. Bogotá: FID, 1980.
- Santos Rosas, Antonia y Calva González, Juan José. "Identificación de las necesidades de información del usuario: un estudio". Documentación de las Ciencias de la Información. 20:207-223 (Servicio de Publicaciones de U.C.M. de Madrid, 1997)
- Saracevic, Tefko; Kantor, Paul B. "Studying the value of library information services. Part I. Establishing a theoretical framework". Journal of the American Society for Information Science. 48(6):527-541, Jun., 1997a.
- Saracevic, Tefko; Kantor, Paul B. "Studying the value of library information services. Part II. Methodology and taxonomy". Journal of the American Society for Information Science. 48(6):527-541, Jun., 1997b.
- Saracevic, Tefko ; Wood, Judith B. "Los usuarios y los estudios sobre usuarios". Ridecab. 3(6):7-36, 1982.
- Sarceño Zepeda, Eduardo Enrique. Análisis estadístico descriptivo. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala (Editorial Universitaria, Colección Aula), 1984.
- Schrodt, Paul. "Theological librarianship and theological education". En: ATLA. The ATLA: essays in celebration of the first fifty years, 1996.
- Science of Religion: abstracts and index of recent articles. Cambirdge, Eng.: International Association for the History of Religions, 1975-.
- Searing, Susan E. "Meeting the information needs of interdisciplinary scholars: issues for administrators of large university libraries". Library Trends. 45(2):315-342, Fall, 1996.
- Sequeira Ortiz, Deyanira y Zaida Sequeira Ortiz. La Bibliotecología como ciencia. San José: Publitex, 1988.
- Sequeira Ortíz, Zaida. "Hacia un modelo de evaluación de sistemas y servicios de información". Revista AIBDA 1(4):67-77, 1993.
- Smith, N.R. "The Golden Triangle : Users, Librarians and Suppliers in the Electronic Information Era". Information Services and Use (Amsterdam) 13(1):17-24, 1993.

- Talbot, Dawn E.; Lowell, Gerald R.; Kerry Martin. "From the user's perspective - the UCSD libraries user survey project". The Journal of Academic Librarianship. p. 357-364, sept., 1998.
- Teología en Contexto: información sobre aportes teológicos desde Africa, Asia, Oceanía y América Latina. Aachen, Alem.: Instituto de Misionología, 1991-.
- Thong, James Y. L.; Chee-Sing Yap. "Information systems effectiveness: a user satisfaction approach. Information Processing & Management. 32(5):601-610, 1996.
- Tocatlian, Jacques. "Formación de usuarios de la información: programas, problemas y perspectivas". Boletín Unesco para bibliotecas. 32(6):382-390, 1978.
- Tuominen, Kimmo. "User centered discourse: an analysis of the subject positions of the user and the Librarian". Library Quarterly. 67(4):350-371, 1997.
- Van der Walt, H. E. A.; P. A. Van Brakel. "Method for the evaluation of the retrieval effectiveness of a CD-ROM bibliography database". South African Journal of Library and Information Science. 59(1):32-42, Mar., 1991.
- Webb, Terry D. "Exploiting Online Potential: Information, National Development, and Libraries". IFLA Journal. 22(4):285-291, 1996.
- Wedgeworth, Robert. "A View toward Library Users". IFLA Journal. 22(4):277-279, 1996.
- Weingand, Darlene E. "What Do Products/Services Cost? How Do We Know?". Library Trends. 43(3):401-408, Winter, 1995a.
- Weingand, Darlene E. "Preparing for the New Millennium: The Case for Using Marketing Strategies. Library". Trends. 43(03):295-317, Winter, 1995b.
- Wijngaert, Lidwien van de. "A users' perspective on information services". Information Services & Use. 16(2):103-121, 1996.
- Wilkins, Janie L. Hassard y Gloria J. Leckie. "University professionals and managerial staff: information needs and seeking". College & Research Libraries. p. 561-574, Nov., 1997.
- Wilson, T. D. "On user studies and information needs". Journal of Documentation. 37(1):3-15, 1981.
- Wolpert, Ann. "Services to Remote Users: Marketing the Library's Role". Library Trends. 47(1):21-41, Summer, 1998.

Zaldívar Collazo, Modesto. “Políticas y estrategias en la sociedad de la información”. Ciencias de la Información. 29(3):33-40, Set., 1998.

APENDICES

Apéndice no. 1: cronograma

LISTA DE ACTIVIDADES A REALIZAR

- a Revisión de los objetivos de la investigación
- b Revisión final del cuestionario
- c Validación del cuestionario
- d Presentación de examen de candidatura
- e Envío del cuestionario a las organizaciones
- f Ampliación de marco teórico sobre necesidades de información
- g lecturas sobre servicios y productos de información
- h Desarrollo una propuesta tentativa
- i Tabulación de los cuestionarios
- j Análisis de la información
- k Revisión final de la propuesta
- l Redacción del informe final de investigación
- m Defensa de tesis

CRONOGRAMA

	AGO-98				SET-98				OCT-98				NOV-98				ABR-99				MAY-99				JUN-98					JUL-99				AGO-99			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
a	■	■																																			
b		■																																			
c			■	■																																	
d						■																															
e														■																							
f														■	■	■																					
g														■	■	■																					
h																		■	■	■																	
i																			■	■																	
j																						■	■														
k																							■	■													
l																											■	■									
m																																					■

NOTA: Las actividades aparecen verticalmente en la primera columna. Los números en la segunda bajo el nombre de cada mes corresponden a cada una de las semanas.

## Apéndice no. 2: cuestionario

**CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES DE INFORMACION  
DE LAS INSTITUCIONES TEOLOGICAS PROTESTANTES LATINOAMERICANAS**

Estimado(a) señor(a) Rector(a)/Director(a): el presente cuestionario pretende recoger información sobre las necesidades de información de las instituciones teológicas protestantes latinoamericanas. La información que se recopile será utilizada en la elaboración de una propuesta de servicios de información que satisfagan dichas necesidades. También, el presente documento servirá como trabajo final de graduación para optar por el grado de Maestría en Educación con Mención en Educación y Bibliotecología. De antemano se le agradece su colaboración en este esfuerzo. Con la información que se obtenga de la aplicación de este cuestionario se espera lograr un resultado que sea de beneficio para las instituciones teológicas latinoamericanas. Los datos que usted brinde serán tratados de manera confidencial. Una vez lleno le rogamos enviar este cuestionario a:

Alvaro Pérez  
Apdo. 901-1000  
San José, Costa Rica  
Fax (506) 233-7531  
correo electrónico: [perquir@sol.racsa.co.cr](mailto:perquir@sol.racsa.co.cr)

### A. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCION

1. Nombre de la institución: \_\_\_\_\_

2. Dirección: \_\_\_\_\_

Apartado postal: \_\_\_\_\_

Ciudad: \_\_\_\_\_

País: \_\_\_\_\_

3. Teléfonos: \_\_\_\_\_

4. Fax: \_\_\_\_\_

5. Correo electrónico: \_\_\_\_\_

6. Dirección en Internet: \_\_\_\_\_

### B. TIPO DE INSTITUCION

7. ¿De qué denominación / organización es miembro o pertenece la institución? \_\_\_\_\_  
(por ejemplo, pertenecer a la Iglesia Metodista, ser parte de una facultad o escuela, etc.)

8. ¿A cuál de las siguientes categorías pertenece la institución?

1[] Instituto bíblico

2[] Departamento de una organización

3[] Programa de una organización

4[] Seminario Bíblico

5[] Escuela de una universidad

6[] Facultad de una universidad

7[] Institución de nivel superior

8[] Otros (especifique) \_\_\_\_\_

### C. INFORMACION ACADEMICA

9. ¿Qué grados académicos otorga la institución? (Puede marcar varias opciones)

1[] cursos básicos

2[] diplomado

3[] bachillerato

4[] licenciatura

5[] maestría

6[] doctorado

7[] Otros (especifique) \_\_\_\_\_

10. ¿En cuáles áreas básicas se ofrecen los programas? (Puede marcar varias opciones)

1[] Teología Pastoral

2[] Teología bíblica

3[] Teología sistemática

4[] Teología histórica

5[] Otros (especifique) \_\_\_\_\_

11. ¿En qué especialidades ofrecen los programas (por ejemplo: misionología, música sacra, educación cristiana, consejería pastoral)? Por favor, proporcione una lista:

_____	_____
_____	_____
_____	_____

12. ¿En qué modalidades ofrecen los programas?

- |                |                               |
|----------------|-------------------------------|
| 1[] Residencia | 2[] Por extensión             |
| 3[] ambos      | 4[] Otro (especifique): _____ |

13. ¿Cuáles actividades realizan en el plano académico y para las que se requiere el apoyo del/los sistema(s) de información?

- |   |   |
|---|---|
| 1[] Preparación de sílabos                      | 2[] Preparación de módulos                          |
| 3[] Preparación de clases                       | 4[] Planificación de nuevos cursos                  |
| 5[] Preparación de nuevos cursos                | 6[] Realización de tareas tradicionales de clase    |
| 7[] Trabajo de investigación (a nivel de tesis) | 8[] Investigación de tipo independiente             |
| 9[] Preparación de conferencias / charlas       | 10[] Escribir artículos                             |
| 11[] Escribir libros                            | 12[] Diseño de programas para nuevas especialidades |
| 13[] Otro (especifique) _____                   |   |

14. ¿Realizan actividades de investigación? Si responde afirmativamente señale el/los tipo(s).

- |                              |               |
|------------------------------|---------------|
| 1[] Bibliográfica            | 2[] De campo  |
| 3[] Hermenéutica             | 4[] Histórica |
| 5[] Otro (especifique) _____ |               |

#### D. CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACION

15. ¿Cuáles idiomas utilizan para consultar la información requerida para atender las demandas de información de las actividades académicas?

- |                              |               |             |
|------------------------------|---------------|-------------|
| 1[] Español                  | 2[] Portugués | 3[] Inglés  |
| 4[] Alemán                   | 5[] Italiano  | 6[] Francés |
| 7[] Otro (especifique) _____ |               |             |



## F. SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INFORMACION

20. De la siguiente lista ¿cuáles servicios y productos de información utiliza para atender las demandas de información de las actividades académicas?

- |   |   |
|---|---|
| 1[] Abstracts (índice con resúmenes)      | 2[] Bases de datos locales en línea           |
| 3[] Bases de datos remotas                | 4[] Bases de datos en CD-ROM                  |
| 5[] Bibliografías sobre temas específicos | 6[] Catálogos (ficheros de biblioteca)        |
| 7[] Difusión selectiva de información     | 8[] Tablas de contenido de revistas (alerta)  |
| 9[] Préstamo interbibliotecario           | 10[] Servicios de alerta (boletines)          |
| 11[] Indices                              | 12[] Transferencia electrónica de información |
| 13[] Otros (especifique) _____            |   |

21. ¿Cuáles modalidades de entrega de información considera más convenientes?

- |                                   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| 1[] Correo electrónico            | 2[] Correo ordinario (aéreo)  |
| 3[] Correo ordinario (superficie) | 4[] Fax                       |
| 5[] Servicio "courier" (DHL, OCS) | 6[] Teléfono                  |
| 7[] Website en Internet           | 8[] Otros (especifique) _____ |

## G. INFORMACION COMPLEMENTARIA Y PERTINENTE

22. ¿Desea agregar información adicional que usted considere importante con relación a las preguntas de este cuestionario?

NOMBRE Y CARGO DEL FUNCIONARIO QUE LLENA EL CUESTIONARIO: \_\_\_\_\_

FECHA

## Apéndice no. 3: Lista de instituciones (sujeto de estudio)

## NORTEAMERICA

Centro Cultural Mexicano	México
Comunidad Teológica de México	México
Seminario Episcopal San Andrés	México
Seminario Metodista de México	México
Seminario Nazareno Mexicano	México
Seminario Teológico Bautista	México
Seminario Teológico Presbiteriano de México	México

## CENTROAMERICA

Departamento Ecuménico de Investigaciones (DEI)	Costa Rica
Escuela Ecuménica de Ciencias de la Religión	Costa Rica
Escuela de Estudios Pastorales	Costa Rica
Instituto Misionológico de las Américas	Costa Rica
Seminario Nazareno de las Américas	Costa Rica
Universidad Bíblica Latinoamericana	Costa Rica
Seminario Bautista Latinoamericano	El Salvador
Seminario de Misiones	El Salvador
CEDEPCA	Guatemala
Instituto Bíblico Berea	Guatemala
Instituto Bíblico Guatemalteco	Guatemala
Instituto Federico Crowe	Guatemala
Seminario Anabautista Latinoamericano	Guatemala
Seminario Evangélico Presbiteriano	Guatemala
Seminario Teológico Nazareno	Guatemala
Universidad Mariano Galvez de Guatemala	Guatemala
Instituto Bíblico: Iglesia Evangélica y Reformada	Honduras
Seminario Bíblico de Santidad	Honduras
Seminario Teológico Bautista de Honduras	Honduras
Seminario Teológico Reformado Abierto	Honduras
Centro Intereclesial de Estudios Teológicos y Sociales (CIEETS)	Nicaragua
Instituto Bíblico y Seminario Moravo	Nicaragua
Seminario Teológico Bautista de Nicaragua	Nicaragua

## SURAMERICA

Centro de Preparacion de Líderes Cristianos "Emmanuel"	Argentina
Facultad Latinoamericana de Estudios Teologicos (FIET)	Argentina
Instituto Biblico Buenos Aires (IBBA)	Argentina

Instituto de Reflexion y Estudios Teologicos (IRET)	Argentina
Instituto Superior Evangelico de Estudios Teologicos (ISEDET)	Argentina
Instituto Teologico Bautista de Misiones	Argentina
Seminario Adventista Latinoamericano de Teologia (SALT)	Argentina
Seminario Bautista Evangelico Argentino (SEBEA)	Argentina
Seminario Biblico Nazareno	Argentina
Seminario Concordia	Argentina
Seminario Teológico Bautista	Argentina
ISEAT	Bolivia
Seminario Biblico de la Union Cristiana	Bolivia
Seminario Biblico Evangelico	Bolivia
Seminario Nazareno Boliviano	Bolivia
Seminario Teologico Bautista (Cochabamba)	Bolivia
Seminario Teologico Bautista (Santa Cruz)	Bolivia
Escola Superior de Teología (Sao Leopoldo)	Brasil
Facultade de Teología Nossa Senhora da Assunção	Brasil
Facultade Teologica Batista de Sao Paulo	Brasil
Facultade de Teologia de Igreja Metodista	Brasil
Instituto Teológico João Wesley	Brasil
Instituto Batista de Educacao Religiosa	Brasil
Instituto Concordia de Sao Paulo	Brasil
Instituto Ecumenico de Post-Graduação em Ciencias da Religiao	Brasil
Instituto Metodista Bennett	Brasil
Instituto Metodista Teológico "Joao Ramos Jr."	Brasil
Instituto Teologico Joao Wesley (Porto Alegre)	Brasil
ITEBA	Brasil
Seminario Teologico Batista	Brasil
Seminario Teologico Batista do Nordeste	Brasil
Seminario Teologico Batista do Norte do Brasil	Brasil
Seminario Teológico Bautista de Rio Grande do Sul	Brasil
Seminario Teologico Cristao Evangelico Brasil	Brasil
Seminario Teologico de Fortaleza	Brasil
Comunidad Teológica Evangélica de Chile	Chile
Seminario Adventista Latinoamericano de Teologia (SALT)	Chile
Seminario Biblico Nazareno	Chile
Seminario Teologico Bautista	Chile
Seminario Teológico Bautista de Chile	Chile
Dimension Educativa	Colombia
Programa Ministerial de Estudios Teológicos Abierto	Colombia
Seminario Biblico Alianza de Colombia	Colombia
Seminario Bíblico de Colombia	Colombia
Seminario Menonita de Colombia	Colombia
Seminario Teológico Presbiteriano	Colombia

CIET-AIECH	Ecuador
Centro de Estudios Teológicos Filadelfia (CETEFI)	Ecuador
Seminario Alianza	Ecuador
Seminario Bautista	Ecuador
Seminario del Pacto	Ecuador
Seminario Teológico Evangélico Los Andes	Ecuador
Seminario Teológico Nazareno Sudamericano	Ecuador
Seminario Teológico Bautista	Paraguay
Seminario Evangélico Peregrino	Perú
Seminario Bíblico Andino	Perú
Centro de Estudios y Retiro de Las Iglesias Menonitas	Uruguay
Programa Abierto de Capacitación Teológica	Venezuela
Seminario Evangélico de Caracas	Venezuela
CARIBE	
Seminario Evangélico de Matanzas	Cuba
Seminario Evangélico de Puerto Rico	Puerto Rico

#### Apéndice no. 4: Lista de elementos presentes en los productos de información consultados

El envase de este producto consta de dos partes: la caja que contiene, en este caso, el disco. Esta caja es aprovechada para colocarle estratégicamente, en los costados apropiados, información alusiva al producto. La carátula del disco también es aprovechada con fines parecidos. La carátula puede incluir los siguientes datos:

### 1. ENVASE

Consiste de la cubierta con una diagramación atractiva, mostrando concisa y precisamente la naturaleza, uso y potencial del producto. El envase incluye todos aquellos elementos que puedan transmitir lo anterior pero sin recargarla de información de forma tal que diluya el mensaje que se desea llegar al usuario. Los datos que aparecen en esta parte pueden incluir los siguientes:

- 1.1 Título del producto
- 1.2. Autor (editor, compilador, director)
- 1.3 Volumen
- 1.4 Año
- 1.5 Número
- 1.6 Editorial
- 1.7 Editor responsable
- 1.8 Número ISSN

### 2. CONTENIDO

El contenido puede constar de varias secciones. El número y tipo de secciones depende del gusto de los editores. En el material consultado se determinaron las siguientes: cubierta, anteportada portada, contraportada, preliminares, cuerpo principal de la obra y los índices.

- 2.1 Anteportada
  - 2.1.1 Título del producto
- 2.2 Portada

La portada interna contiene la información mínima y esencial sobre el producto. Estos datos generalmente están bien distribuidos y pueden incluir los siguientes:

- 2.2.1 Título del producto
  - 2.2.2 Volumen
  - 2.2.3 Año
  - 2.2.4 Número
  - 2.2.5 Editorial
  - 2.2.6 Lugar geográfico donde se encuentra la editorial
- 2.3. Contraportada

- 2.3.1 Grupo editorial responsable
- 2.3.2 Editor responsable
- 2.3.3 Dirección postal y de internet
- 2.3.4 Correo electrónico
- 2.3.5 Número ISSN
- 2.3.6 Lista de contribuidores
- 2.4. Preliminares
  - 2.4.1 Página de presentación
  - 2.4.2 Objetivo de la obra y el alcance de la misma
  - 2.4.3 Breve descripción e instrucción sobre su uso
  - 2.4.4 Esquema de clasificación que se utiliza en la obra
- 2.5. Cuerpo principal de la obra
  - 2.5.1 Sección 1
    - 2.5.1.1 Lista del material indizado.
    - 2.5.1.2 Lista alfabética de siglas de títulos de las revistas y el título completo.
    - 2.5.1.3 Títulos y direcciones de las revistas.
  - 2.5.2 Sección 2
    - 2.5.2.1 Organización de las referencias
      - Categorías temáticas jeraquizadas
      - Referencias bibliográficas en orden alfabético
        - Cada una es numerada secuencialmente
          - A partir del primer número que se publique del título
          - A partir del primer número volumen del año en curso
      - Categorías por temas bíblicos (según los libros de la Biblia)
        - Cada una de ellas se desglosa tanto como sea necesario
      - Las cuatro grandes categorías clásicas de la teología
  - 2.5.3 Sección 3
  - 2.5.4. Indices
    - 2.5.4.1 Indice de autores
    - 2.5.4.2 Indice por temas
    - 2.5.4.3 Indice de citas bíblicas

## BASES DE DATOS ELECTRÓNICAS

### 3. ENVASE

El envase de este producto consta de dos partes: la caja que contiene, en este caso, el disco. Esta caja es aprovechada para colocarle estratégicamente, en los costados apropiados, información alusiva al producto. La carátula del disco también es aprovechada con fines parecidos. La carátula puede incluir los siguientes datos:

- 3.1 Título del producto
- 3.2 Volumen

- 3.3 Año
- 3.4 Número
- 3.5 Casa editorial
- 3.6 Número ISSN

#### 4. CONTENIDO

- 4.1 Programa de instalación
- 4.2 Pantalla de presentación
  - 4.2.1 Título del producto
  - 4.2.2 Volumen
  - 4.2.3 Año
  - 4.2.4 Número
  - 4.2.5 Casa editorial
  - 4.2.6 Número ISSN
- 4.3 Menú de ayuda (cómo realizar búsquedas y ejemplos)
- 4.4 Menú con sus modalidades de búsqueda (álgebra booleana, por raíz truncada, etc.)
  - 4.4.1 Formato de despliegue (extendido, simple)
  - 4.4.2 Comandos de ejecución de la búsqueda
  - 4.4.3 Comando para despejar la línea de búsqueda
- 4.5 Exportación de la información (ASCII, RTF, Word, Wordperfect, etc.)
- 4.6 Puntos de acceso
  - 4.6.1 Palabra clave
  - 4.6.2 Descriptor
  - 4.6.3 Título
  - 4.6.4 Autor / editor
  - 4.6.5 Persona como tema
  - 4.6.6 Encabezamiento, descriptor
  - 4.6.7 Resúmenes
  - 4.6.8 Citas bíblicas
  - 4.6.9 Títulos de las revistas
  - 4.6.10 Publicador, casa editorial
  - 4.6.11 Idioma
  - 4.6.12 Tipo de registro
  - 4.6.13 ISBN, ISSN
  - 4.6.14 Año

Apéndice no. 5: ejemplo de la aplicación de la escala de Likert

**Objetivo:** Determinar la utilidad que tienen los SPI para las instituciones latinoamericanas de educación teológica.

Se desea evaluar la utilidad de los SPI que brinda la RLIT. Cómo percibe el usuario el apoyo que le brindan estos SPI para alcanzar el cumplimiento de sus tareas relacionadas con la actividad académica en los programas (puede escoger uno o incluirlos todos: educación por extensión, residencia, etc.). La forma de evaluar es la siguiente: va desde el número (1) hasta el número (5), donde el (1) significa que los SPI no contribuyen en nada y el (5) que los SPI contribuyen enormemente.

ITEMES	CALIFICACION				
	1	2	3	4	5
Son útiles para el trabajo individual de cada docente					
Aportan nuevas ideas al trabajo institucional					
Son importantes para la toma de decisiones					
Contribuyen a la compilación de bibliografías					
Son útiles para la preparación de conferencias					
Ahorran tiempo					
Contribuyen a la calidad de la investigación que se realiza					
Son útiles para asesorar a los estudiantes					
Contribuyen a la confianza en el trabajo realizado					
Son una fuente de actualización					
Son un componente importante en el dpto. de publicaciones.					
Contribuyen a validar la información disponible					
TOTALES					

Se deben evitar errores frecuentes en los diseños de estos instrumentos, por ejemplo: ignorar que hay variables continuas, la inclusión de muchas categorías, no definir bien el tema del estudio, no definir bien los conceptos, no identificar los constructos claves de la escala. El modelo básico de la mayoría de las escalas de actitud es una serie de enunciados, todos ellos referentes a un tema claramente definido, y que expresan actitudes favorables, neutrales o desfavorables frente al mismo. La persona a la que se aplica la escala indica si está o no de acuerdo o en desacuerdo, o que enunciado expresa mejor su propia actitud.

La construcción de la escala debe estar relacionada con el problema que se investiga. También es importante recordar que la validez de un instrumento está en función de su utilización en una situación determinada y que no todos éstos poseen validez universal. Esto significa que

dependiendo de lo que se desea investigar pudiera ser necesario diseñar un instrumento específico para tal fin. Desde la perspectiva de una investigación actitudinal el investigador determina aquellas que desea medir. El proceso para llegar a la construcción de la escala puede mostrarse por medio de un ejemplo, el cual emplea el procedimiento de rasgos sumados de Likert. Las fases o etapas de este proceso son las siguientes:

- 1.- Definición de lo que se desea medir.
- 2.- Sustento del enfoque mediante una teoría que proporcione apoyo.
- 3.- Identificación de los constructos<sup>24</sup> supuestamente críticos en la escala.
- 4.- Elaboración de un conjunto de ítems positivos y negativos correspondientes a cada constructo.
- 5.- Definición de la escala de respuestas de una forma a definir.

La información numérica cuantificable que se obtiene en las diversas etapas pasa por un análisis estadístico.

Apéndice no. 6: resumen estadístico de las respuestas al cuestionario  
(sólo aquellas cuyos datos no aparecen en su totalidad en el cuerpo del trabajo)

8: ¿A cuál de las siguientes categorías pertenece la institución?

	Inst. Bíb.	Depto.	Programa	Sem. Bíb.	Escuela	Facultad	Inst. Niv. Sup.	TOTAL
ABSOLUTO	2	2	0	16	2	4	13	39
PORCENT.	5.12	5.12	0	41.02	5.12	10.25	33.33	99.96

9: ¿Qué grados académicos otorga la institución?

	Cursos básicos	Diplomado	Bachiller.	Licenciat.	Maestría	Doctorado	TOTAL
ABSOLUTO	17	20	27	18	17	6	105
PORCENT.	16.19	19.04	25.71	17.14	16.19	5.71	99.98

10: ¿En cuáles áreas básicas se ofrecen los programas?

	Teol. pastoral	Teol. bíblica	Teol. sistemática	Teol. histórica	TOTAL
ABSOLUTO	26	33	26	21	106
PORCENT.	24.52	31.13	24.52	19.81	99.98

12. ¿En qué modalidades ofrecen los programas?

	Residencia	Extensión	Ambos	TOTAL
ABSOLUTO	12	7	15	34
PORCENT.	35.29	20.58	44.11	99.98

13. ¿Cuáles actividades realizan en el plano académico y para las que se requiere el apoyo del/los sistema(s) de información?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
ABSOLUTO	20	16	25	18	20	16	23	22	25	21	14	15	235
PORCENT.	8.51	6.8	10.63	7.65	8.51	6.8	9.78	9.36	10.63	8.93	5.95	6.38	99.93

1 Preparación de sílabos

3 Preparación de clases

5 Preparación de nuevos cursos

7 Trabajo de investigación (a nivel de tesis)

9 Preparación de conferencias / charlas

11 Escribir libros

2 Preparación de módulos

4 Planificación de nuevos cursos

6 Realización de tareas tradicionales de clase

8 Investigación de tipo independiente

10 Escribir artículos

12 Diseño de programas para nuevas especialidades

14. ¿Realizan actividades de investigación? Si responde afirmativamente señale el/los tipo(s).

	Bibliográfica	De campo	Hermeneútica	Histórica	TOTAL
ABSOLUTO	28	19	21	15	83
PORCENT.	33.73	22.89	25.3	18.07	99.99

15. ¿Cuáles idiomas utilizan para consultar la información requerida para atender las demandas de información de las actividades académicas?

	Español	Portugués	Inglés	Alemán	Italiano	Francés	TOTAL
ABSOLUTO	34	19	32	11	5	7	108
PORCENT.	31.48	17.59	29.62	10.18	4.62	6.48	99.97

16. ¿Cuáles formas tiene la información que consultan para atender las demandas de información de las actividades académicas?

	Bibliográfica (texto)	Cartográfica	Gráfica	Multimedia	Sonora	TOTAL
ABSOLUTO	34	25	26	23	15	123
PORCENT.	27.64	20.32	21.13	18.69	12.19	99.97

17. Presentación que tiene la información que se consulta para atender las demandas de información de las actividades académicas.

	Impresa	Microfilmada	Electrónica	TOTAL
ABSOLUTO	34	7	23	64
PORCENT.	53.12	10.93	35.95	100

18. Importancia que tienen los siguientes factores en la información requerida para atender las demandas de información de las actividades académicas (puede marcar más de uno).

	Actual	Disponible	Oportuna	Pertinente	Precisa	Relevante	TOTAL
ABSOLUTO	28	19	16	22	18	21	124
PORCENT.	22.58	15.32	12.9	17.74	14.51	16.93	99.98

19. ¿Qué recursos de información consultan para atender las demandas de información de las actividades académicas?

	Biblioteca de inst.	Otras bibliotecas	Internet	Otras redes de inform.	TOTAL
ABSOLUTO	34	30	23	8	95
PORCENT.	35.78	31.57	24.21	8.42	99.98

21. ¿Cuáles modalidades de entrega de información considera más convenientes?

	Corre elect.	Corre aéreo	Correo superf.	Fax	Serv. "courier"	Telef.	Internet	TOTAL
ABSOLUTO.	29	17	9	28	8	16	16	123
PORCENT.	23.57	13.82	7.31	22.76	6.5	13	13	99.96

Notas finales:

1 . La literatura sobre bibliotecológica en el campo de la teología, en general, hasta el año 1993 no señala que se hayan realizado investigaciones sobre los usuarios (Heck, 1993, p. 105).

2 . Tuominen, en su artículo, “User centered discourse: an analysys of the subject positions of the user and the Librarian”, hace todo un abordaje filosófico sobre este tema, sobre las posiciones que dos autores mantienen sobre este asunto (1997, p. 356).

3 . Estas son las características que se consideran para el presente trabajo, pero no son las únicas. Rojas Gutiérrez, en su obra El usuario de la información (1998), agrega las siguientes: accesibilidad, comprensividad, puntualidad, claridad, verificabilidad, credibilidad y manejabilidad (p. 47). Páez-Urdaneta también aborda el tema de las características, y cada una ellas va acompañada de indicadores para su respectiva valoración. Estas características son: accesibilidad (información de accesibilidad x), comprensividad (información de “comprensividad igual a x”), precisión (información “precisa” o de “precisión igual a x”), relevancia (información “relevante” vs información “superflua”), puntualidad (información de alta / baja puntualidad), claridad (información de alta / baja ambigüedad), flexibilidad (información “altamente compartible” o “de nivel de compartibilidad”), verificabilidad (información de “alta / baja verificabilidad”), imparcialidad (información con “x nivel de sesgo”), cuantificabilidad (información “cuantificable” vs información “no cuantificable”) ( 1992, p. 105).

4 . Aquí se hace la diferencia entre lo que tradicionalmente se conoce como el *lector* y que a veces se confunde con el concepto de *usuario*. Según Rojas Gutiérrez, el lector es “aquella persona que tiene el hábito de leer” y no necesariamente utiliza los servicios y productos de información de una unidad de información (Rojas, 1998, p. 40).

5 . Information for a changing society:some policy considerations. Paris: OCDE, 1971.

6 . Esto se puede ver y entender con mayor claridad en el artículo de Kennedy, Cole, y Carter, “Connecting online search strategies and information needs: a user-centered, focus-labeling approach” (1997), en el que abordan el modelo de Kuhlthau. Este modelo enfoca seis etapas de terminación de tareas, el cual ella obtuvo al estudiar el “proceso de búsqueda de información (PBI)” de varios grupos de estudiantes, entre ellos estudiantes de pre-grado que buscaban información para terminar una asignación. La primera etapa del PBI es la “iniciación”, cuando primeramente el estudiante recibe la asignación. La sexta y la última etapa es la presentación, en donde el estudiante termina la búsqueda y presenta los resultados. Cada una de las etapas intermedias del proceso - selección, exploración, formulación y recolección - sugieren una continua evolución, continuamente enfocando el concepto de necesidad de información. Las seis etapas del modelo PBI de Kuhlthau se han resumido de forma práctica para su mejor entendimiento: (a) Etapa pre-enfoque (etapas 1, 2 y 3 de Kuhlthau): Tareas primarias: el estudiante debe seleccionar un tema y localizar información general para entender la estructura del tema; (b) Etapa semi-enfoque (etapa 4 de Kuhlthau): El estudiante debe escoger un enfoque individualizado del cúmulo de información de antecedentes que ha obtenido; y (c) Etapa post-enfoque (etapas 5 y 6 de Kuhlthau): El estudiante debe reunir la

información específica para probar o desaprobar su tesis y presentar sus resultados. (1997, p. 564).

7 . Para que este término tenga sentido deberá ser ubicado en algún período histórico o dentro de un contexto socio-económico o en ambos. Puede que las bibliotecas virtuales sean consideradas tradicionales en un futuro muy cercano. Para algunos en el mundo desarrollado esto es ya usual, pero no en el mundo en desarrollo Tradicionalmente, y en términos muy amplios, la biblioteca es usualmente una oficina, o una sección de un centro bibliográfico, centro de documentación u oficina de investigación que brinda información sobre libros o temas. La organización provee las facilidades (Harrod's librarian's glossary of terms used in librarianship, documentation and the book crafts, 1984).

8 . Human Development Report, 1998 United Nations Development Programme. Se puede ver un informe de este grupo en: [http:// www.undp.org/hdro/e98over.htm](http://www.undp.org/hdro/e98over.htm).

9 . Una imagen de esto se puede ver en Educación teológica en situaciones de sobrevivencia.-- [San José, C.R.]: Programa de Educación Teológica, Consejo Mundial de Iglesias, [1991]. Desde entonces las condiciones económicas no parecen haber mejorado, es posible que hayan empeorado.

10 . Se prefiere el uso de este término por varias razones. Las instituciones pueden “afiliarse” por medio de una cuota, pero no todas lo hacen. Las que no lo hacen participan de igual manera. El vínculo es más a nivel de participación que de afiliación formal.

11 . Conjunto de comunidades religiosas o iglesias surgidas de la Reforma protestante del siglo XVI. El nombre procede de la protesta expresada por los luteranos contra los católicos en la segunda Dieta de Spira, 1529, “Protestamos ante Dios...” (Poupard, 1987, p. 809).

12 . Concepto amplio que incluye también los aspectos religiosos.

13 . En el cuerpo de la Iglesia, la condición y el conjunto de fieles no clérigos (Diccionario de la lengua española, 1984, v. 2, p. 812).

14 . Material diseñado para el estudio independiente, generalmente para estudiantes a distancia.

15 . Nota aclaratoria para dos conceptos: interdenominacional: que no está vinculado a un grupo en particular y que por lo tanto se relaciona con distintas iglesias; ecumenismo: movimiento que intenta conseguir la unidad de las Iglesias cristianas.

16 . HyperText Markup Language (Lenguaje de etiquetación de hipertexto). Standard Generalized Markup Language (Lenguaje de etiquetación de norma general ).

17 . Las referencias bibliográficas de estas obras se encuentran en la bibliografía citada y consultada.

18 . Para el detalle completo de estos elementos consultar el apéndice no. 4: lista de elementos presentes en los productos de información consultados.

19 . Tales como bancos de recursos (de distinta naturaleza), catálogos colectivos de publicaciones periódicas en teología, directorios (p.e. de unidades de información, de directorios de casas editoriales), información en texto completo, lenguajes controlados, listados para canje de publicaciones, y listados de marcadores ("bookmarks") de fuentes de información en Internet. Algo parecido se puede señalar con respecto a los servicios de información, como por ejemplo el acceso a "software" para unidades de información, capacitación de personal (en el procesamiento y manejo de información), difusión de información general, enlaces hacia puntos relevantes (en el Website de la RLIT), y reproducción de información electrónica, servicio de referencia (formato electrónico).

20 . Olaisen ofrece una reseña de varios métodos que se pueden utilizar como base para fijar precios y el cobro: (1) el precio óptimo, en donde se procura una ganancia sustancial; (2) precio de acuerdo al valor, permite la discriminación de precios, en la que a los usuarios se les cobra el precio que están dispuestos a pagar; (3) precio de la recuperación total del costo, garantiza la recuperación del costo total; y (4) la libre distribución de servicios es posible cuando se brinde un subsidio (1989).

21 . Esta es la instancia máxima de la RLIT.

22 . WAN (Wide area network), LAN (local area network).

23 . Esta tecnología ha evolucionado considerablemente. Ahora estos productos no tienen que ser solo de lectura.

24 . "Los términos concepto y constructo tienen significados similares, sin embargo existe una diferencia importante. El concepto expresa una abstracción formada por generalizaciones sustraídas de casos particulares, por ejemplo, peso, pesado. El constructo es un concepto con un sentido adicional, el de haber sido inventado o adoptado de manera deliberada y consciente para un propósito científico especial" (Kerlinger, 1980, p. 30,31). Un ejemplo de lo anterior puede ser el siguiente: (constructo) Creatividad; (Concepto) valor asociado con el trabajo que permite al profesor inventar cosas nuevas, diseñar productos y desarrollar nuevas ideas. Esta relacionado con el fomento de los intereses artísticos y científicos por parte del docente.