

**MANUAL DEL CENTRO
DE INFORMACIÓN DEPORTIVA**

**VERSIÓN EN CASTELLANO
COORDINADA POR:
JOSE AQUESOLO**



**JOSE AQUESOLO
MARIA-LLUISA BERASATEGUI
NERIDA CLARKE
JEAN-PAUL NIQUET
ALAIN PONCET**

**TRADUCCIÓN:
MYRIAM ELLE
CARMEN GARCÍA**

2000

© Comité Olímpico Internacional
Château de Vidy - C.P. 356 - 1007 Lausana
Suiza

Enero 2000

Fotos:

Allsport - Archivos COI - Biblioteca de l'Esport - Instituto
Andaluz del Deporte (IAD) - National Sport Information
Centre (Australian Sports Commission).

Maqueta:

T&T communication

Impresión:

Imprimerie Ruckstuhl S.A.

ISBN: 92-9149 057 1

ÍNDICE DE MATERIAS

PRÓLOGO (Juan Antonio SAMARANCH)

INTRODUCCIÓN (Nerida CLARKE)

1ª PARTE:

LOS CONCEPTOS – CLAVE RELATIVOS A LA ORGANIZACIÓN DE LOS CENTROS DE INFORMACIÓN DEPORTIVA

- 1.1 La materia prima: la información (Alain PONCET)
- 1.2 Los usuarios de la información (Nerida CLARKE)
- 1.3 Los soportes de la información: los documentos (Maria Lluïsa BERASATEGUI)
- 1.4 Las fuentes de información y el acceso a las mismas (Nerida CLARKE)
- 1.5 La conservación de los documentos (Maria Lluïsa BERASATEGUI)
- 1.6 El tratamiento de la información (Maria Lluïsa BERASATEGUI)
- 1.7 La búsqueda documental (Jean Paul NIQUET)
- 1.8 La circulación de la información (Jose AQUESOLO)
- 1.9 La comunicación y la promoción de los centros de información (Jose AQUESOLO)
- 1.10 El derecho de la información (Alain PONCET)
- 1.11 La financiación de los centros de información (Alain PONCET)
- 1.12 Las políticas de la información (Nerida CLARKE)

2ª PARTE:

RECOMENDACIONES PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN DEPORTIVA

- 2.1 El análisis de las necesidades (Nerida CLARKE)
- 2.2 El local (Maria Lluïsa BERASATEGUI)
- 2.3 El personal (Alain PONCET)
- 2.4 Las fuentes de información en deporte (Nerida CLARKE)
- 2.5 Las técnicas documentales (Jean Paul NIQUET)
- 2.6 Las tecnologías documentales (Jose AQUESOLO)
- 2.7 Los productos y servicios documentales (Alain PONCET)
- 2.8 La gestión de los centros de información (Nerida CLARKE)
- 2.9 El marketing de los centros de información (Jose AQUESOLO)

GLOSARIO

INFORMACIONES ÚTILES

BIBLIOGRAFÍA

PRÓLOGO

La historia del Olimpismo y del deporte ha llegado hasta nosotros gracias a libros y documentos de tiempos pasados que, afortunadamente, se han conservado.

El legado cultural que el Comité Olímpico Internacional se siente orgulloso de poder poner a disposición del público en la Biblioteca y Centro de Estudios e Investigaciones Olímpicas del Museo se basa en libros y documentos escritos por personas ilustradas, lo que nos permite hoy trazar de nuevo la historia hasta la Antigüedad.

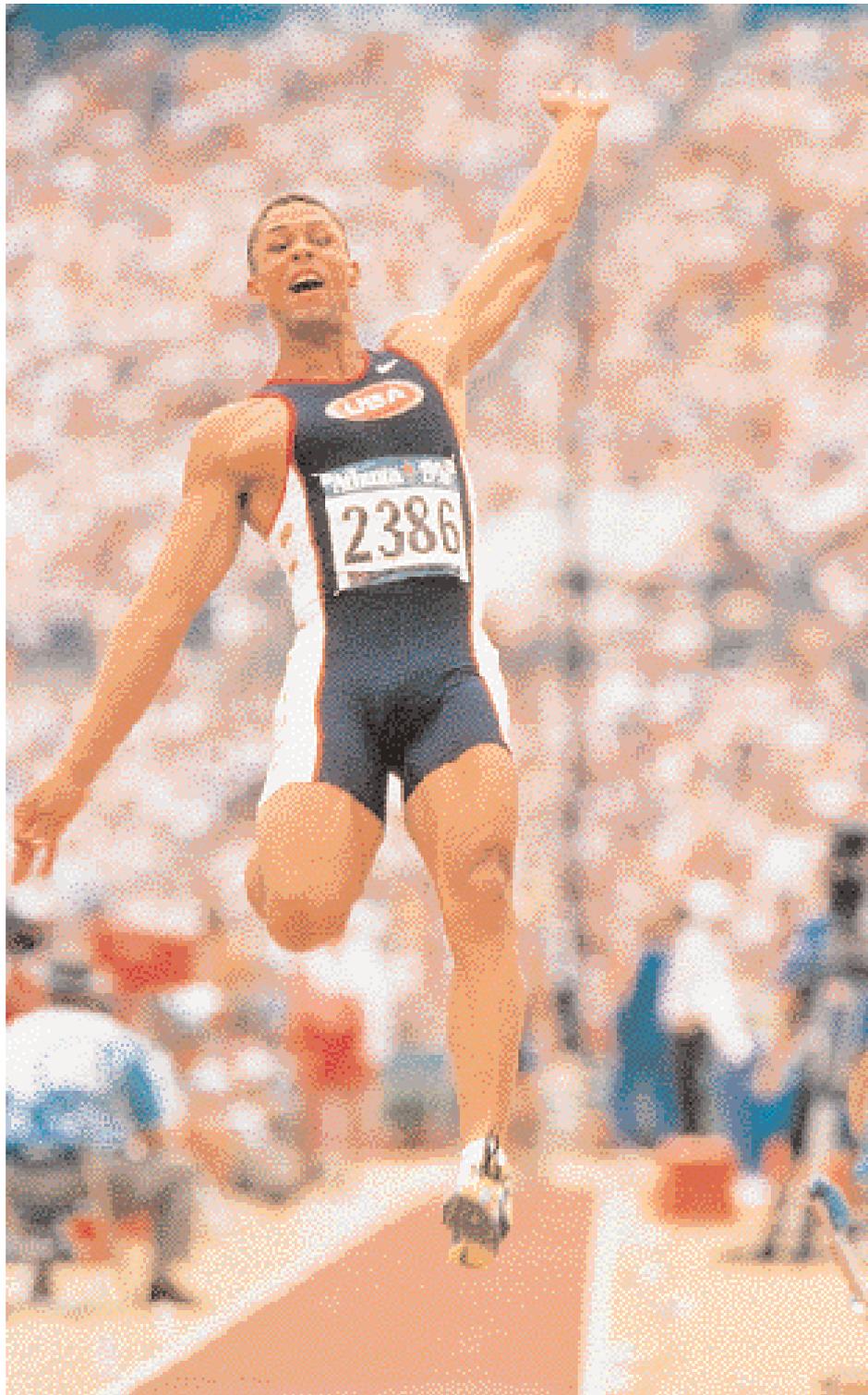
El fundador del Comité Olímpico Internacional, Pierre de Coubertin, fue el primer «historiador» de nuestra organización. Pedagogo y escritor de talento, Pierre de Coubertin nos ha legado una literatura que, un siglo después, sirve todavía como referencia para la educación olímpica.

Esta es la razón por la que animamos firmemente a todos los comités olímpicos nacionales a que creen centros de información y documentación para conservar su legado deportivo y olímpico. Precisamente dentro de este marco, hemos solicitado la cooperación de la Asociación Internacional para la Información Deportiva (IASI) para publicar el Manual del Centro de Información Deportiva.

Quiero aprovechar esta oportunidad para rendir homenaje a la IASI por su estrecha cooperación y dar las gracias a los autores Nerida Clarke, José Antonio Aquesolo, Jean-Paul Niquet y Alain Poncet, quien ha actuado asimismo como coordinador del proyecto, por su dedicación a este objetivo. Quiero agradecer también el trabajo de las traductoras Myriam Elle y Carmen García

Esperamos que los CON se pongan a ello, facilitando así a los investigadores y periodistas de sus respectivos países documentos e informaciones útiles para su trabajo.

Juan Antonio SAMARANCH
Marqués de Samaranch
Presidente del COI



INTRODUCCIÓN

Desde hace ya algún tiempo se viene sintiendo la necesidad de una publicación no técnica y de fácil lectura relativa a la creación y gestión de un centro de información deportiva. A este respecto, son sobre todo los países en vías de desarrollo los que han expresado la necesidad de directrices sobre la forma de crear y gestionar tales centros, teniendo en cuenta que no siempre se dispone de las competencias y los conocimientos necesarios en este ámbito del deporte.

Esta publicación ha sido elaborada por la Asociación Internacional para la Información Deportiva con objeto de reunir la pericia y la experiencia colectiva de sus miembros a fin de presentar al lector los principales conceptos de la gestión de la información deportiva. El manual también pretende ofrecer directrices prácticas para la provisión de servicios de información deportiva en todo el mundo.

IASI ha tratado de presentar un manual de fácil lectura, evitando las explicaciones demasiado extensas y el uso de una jerga complicada. La primera parte del manual subraya los conceptos clave relativos a la organización de centros de información, y la segunda parte contiene recomendaciones para la creación de un centro de información deportiva. Conviene observar, sin embargo, que en el ámbito del deporte la gestión de la información se está volviendo cada vez más compleja y que hay una creciente necesidad de formación profesional en este ámbito. Este manual debe ser considerado como un punto de partida para los que estén interesados en la gestión de la información deportiva, y no como sustituto de una formación reglada que imparta estos conocimientos.

Cabe esperar que este manual contribuya en cierto modo al desarrollo de centros de información deportiva en los países que deseen

crear sus propios centros. También es de esperar que en el futuro dichos países se integren en la Asociación Internacional para la Información Deportiva, una asociación que goza de reconocimiento internacional como el principal organismo para los profesionales que trabajan en servicios de información deportiva.

Nerida CLARKE
Presidente de IASI

Nota al lector

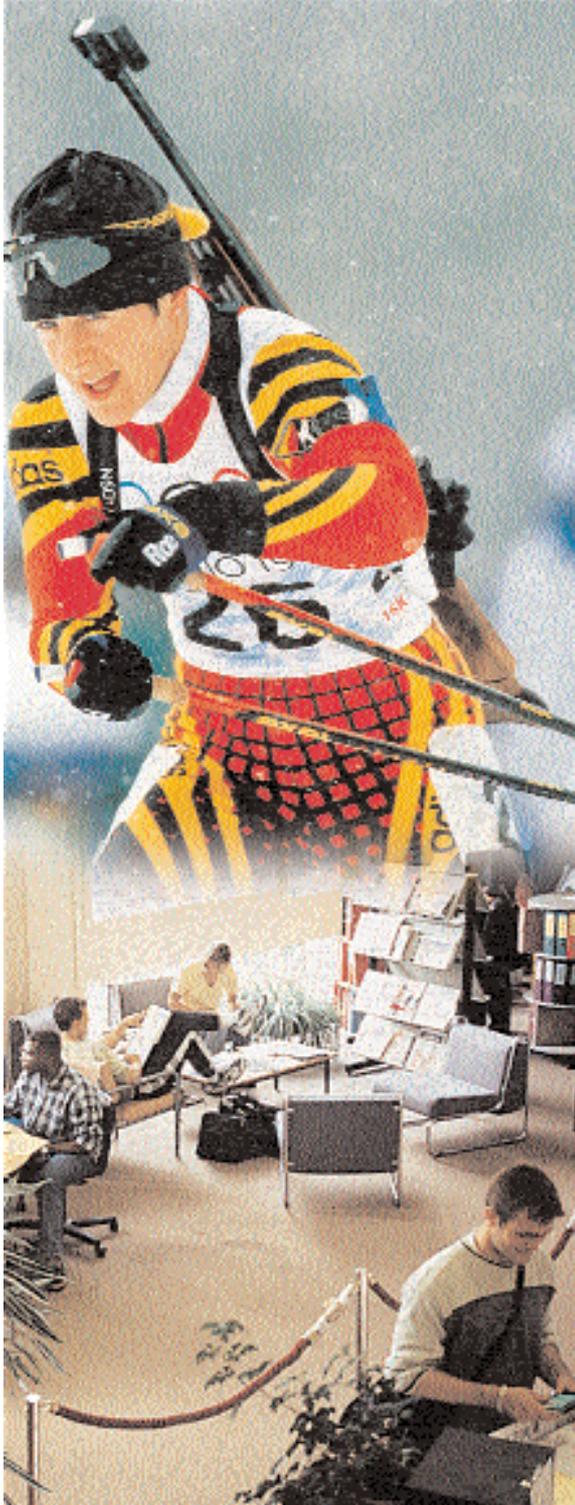
La bibliografía incluida al final de la obra ha sido seleccionada por los autores siguiendo criterios de universalidad y accesibilidad de las obras elegidas. Las referencias se indican en el texto mediante un número entre [].

El lector podrá remitirse al glosario al final del manual para encontrar el significado de los principales conceptos y términos utilizados en el mismo.



1ª PARTE

LOS CONCEPTOS - CLAVE
RELATIVOS
A LA ORGANIZACIÓN
DE LOS CENTROS
DE INFORMACIÓN
DEPORTIVA



1.1 LA MATERIA PRIMA: LA INFORMACIÓN

Al comienzo de este manual, es importante dejar claro qué se entiende por información deportiva y establecer las relaciones entre la información y los documentos, la gestión de la información y la documentación.

Al comienzo de este manual, es importante dejar claro qué se entiende por información deportiva y establecer las relaciones entre la información y los documentos, la gestión de la información y la documentación.

Este manual tiene por objeto la información deportiva. Sin embargo, los principios que aplicamos a la gestión de la información deportiva no difieren de los que tendríamos que aplicar en cualquier otro ámbito.

Como punto de partida, es importante entender que la información como tal no existe. Es un soporte de conocimientos, siempre que esté situada en un contexto y sea recibida por un destinatario capaz de comprenderla y explotarla. Materia consumible, aunque no utilizable; producto único, pero fácilmente reproducible; producto inmaterial que requiere un soporte de difusión; producto en perpetua evolución que debe ser actualizado continuamente; producto cuyo valor es apreciado principalmente por su destinatario... estas son las principales características de esta materia prima sobre la que van a ejercerse las técnicas documentales.

Pero antes es necesario aclarar ciertos conceptos para facilitar la comprensión de los capítulos posteriores. ¿De qué información se trata?

No pretendemos enfocar esta noción desde el punto de vista teórico, ni siquiera desde el de las diferentes profesiones -informáticos, periodistas, gente del mundo de la comunicación- para las que tiene un contenido y un uso muy particulares. En definitiva, esta noción, que puede ser a un tiempo genérica y específica, sólo es utilizable si se le añaden uno o varios adjetivos calificativos.

Por ello, si nos referimos a nuestro ámbito de actividad, hablaremos, en primer lugar, de la *información documental*.

En efecto, una información no es material, incluso es abstracta por naturaleza. Para expresarse en el mundo material requiere un soporte. El documento es ese soporte: papel, microforma, disco magnético, fotografía, etc. (en el Capítulo 1.3 se describen todos estos formatos). La información es el contenido del documento.

La relación entre la información y el documento constituye un lazo indisoluble entre estos dos conceptos. No hay información sin documento, ni documento sin información. Más aún, accedemos a la información gracias al documento.

En este aspecto, la función de un servicio de información-documentación consiste en la detección, recogida y tratamiento de documentos, a fin de extraer de ellos la información útil, es decir, susceptible de satisfacer una demanda. Y con ello abordamos el segundo calificativo útil para definir la noción de información que nos interesa, se trata de la *información especializada*.

En efecto, el documento no es más que un soporte potencial de información. Es el usuario el que detecta si eso constituye para él una información. Según los casos, el usuario puede ser una persona única o una gran comunidad. Así pues, la información es indisoluble de las necesidades de un público, y, en este aspecto, la función de un servicio de información se basa en un principio muy simple: servir de mediador entre un usuario que expresa una necesidad de información y las fuentes documentales (depósito de la biblioteca, redes...) a utilizar.

A este nivel podemos distinguir varios tipos de información:

- la información científica y técnica que responde a las necesidades de los investigadores y de los técnicos

- la información profesional, informaciones útiles para el ejercicio de una profesión, que engloba a la anterior y la amplía a las informaciones económicas, jurídicas, sociales, etc.
- la información general o para el «público en general», que, como su nombre indica, responde a las necesidades de un público muy amplio, mediante una información «de resultados», es decir, «popular» (sin ningún sentido peyorativo).

Por lo que a nosotros respecta, se trata de la información especializada que trata del campo específico de las actividades físicas deportivas y de ocio, a la que se suele denominar *información deportiva*.

Para acabar con esta breve presentación, conviene subrayar el papel que juega la información en la sociedad universal:

- en primer lugar, es el requisito previo para cualquier progreso económico y social, ya que es un factor que favorece la innovación y el aumento de la productividad y de la riqueza nacional
- en segundo lugar, reduce la incertidumbre, con lo que conduce de manera natural a mejorar la toma de decisiones, que determina, mediante sucesivas elecciones, el futuro de un sector o de una actividad
- finalmente, contribuye, mediante el apoyo a las acciones educativas, a un aumento general del nivel de conocimientos y de la cualificación indispensables para la expansión de nuestras sociedades modernas.

Esto significa que la información se está convirtiendo cada vez más en un recurso estratégico para las organizaciones de todo tipo. Implica que los usuarios de los servicios de información serán cada vez más exigentes en



cuanto a la eficacia del servicio proporcionado y a la adecuación de los productos informativos a sus necesidades.



1.2 LOS USUARIOS DE LA INFORMACIÓN

Los usuarios abordan la información deportiva de modo diferente según su especialización y su interés por el deporte y dependiendo del momento en que necesiten la información y de por qué motivo, por lo que es difícil identificar al usuario «típico» de información deportiva.

Los usuarios abordan la información deportiva de modo diferente según su especialización y su interés por el deporte y dependiendo del momento en que necesiten la información y de por qué motivo, por lo que es difícil identificar al usuario «típico» de información deportiva. El tipo de información deportiva que necesita y utiliza un científico del deporte para su trabajo puede ser muy diferente de la que necesita un responsable político que trabaja en instalaciones deportivas. Sin embargo, de vez en cuando habrá ocasiones en que estas personas con diferentes funciones en el mundo del deporte tengan necesidad de utilizar el mismo tipo de información. Por ejemplo, un directorio de organizaciones deportivas podría ser utilizado como medio común de información para localizar una organización deportiva concreta.

Dicho esto, es posible identificar grandes categorías de usuarios de información y enumerar algunos de los tipos de información que dichos usuarios pueden necesitar. Hay que reconocer que siempre existe la posibilidad de intersección entre estos grandes grupos, y que incluso dentro de estos grupos habrá diferentes necesidades de información dependiendo de las circunstancias personales.

Los usuarios de información administrativa

Con frecuencia los usuarios de esta información serán los responsables políticos o los gestores deportivos, y lo más probable es que necesiten información sobre la actualidad política, directorios, informes, datos estadísticos, legislación e información sobre administración general.

Los usuarios de información científica

Estos usuarios suelen ser practicantes e investigadores que trabajan en las diferentes disciplinas de las ciencias del deporte: médicos deportivos, kinesiterapeutas, biomecáni-

cos, psicólogos, fisiólogos, sociólogos. Generalmente los usuarios científicos reclaman acceso a obras altamente especializadas, actas de congresos y publicaciones periódicas, y se apoyan mucho en las bases de datos bibliográficas para obtener las referencias relevantes para su investigación. Estos usuarios confían cada vez más en los servicios on line, como Internet, para garantizar la comunicación con sus colegas de todo el mundo.

Entrenadores y atletas

Los entrenadores y los atletas requieren información actualizada sobre las técnicas y el entrenamiento, sobre el rendimiento de sus competidores y sobre resultados y clasificaciones. Las publicaciones periódicas y las revistas especializadas constituyen las fuentes esenciales de información para entrenadores y atletas, que también utilizan mucho las fuentes visuales, como cintas de vídeo, para el análisis del rendimiento deportivo.



Los medios de comunicación

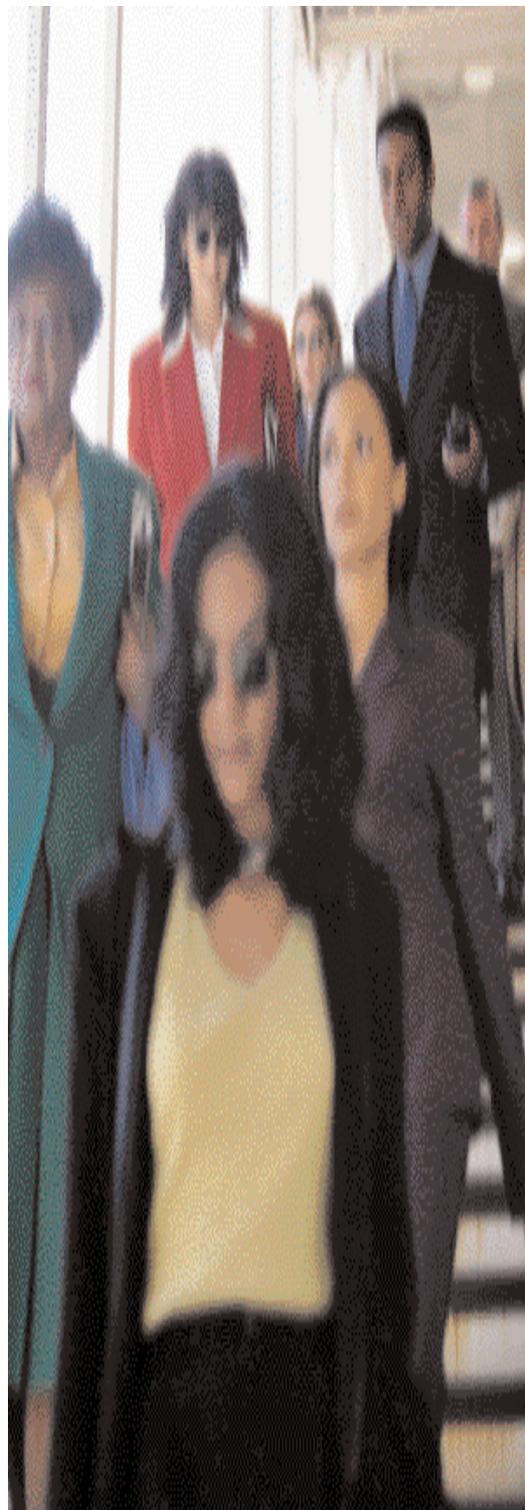
Los medios de comunicación tienen un enorme apetito de información deportiva, desde información histórica hasta resultados de última hora e información sobre el perfil de los atletas. Todas las fuentes de información, impresas o electrónicas, son utilizadas por los medios de comunicación, aunque la profundidad del acceso a esta información varía según se trate de informar sobre un resultado o de elaborar un artículo de fondo. Los servicios de noticias y los recursos fotográficos constituyen las principales fuentes de información de los medios de comunicación para las producciones contemporáneas o históricas.

El público en general

El público en general presenta una gran variedad de necesidades de información dependiendo de su interés por el deporte, aunque la más popular sigue siendo la información sobre los atletas (retratos de jugadores), sobre las pruebas y los resultados. Cada vez más, el público busca este tipo de información en Internet, y los proveedores de servicios son cada vez más conscientes del valor de Internet como medio de difusión de gran cantidad de información a públicos muy diversos y a gran escala geográfica.

Corresponde a los responsables de la gestión y del desarrollo de los centros de información deportiva determinar quiénes serán los principales usuarios del centro y establecer un perfil de las necesidades a las que pueden responder con diferentes recursos de información y diferentes estrategias de suministro de la información. En el Capítulo 2.1 de este manual se detallan los procesos necesarios para valorar las necesidades de los usuarios.

Conviene señalar que la actitud de los usuarios de información puede variar en gran medi-



da en función de factores individuales. Estos factores incluyen la edad y los antecedentes educativos y sociales de cada persona, y corresponde a quien gestiona la información poder ofrecer una *información adecuada*, al *usuario adecuado*, en el *momento adecuado*, sin perder de vista que estas necesidades evolucionan con el tiempo. Es esencial que el responsable de un servicio de información deportiva evalúe y reevalúe constantemente las necesidades de sus usuarios y defina con claridad los servicios que debe ofrecer para satisfacerlas. En algunos casos esta evaluación se realizará de manera formal, mediante cuestionarios, reuniones y grupos de interés, y en otros casos mediante contactos informales con los usuarios, tanto en el ambiente interno del centro de información como en otros lugares de la institución. Este contacto informal con los usuarios no debe subestimarse, porque permite conocer con precisión las necesidades de los mismos, y, a veces, incluso las necesidades de los no *usuarios* del servicio de información.

Una vez identificadas las necesidades, el centro de información debe clasificarlas sobre bases individuales y colectivas, para determinar a continuación si es factible responder a estas necesidades teniendo en cuenta los recursos económicos y humanos de que dispone el servicio. Si no pueden satisfacerse las necesidades individuales o colectivas, conviene reconocerlo y notificarlo a los usuarios, indicándoles a qué otras fuentes pueden recurrir para obtener información relevante.

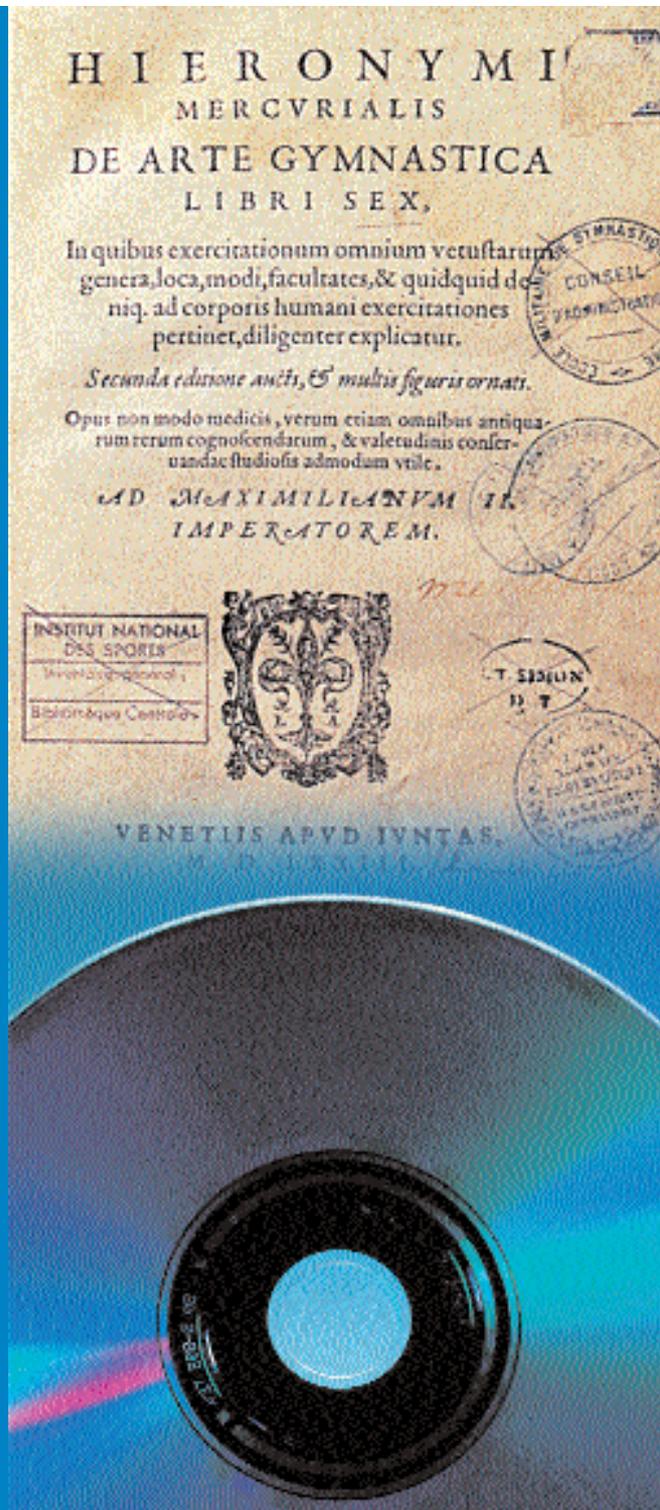
También es importante que el personal del servicio de información sea capaz de anticiparse a las necesidades de información y de acceder a la información pertinente para satisfacerlas. Por ejemplo, si una institución anuncia que va a impartir un nuevo curso sobre un tema como mujer y deporte, el responsable del centro de información debe identificar rápidamente las fuentes útiles que podrían adquirir-

se o consultarse para anticiparse a la demanda de información necesaria como apoyo para dicho curso.

Aunque la gente necesita información frecuentemente, a veces se siente incómoda expresando sus necesidades, especialmente en un centro de información en el que se siente intimidada, rodeada de un gran volumen de información y de tecnología informática. Es en esta situación cuando el personal del centro de información debe hacer que los usuarios se sientan cómodos y utilizar su competencia profesional para establecer en detalle las necesidades de los mismos. Más adelante, encontrará en este manual información detallada sobre el marketing de los servicios de información. Este marketing es absolutamente esencial para que los usuarios reales y potenciales de los servicios de información puedan conocer cuáles son los productos y servicios disponibles. En conclusión, hay que decir que, sin usuarios, los centros de información, bibliotecas y centros de documentación no tendrían ninguna utilidad.

1.3 LOS SOPORTES DE LA INFORMACIÓN: LOS DOCUMENTOS

Distintos autores han coincidido en definir el documento como un conocimiento fijado sobre un soporte material, creado con la intención de comunicar y susceptible de ser utilizado para consulta, estudio o placer.



Concepto de documento

Distintos autores [02], [11] han coincidido en definir el documento como un conocimiento fijado sobre un soporte material, creado con la intención de comunicar y susceptible de ser utilizado para consulta, estudio o placer. Independientemente del soporte en que sea registrada la información, se trata de una herramienta indispensable para transmitir conocimientos, que es, por tanto, un medio de formación y educación.

Los documentos son la base material del saber y de la memoria de la humanidad [19], por ello son indispensables para dar testimonio de los hechos.

Se denomina «documentación científica» al proceso de reunir y tratar los documentos sobre un tema determinado, con el fin de difundirlos debidamente [02]. Así, la documentación científica aplicada al ámbito deportivo es la ciencia interdisciplinar que investiga el comportamiento de la información, su utilización y las técnicas del procesamiento para alcanzar la accesibilidad óptima.

Características de un documento

Desde el punto de vista de la documentación científica, un documento es válido [02] cuando reúne las siguientes cualidades:

- *originalidad*: debe ser producto de una investigación o estudio
- *fiabilidad*: debe ser digno de crédito, es decir, deben poderse identificar sus autores y sus fuentes
- *utilización*: debe poder ser utilizado y difundido. Ello implica su fácil acceso. La única excepción son los documentos confidenciales.

Tipos de documentos

No existe una única clasificación de los documentos. Según el punto de vista que se adopte, éstos pueden ser:

■ atendiendo a sus características:

- *físicas* (material, tamaño, peso, presentación, posibilidad de consulta directa o necesidad de utilizar un aparato...)
- *intelectuales* (propósito, contenido, tipo de autor, fuente, accesibilidad...)



■ atendiendo a su naturaleza:

Podemos distinguir entre documentos textuales y no textuales [19]:

- *los documentos textuales* presentan esencialmente la información en forma escrita, como los libros, las publicaciones periódicas, los catálogos, etc.
- *los documentos no textuales* pueden incluir texto, pero éste no es esencial. Su información debe verse u oírse:
 - documentos iconográficos: imágenes, mapas, planos, gráficos, fotografías, diapositivas
 - documentos sonoros: discos, cintas
 - documentos audiovisuales: películas, cintas de vídeo, videodiscos

- documentos materiales (objetos): maquetas, juegos, objetos pedagógicos
- documentos magnéticos: programas de ordenador

■ **según su soporte, los documentos pueden ser:**

- *en papel*: manuscritos, impresos, fotografías, reproducciones
- *en película*: audiovisuales, microformas (microfilms y microfichas)
- *magnéticos*: discos, cintas magnéticas, disquetes, cassetes
- *electrónicos*: discos ópticos, vídeodisco, programas de ordenador, Internet

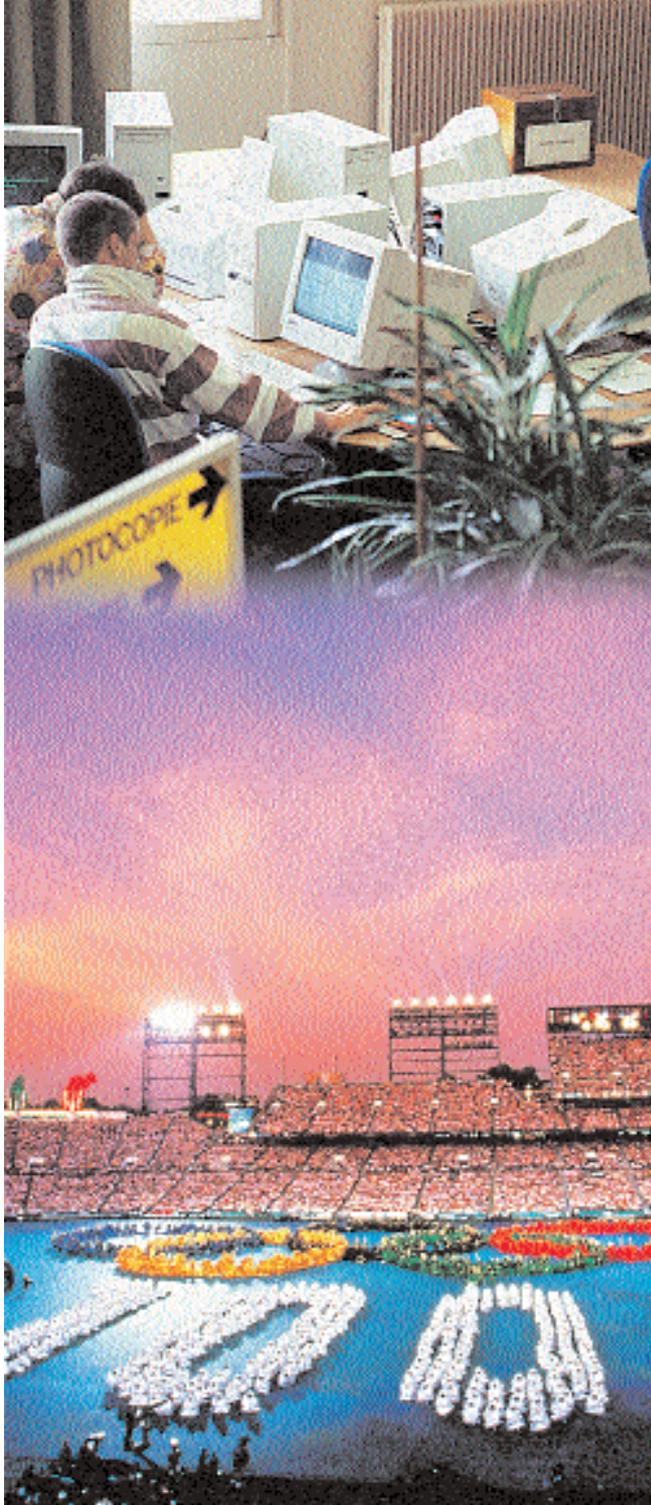
■ **según su contenido, los documentos pueden ser [02]:**

- *primarios*: documentos originales e íntegros: un libro, un vídeo, un programa de ordenador
- *secundarios*: representación condensada del contenido de un documento, por ejemplo un resumen o abstract
- *terciarios*: listas de publicaciones secundarias
- *de referencia*: documentos de consulta cuya disposición interior facilita la información rápida, precisa y concisa: diccionarios, enciclopedias.

Objetivos de la información científica

La información científica persigue los siguientes objetivos [02]:

- *exhaustividad*: proporcionar toda la información sobre un tema determinado
- *pertinencia*: procurar aquéllos y sólo aquéllos documentos sobre un tema
- *precisión*: conseguir la información definida por el usuario
- *rapidez*: facilitar la información en un mínimo espacio de tiempo
- *economía*: procurar que el acceso a la documentación científica sea lo más económico posible.



1.4 LAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y EL ACCESO A LAS MISMAS

En deporte existen numerosas fuentes de información, por lo que no es posible enumerarlas todas en este breve capítulo, que solamente presentará, por ello, una visión general de las mismas.

En deporte existen numerosas fuentes de información, por lo que no es posible enumerarlas todas en este breve capítulo, que solamente presentará, por ello, una visión general de las mismas. También debe señalarse que no existe un lugar único donde se pueda recuperar toda la información pertinente para el conjunto de los agentes deportivos, ni siquiera para los que están altamente especializados, como los investigadores deportivos.

Bibliotecas, centros de documentación y centros de información

Las bibliotecas deportivas, los centros de documentación y los servicios de información deportiva tratan de ofrecer un marco para la recogida, registro y difusión de la información deportiva destinada a una amplia gama de usuarios. En el pasado estos centros se concentraban en adquirir información de diferentes fuentes y en tratarla para facilitar el acceso a ella, pero hoy cada vez se pone más el acento en el acceso a la información, antes que en su adquisición. Naturalmente, sigue siendo importante la adquisición de recursos prioritarios, necesarios para satisfacer las necesidades de información de las instituciones y de sus clientes. Estos recursos pueden ser libros, revistas, recursos audiovisuales, incluidas cintas de vídeo y audio, actas de conferencias, bases de datos en CD-ROM, folletos y periódicos, etc., que son tratados sistemáticamente (catalogados o indizados) en el centro de información para ser recuperados con facilidad. Sin embargo, es importante reconocer que estos recursos tradicionales albergados en una organización no son las únicas fuentes de información deportiva.

Otras bibliotecas, como bibliotecas universitarias, bibliotecas médicas hospitalarias y bibliotecas públicas, constituyen con frecuencia fuentes de información deportiva; por ejemplo, las bibliotecas médicas a menudo contienen información relevante para los

médicos deportivos, que puede ser demasiado especializada o demasiado cara para tenerla a disposición de una sola persona en un centro de información deportiva. Los centros de información deportiva deben participar en redes cooperativas, que con frecuencia incluyen a estas otras instituciones. En algunos países hay redes formales de bibliotecas y de centros de información que se ayudan entre sí a través del servicio de préstamo interbibliotecario, catálogos compartidos y catálogos conjuntos de recursos, lo que evita la duplicación innecesaria de esfuerzos. En algunos países hay redes electrónicas que conectan entre sí a varios centros de información y bibliotecas para que puedan compartir con facilidad sus recursos de información. No debe subestimarse la importancia de compartir la información, en un contexto en el que las fuentes de información se están volviendo cada vez más caras.



Las fuentes de información electrónicas

En la era digital, cada vez se almacena más información electrónicamente, bien en productos electrónicos autónomos, como el CD-ROM, que contiene datos bibliográficos y, cada vez más, información de texto completo, bien a través de productos electrónicos on line sobre redes.

Cada vez hay más información accesible en Internet, que se ha convertido en una valiosa fuente de información en materia de deporte. La red Internet, que se creó en los años 60, es ya una red global que conecta electrónicamente a más de 50 millones de personas y que, a través de los servicios de la web mundial, ofrece acceso a miles de páginas de información. Actualmente existen en Internet miles de sitios que proporcionan acceso a la información en el ámbito del deporte. Estos sitios pueden ser organizaciones gubernamentales, como el *UK Sports Council*, organizaciones no gubernamentales, como el *Comité Olímpico Internacional*, empresas privadas como *Nike*, federaciones deportivas internacionales, instituciones académicas que imparten cursos de deportes, como la *Universidad de Jyväskylä*, institutos de deporte, como el *INSEP*, y otros muchos. Aunque el acceso a Internet supone unos costes y requiere invertir en un ordenador, un modem y una línea telefónica, los centros de información deportiva deben sopesar los beneficios de almacenar la información en su centro, «por si acaso» es necesaria, frente a los de acceder a la información a través de fuentes electrónicas, con lo que estará disponible «a tiempo».

Internet se utiliza cada vez más para la publicación de documentos en texto completo y para imágenes y vídeos, sustituyendo a formas más tradicionales de publicación y difusión de la información. Aunque el acceso a la información ha aumentado con Internet, nos estamos acercando a una situación de «satu-

ración de información», y es en este contexto donde los centros de información deportiva tienen un papel que jugar, ayudando a los usuarios de una fuente como Internet para que puedan «navegar» por sí mismos hasta fuentes de información pertinentes. Está muy bien viajar por las «autopistas de la información», pero el trayecto sería más fácil no dejando al usuario perderse en el camino y ayudándole a llegar a su destino en el menor tiempo posible.

Otras fuentes de información



Aunque las bibliotecas, centros de información y fuentes electrónicas de información como Internet sean primordiales para los usuarios, hay muchas otras fuentes a las que el usuario, o bien el personal del centro de información, pueden acceder directamente. Estas fuentes son instituciones oficiales, tales como el *Consejo de Europa* y el *IAKS*, que producen documentación sobre sus políticas y ofrecen asesoramiento. Agencias de prensa, como *Reuters* y *Associated Press*, que difunden la actualidad a todo el mundo a través de agencias locales y ahora en Internet, constituyen importantes fuentes de información. Exposiciones deportivas,

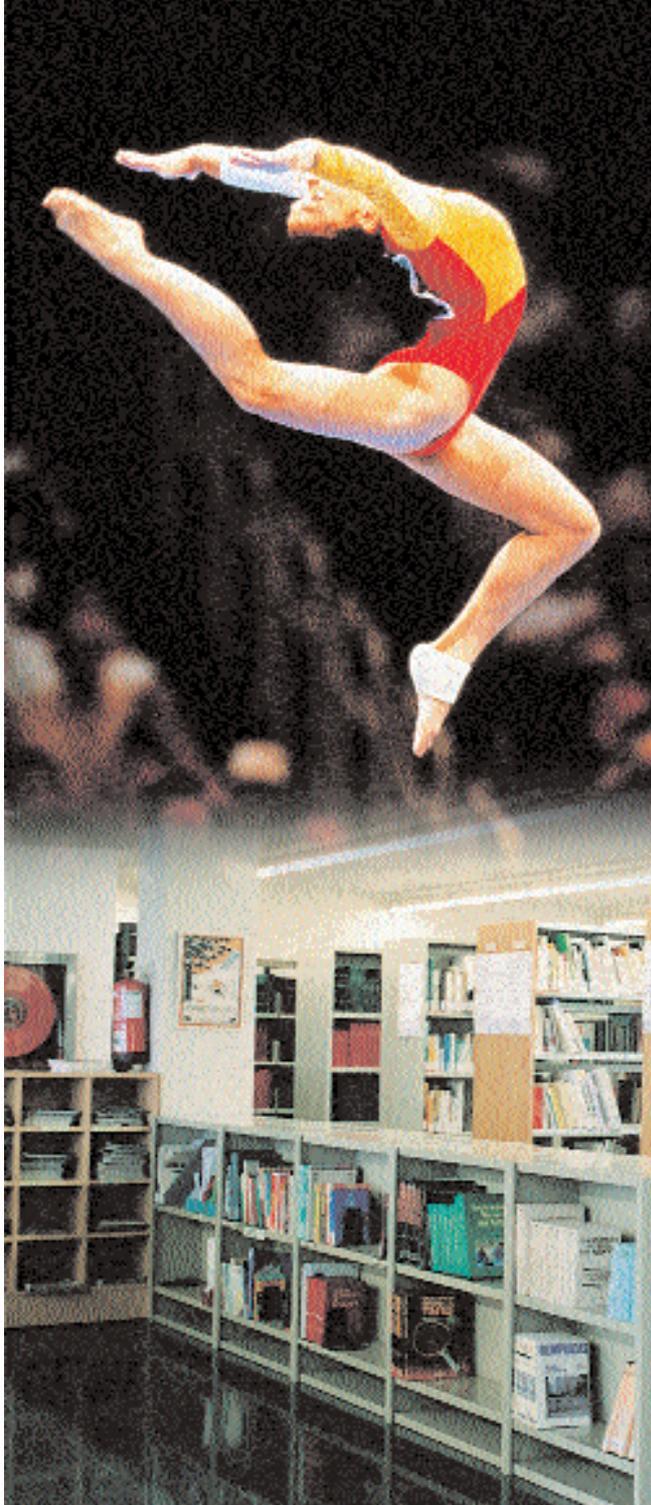
como *Sportel*, y exposiciones comerciales, como el *Salón Internacional del Ocio*, que se celebra en el Reino Unido, son igualmente fuentes de información, como escaparates de los nuevos desarrollos industriales. Estas organizaciones poseen la experiencia necesaria para difundir la información y producir una amplia gama de documentación técnica. Aunque estas fuentes no puedan considerarse tardicionales, no debe descartarse su utilidad para satisfacer diferentes necesidades de información.

Además, deben valorarse las redes personales y las redes constituidas por instituciones similares, ya que permiten responder a necesidades de información, especialmente si se tiene en cuenta que se ha demostrado que el «contacto personal» es el medio por el que se satisfacen la mayoría de las necesidades de información. Es responsabilidad del centro de información facilitar los intercambios interpersonales, identificando a los contactos para los usuarios de información. A veces estos contactos serán identificados a través de fuentes tales como los directorios, otras veces lo serán a través de las relaciones que el equipo del centro de información haya establecido mediante sus redes personales.

Las listas de distribución, así como los foros de discusión en Internet, son cada vez más utilizados por los particulares para comunicarse con personas que comparten el mismo interés, desarrollando el intercambio de información a través de este proceso de contactos personales. También es importante que el personal del centro de información mantenga y desarrolle contactos individuales con otros responsables de información deportiva, a fin de compartir las experiencias de acceso a la información y de disponer de la posibilidad de recurrir a la experiencia de otros para satisfacer las necesidades de los propios usuarios. La *Asociación Internacional para la Información Deportiva* ha desarrollado una lista de distribución en Internet para asegurar la posibilidad de contactos

personales entre los responsables de la información deportiva.

Como se ha indicado al comienzo de este capítulo, es esencial que los responsables de los servicios de información deportiva comprendan que existen numerosas fuentes de información a las que se debe acceder a fin de satisfacer las diversas necesidades de información de sus usuarios.



1.5 LA CONSERVACIÓN DE LOS DOCUMENTOS

Comúnmente se entiende por almacenamiento la operación que consiste en disponer el fondo documental en las mejores condiciones posibles de conservación y localización. El almacenamiento tiene relación con los sistemas clasificatorios que se utilizarán, puesto que un documento mal colocado puede resultar ilocalizable.

Almacenamiento

Comúnmente se entiende por almacenamiento la operación que consiste en disponer el fondo documental en las mejores condiciones posibles de conservación y localización. El almacenamiento tiene relación con los sistemas clasificatorios que se utilizarán, puesto que un documento mal colocado puede resultar ilocalizable [19].

Ordenación

Se conoce como «explosión de la información» la gran masa de documentos generada por el incremento de publicaciones científicas y técnicas que sirven de soporte a una determinada actividad. Para una gestión eficiente de la información son necesarios unos métodos específicos de tratamiento [11].

Es aconsejable colocar los libros agrupados por áreas temáticas, en estanterías a las que tiene acceso el usuario. Esta agrupación física por temas, de acuerdo con un orden lógico, se denomina ordenación y funciona de acuerdo con un sistema previamente elegido.

La elección de un sistema u otro depende sobretodo del tipo de documento (libros, revistas, periódicos, audiovisuales, fotografías, disquetes o CD-ROMs) y de su frecuencia de consulta.

Clasificación

El hecho de clasificar consiste en asignar un concepto y un índice de clasificación a un documento [19].

■ Tipos de clasificación:

- *alfabética*: por autores o títulos
- *sistemática*: que tiene en cuenta el tema sobre el que versa el documento

La clasificación alfabética es aconsejable para ordenar los títulos de las revistas.

La «*Clasificación decimal*» fue publicada en 1876 por Melvin Dewey. Esta clasificación divide el conocimiento humano en 10 categorías principales y en subcategorías.

En 1905 el «Instituto Internacional de Bibliografía» de Bruselas adoptó la clasificación de Dewey y amplió sus tablas. Se han publicado en distintas lenguas varias ediciones de esta clasificación, conocida como «*Clasificación Decimal Universal*» (CDU) o clasificación de Bruselas.

En mayo de 1960 tuvo lugar en París la segunda reunión consagrada a la documentación en educación física y deportes. Durante sus sesiones, los especialistas de 17 países optaron por la utilización de la CDU como sistema de clasificación.

Posteriormente, un grupo de expertos de la IASI, bajo la dirección de I. Toth, publicó en 1986 en el «International Bulletin of Sports Information» una propuesta de revisión y extensión correspondiente al campo de las ciencias del deporte [04]. Dicha propuesta fue aprobada por la Federación Internacional de Documentación.

Las grandes bibliotecas, como la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, han desarrollado su propio sistema de clasificación.

Si bien una clasificación sistemática puede ser utilizada como sistema de colocación, resulta mucho más operativo adoptar un sistema de ordenación adecuado a las necesidades del centro.

Signatura topográfica

En español se denomina signatura topográfica al conjunto de símbolos que permiten

localizar la ubicación de los libros en las estanterías. Hay distintos sistemas de clasificación topográfica elaborados por bibliotecas deportivas, como el de la Biblioteca Olímpica de Lausana, el de la Biblioteca del INSEP de París, el de la Biblioteca INEF de Madrid o el de la Biblioteca de l'Esport de Barcelona. En estos centros se ha adoptado un conjunto de símbolos consistentes en una inscripción que figura en un lugar visible, es decir en el tejuelo o etiqueta que se coloca en el lomo de los libros. Este sistema de clasificación se compone del número asignado a la materia o sector de clasificación de la obra, a la que se le añaden las tres primeras letras del apellido del autor, hecho que facilita la ordenación alfabética dentro de un sistema establecido.

Ejemplo de clasificación topográfica de la Biblioteca de l'Esport

0. Olimpismo

0.0. Generalidades sobre el Olimpismo

0.1. Movimiento Olímpico

0.1.7 Academia Olímpica Internacional

Autor: Conrado Duránte

Título: La Academia Olímpica Internacional

Signatura topográfica resultante = 0.1.7 Dur

Archivo

Hay varios tipos de materiales de constitución frágil o sensible, como los folletos, las microformas o las fotografías. Para ellos habrá que prever cajas archivadoras, carpetas especiales para las microfichas o sobres para las fotografías. En el caso de las colecciones de fotografías habrá que prever un sistema de archivo para las copias en papel y otro para los negativos, porque debido a sus reducidas dimensiones pueden extraviarse fácilmente. Además, los negativos deben protegerse dentro de un sobre o en bandas de papel semitransparente.

Una parte importante del fondo documental del centro de información deportiva está constituida por documentos administrativos o publicaciones de organismos oficiales, que encajan dentro de las bibliografías tipificadas como literatura gris. Son obras de gran interés por su contenido, pero que presentan un aspecto físico frágil. Resulta útil agruparlas según un ordenamiento lógico, ya sea por temas, por áreas geográficas, por la entidad editora -si son producidos por el organismo del cual dependen- o por nombres propios, si se trata de biografías. Al igual que en el caso de los folletos, resulta útil agrupar esta documentación -debidamente ordenada- en carpetas y archivadores.

Ejemplo:

Dentro de un archivador que contiene documentación relativa al tema «Natación», se guardan varios subtemas en carpetas, cada una de ellas con un número variable de documentos. Las carpetas corresponden a los siguientes epígrafes:

- «Natación en los Juegos Olímpicos»
- «Campeonatos Mundiales de Natación»
- «Federación Internacional de Natación Amateur»
- «Federación Nacional de Natación»
- «Clubes de natación»
- Etc.

Y así sucesivamente, de acuerdo con las necesidades del centro.

Resulta de gran interés que las bibliotecas especializadas coleccionen recortes de prensa y dossiers temáticos. Los primeros, procedentes de la prensa nacional e internacional, pueden ordenarse por temas y por países, dentro de los países se establece un orden cronológico y dentro de esta cronología se establece el orden de títulos de los periódicos. Los dossiers sobre un tema monográfico suelen ordenarse también por fechas y debe figurar igualmente la fuente de información de donde proceden.

Conservación

El fondo documental tiene que conservarse en buen estado, de lo contrario se corre el riesgo de perder la información que contiene. Velar por la conservación de los documentos en distintos soportes es tarea que tiene que asumir como propia el centro de información.



1.6 EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se denomina cadena documental al conjunto de operaciones necesarias para el funcionamiento de todo sistema documental. En deporte, al igual que en otras muchas disciplinas, los centros de información identifican documentos, que pasan entonces a formar parte de los fondos documentales del centro o biblioteca.

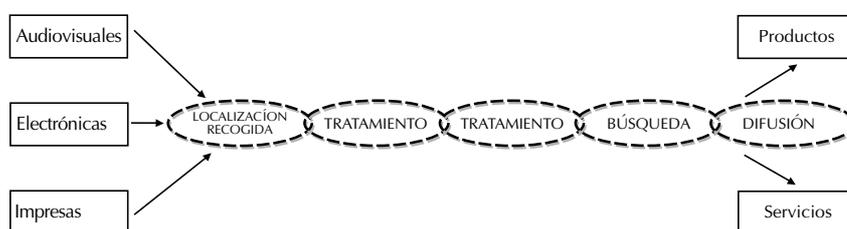
La cadena documental

Se denomina cadena documental al conjunto de operaciones necesarias para el funcionamiento de todo sistema documental. En deporte, al igual que en otras muchas disciplinas, los centros de información identifican documentos, que pasan entonces a formar parte de los fondos documentales del centro o biblioteca. Estos documentos son analizados, descritos, procesados y organizados de modo que puedan ser localizados por el personal del centro de información y por los usuarios y la información contenida en ellos difundida a los que la necesiten.

El siguiente diagrama representa este proceso

LA CADENA DOCUMENTAL

FUENTES



El punto de mayor importancia de esta cadena es el tratamiento de los documentos.

El análisis documental

El análisis documental es un conjunto de técnicas como la catalogación, la indización, la clasificación y el resumen, que representan el contenido de un documento de una forma distinta al original [02].

■ El análisis de la forma: la descripción bibliográfica

La catalogación es la descripción bibliográfica de un documento en base a sus características esen-

ciales. La finalidad de la catalogación es permitir la identificación física de los documentos [24].

No existe un único tipo de catalogación, sino que ésta puede ser «*global*», cuando se refiere al título de una publicación periódica, «*monográfica*», cuando hace referencia a libros u obras de carácter unitario, o «*analítica*», cuando se refiere a un capítulo de un libro o a un artículo de una revista, en cuyo caso se denomina «*indización*».

El análisis de la forma de los documentos se halla unificado por los distintos organismos internacionales y nacionales que han emitido normas de distinta índole. La IFLA estableció unas normas de catalogación para la descripción bibliográfica de los distintos tipos de

documentos, independientemente de su soporte material. Dichas normas constituyen un conjunto de procedimientos de descripción formal que se conocen internacionalmente como normas ISBD. Se trata de unas reglas mínimas comunes que facilitan el intercambio de los datos bibliográficos.

■ El análisis de contenido: la indización y el resumen

El análisis de contenido es de una naturaleza mucho más compleja. La norma ISO 214 proporciona reglas para la preparación y presentación de análisis de documentos y van dirigidas tanto a los autores como a los analistas [02].

La operación de «indizar» ha sido definida por la UNESCO como el proceso de describir con uno o más términos los conceptos contenidos en un documento. Se denomina «*descriptor*» al término o conjunto de términos normalizados que expresa el contenido significativo de un documento [24].

El nivel de indización puede ser genérico, intermedio o profundo, según las necesidades y objetivos del centro. Será genérico cuando se limite a señalar los temas de que trata el documento y profundo cuando se analice exhaustivamente su contenido. En uno y otro caso variará el número de descriptores utilizados.

El resumen, como operación integrante del análisis del contenido, es una operación intelectual. El resumen o *abstract* es un texto

breve, conciso y objetivo que representa y puede llegar a substituir la consulta del documento original. Existen distintos tipos de resúmenes: analítico, descriptivo e informati-

vo. Los conceptos expresados en el resumen deben necesariamente recogerse en los términos indizados. El resumen puede incluir además términos concisos que no formen parte de los descriptores, bien por tratarse de términos nuevos, que no han sido todavía introducidos, bien por tratarse de expresiones complementarias o de un alto grado de especificidad.

Existe una técnica denominada «*indización automatizada*» consistente en introducir el título y el resumen en el ordenador y éste, mediante distintos métodos de control y validación de términos, se encargará de identificarlos y almacenarlos para obtener los *descriptores* del documento.

Los lenguajes documentales

La UNESCO, a través del programa UNISIST, ha potenciado las acciones encaminadas a confeccionar vocabularios científicos, necesarios para fijar los términos de indización.

Existe una diferencia entre el lenguaje natural y el documental. Los términos del lenguaje natural, autorizados y normalizados, se denominan «descriptores», como ya se ha mencionado en el punto anterior, y se utilizan para representar conceptos precisos

que posteriormente serán necesarios para la búsqueda de la información. A menudo se usan indistintamente las expresiones «*palabra clave*» y «*descriptor*», pero ambas



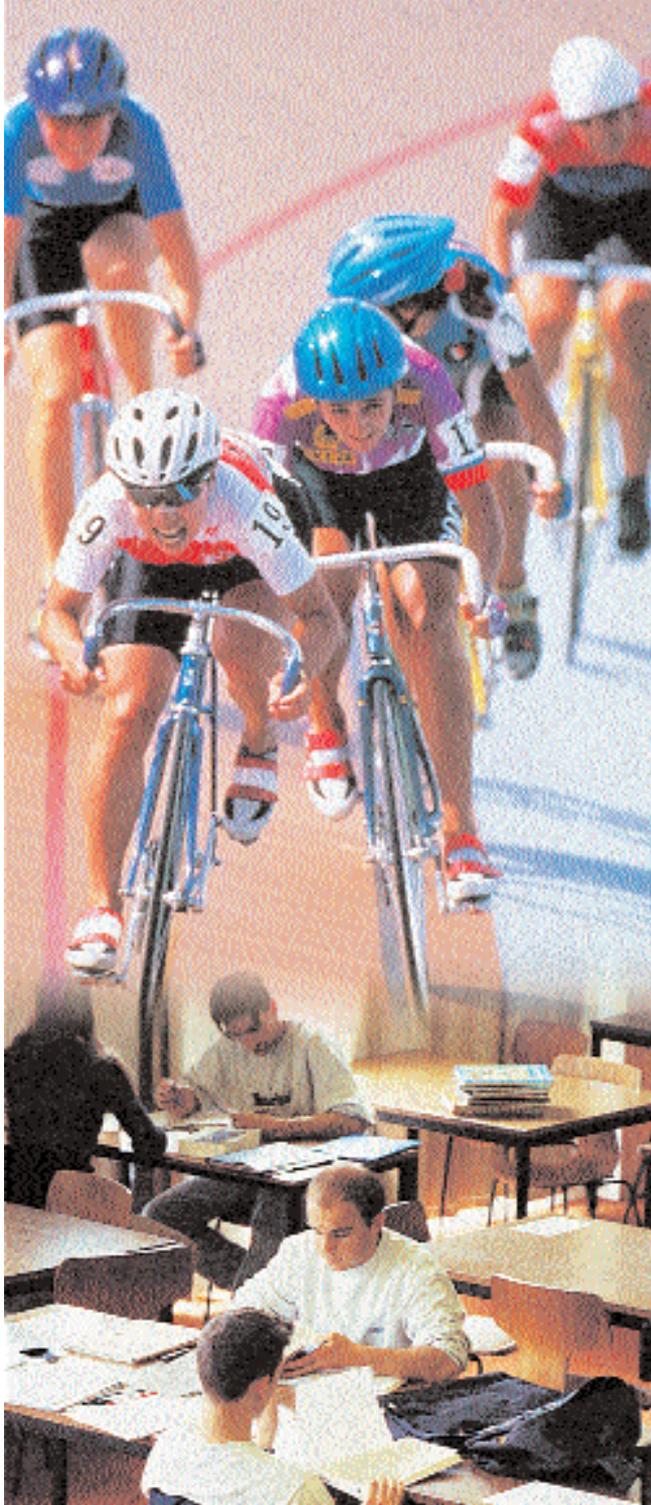
que posteriormente serán necesarios para la búsqueda de la información. A menudo se usan indistintamente las expresiones «*palabra clave*» y «*descriptor*», pero ambas

denominaciones no son intercambiables. Mientras las palabras clave son aportadas por el propio autor de un trabajo científico, para ser publicadas junto a su artículo, los descriptores, en cambio, pertenecen al lenguaje controlado (elaborado por algún órgano competente) y deben necesariamente ser utilizados por el indizador.

Se denomina «*tesauro*» al conjunto organizado de términos de un vocabulario controlado. Comúnmente es aplicado a un campo particular del conocimiento. En él se establecen relaciones de preferencia entre sinónimos, jerárquicas, que indican relaciones de todo o parte entre descriptores y de nivel más general a más específico. También se dan relaciones asociativas y precisiones sobre los usos de los términos.

En el ámbito deportivo son conocidos los tesauros de las bases de datos «Sport» del SIRC (Centro de Recursos de Información Deportiva) y «Héraclès», de la red de habla francesa SPORTDOC. Varios países han adoptado estos tesauros añadiéndoles los términos que reflejan lo específico del deporte en su entorno particular.

La descripción de los documentos que posee un centro de información resulta, en general, de la creación de un catálogo o de un índice de las colecciones, lo cual ayuda al personal y a los usuarios a encontrar la información pertinente. Es posible crear un catálogo de las colecciones en papel o en fichas, aunque cada vez más los documentos de las colecciones de información deportiva y sus contenidos son objeto de descripciones detalladas en bases de datos electrónicas. Estas bases de datos electrónicas permiten un mayor nivel de sofisticación y precisión en la localización de información en el fondo documental.



1.7 LA BÚSQUEDA DOCUMENTAL

La búsqueda documental puede ser considerada como la función esencial del profesional de la información, especialmente en un centro de documentación pequeño, cuyas colecciones son limitadas. Se trata de proporcionar al usuario final la información concreta que desea y solamente esa, en el momento y en la forma en que la desea.

La búsqueda documental puede ser considerada como la función esencial del profesional de la información, especialmente en un centro de documentación pequeño, cuyas colecciones son limitadas.

Se trata de proporcionar al usuario final la información concreta que desea y solamente esa, en el momento y en la forma en que la desea. Este objetivo sólo puede alcanzarse mediante un auténtico diálogo con el usuario final, seguido de una profundización en la cuestión, de la elaboración de una estrategia de búsqueda y de su ejecución, de la eventual adquisición de documentos y de la elaboración de los resultados, finalizando con una evaluación de la satisfacción del usuario.

Dialogar con el usuario final



Rara vez el enunciado inicial de la búsqueda por parte del usuario es lo suficientemente explícito. Por ello, la persona que realiza la búsqueda deberá hacer preguntas que permitan concretar el problema planteado por el usuario. Se obtendrá así una información esencial para el éxito del proceso de búsqueda. Esta información tratará del tema en sí de la búsqueda, y también del tipo de documentos o de información a reunir, de la forma y del

plazo de presentación de los resultados. El discutir en detalle el tema de la búsqueda permite hacer un primer inventario de los conceptos subyacentes y del vocabulario especializado. También debe establecerse el nivel inicial de conocimientos del usuario y el que aspira a lograr.

Cuando lo que se solicita es una búsqueda bibliográfica, otros elementos facilitarán la selección de los documentos a presentar: periodo de publicación, idioma de los documentos, tipo específico de documentos a buscar (artículos originales, síntesis bibliográficas, etc.).

Una reformulación sistemática de las expectativas del usuario garantizará una buena comprensión de sus necesidades. Durante el proceso de búsqueda, a veces resulta útil retomar este diálogo para obtener nuevos datos.

Profundizar en la cuestión

Tras esta entrevista con el usuario, con frecuencia es necesario mejorar los conocimientos generales sobre el tema, sobre su problemática y su vocabulario específico. Se utilizarán para ello las obras de referencia (manuales, tratados o enciclopedias) que deben constituir los fondos de una pequeña unidad de documentación.

Una clara comprensión del problema planteado permite descomponerlo en múltiples cuestiones, más fáciles de tratar, y hacer un inventario exhaustivo de los conceptos y palabras que los representan. Entonces puede realizarse una descripción sintética del problema en forma de ecuación de búsqueda, recurriendo al álgebra de Boole: Y, O, NO. Por ejemplo, si un usuario desea información sobre la formación de los entrenadores o de los árbitros en Canadá, y solamente en francés, la ecuación será: entrenador O árbitro Y formación Y Canadá NO inglés.

Identificar y elegir las fuentes de información disponibles

La identificación y elección de las fuentes de información se ve facilitada mediante el trabajo constante del documentalista, que debe contar con un completo «libro de direcciones», así como índices generales o especializados.

El objetivo será buscar prioritariamente la información allí donde la búsqueda resulte más fácil, más completa y más fiable.

En general se recurrirá:

- a los archivos documentales propios del centro, cuando sean suficientes
- a los documentos secundarios o terciarios especializados y a los documentos de referencia (diccionarios, enciclopedias, índices, etc.) en las formas impresas tradicionales o en forma informatizada: hoy las bibliografías habituales se difunden ampliamente en disquetes y bases de datos, y las enciclopedias en CD-ROM
- a las bibliotecas y centros de documentación especializados, donde los documentos o las informaciones ya han sido tratados y son mucho más fáciles de reunir. En ese caso, si se delega la búsqueda, es absolutamente necesario comunicar toda la información obtenida durante el diálogo con el usuario
- a los recursos disponibles en las redes telemáticas: bases de datos bibliográficas, textuales o factuales, diversos documentos electrónicos, etc. En la actualidad son estos recursos los que, con el desarrollo de Internet, convierten al documentalista en un «*cibertecario*» y le abren inmensas posibilidades.

Excepcionalmente se recurrirá a los especialistas, que, cuando están disponibles, pueden ayudar a validar la información muy rápidamente.

Ejecutar las búsquedas con las herramientas disponibles

Cada herramienta documental (bibliografía retrospectiva o actual, ficheros manuales o informatizados, etc.) tiene sus formas específicas de consulta a las que necesariamente hay que adaptarse.

No se busca la misma información, ni de la misma manera, en un archivo temático, en una base de datos informatizada, en una bibliografía impresa organizada según un plan de clasificación o en un índice.

Los términos de búsqueda de la ecuación original deben ser traducidos a términos de indicación para cada una de las herramientas (identificar los descriptores o los índices relevantes del plan de clasificación).

En el caso de una búsqueda informatizada, deberán adaptarse las ecuaciones de búsqueda a las estructuras de las bases consultadas, y a los operadores utilizados en el software de búsqueda. Estos imperativos hacen que el documentalista sea tanto más eficaz en sus búsquedas cuanto más familiarizado esté con las herramientas utilizadas. El conocimiento profesional de las herramientas le permitirá llevar a cabo una búsqueda pertinente (las respuestas del sistema interrogado corresponden a la pregunta planteada por el usuario) limitando el ruido (el índice de respuestas del sistema que no corresponden a la pregunta planteada por el usuario) y evitando el silencio (el índice de no-respuestas a la pregunta, aunque los documentos estén catalogados en el sistema).

Obtener los documentos primarios

Antes de proceder a la búsqueda de los documentos, es preferible presentar la bibliografía elaborada al usuario final, que es el único que puede decidir la eventual utilidad de los documentos tras leer los títulos o los resúmenes.

La mayoría de los productores de productos documentales secundarios proporcionan los documentos primarios que catalogan, sobre todo cuando se trata de artículos de publicaciones periódicas.

En todos los países desarrollados existen organismos especializados en la provisión de documentos: INIST en Francia, la British Library en Gran Bretaña, la Biblioteca del Congreso en EEUU, etc. Será interesante, para facilitar el procedimiento de adquisición, abrir con ellos una cuenta en la que se cargará cada pedido. En ese caso, los pedidos podrán realizarse rápidamente utilizando las nuevas tecnologías de la información (fax, correo electrónico).

Las tarifas de fotocopias o de préstamos pueden establecerse según el tipo de cliente (empresa u organismo público), y según la rapidez en su realización.

También se puede solicitar un *préstamo interbibliotecario* de los centros de documentación y bibliotecas cuya localización se obtiene mediante la consulta de *catálogos colectivos* nacionales accesibles a través de redes telemáticas.

Presentar los resultados

Los resultados de la búsqueda se presentarán siempre de la manera más fácil posible, utilizando medios mecanográficos o de ofimática.

Según los casos, se entregará:

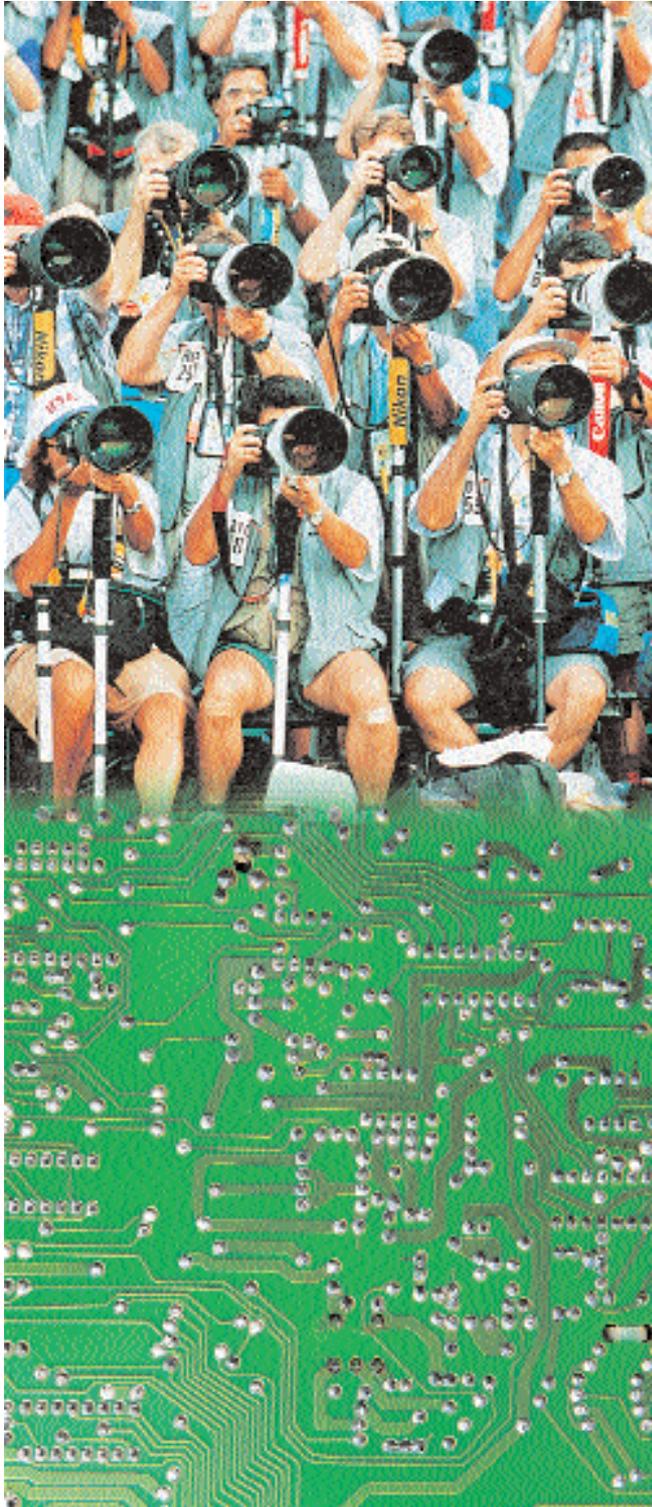
- una bibliografía organizada conforme a los sub-temas tratados
 - un dossier documental que reúna los documentos primarios recogidos
 - una síntesis de la información disponible.
- Este trabajo, muy elaborado, requiere un documentalista que sea también especialista en el campo en cuestión.

Evaluar y comentar el resultado con el usuario final

La presentación de resultados va acompañada de comentarios que pueden explicar las dificultades encontradas durante la búsqueda y las limitaciones de ésta.

Una entrevista con el usuario final permitirá establecer la validez de las informaciones proporcionadas y, en caso necesario, realizar una búsqueda complementaria.

Es recomendable realizar estadísticas y conservar registros de las preguntas planteadas. Esta información no sólo puede ayudar al centro a evaluar la cantidad de trabajo necesario, sino que permite contribuir a la identificación de las necesidades de los usuarios y programar las adquisiciones a fin de garantizar la pertinencia de los recursos para responder a las demandas más habituales.



1.8 LA CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En la actualidad, la información circula constantemente. Más que las mercancías y que las personas. Estamos en la Sociedad de la Información y, por ello, el volumen de datos e informaciones que se intercambian, que se envían y reciben, aumenta constantemente.

En la actualidad, la información circula constantemente. Más que las mercancías y que las personas. Estamos en la Sociedad de la Información y, por ello, el volumen de datos e informaciones que se intercambian, que se envían y reciben, aumenta constantemente. Con ello, aumenta también el tiempo que cada persona debe dedicar a adquirir y conocer la información que sea pertinente para su trabajo, y también para su tiempo de ocio. Ya no es dificultoso, al menos aparentemente, acceder a la información y por ello, la exigencia de que las personas conozcan todos aquellos datos que les permitan actualizar constantemente sus conocimientos y «estar al día», es cada vez mayor por parte de las corporaciones para las que trabajan.



Es cierto que hay más facilidad que nunca para acceder a cualquier tipo de documentos o informaciones. Cada día hay un mayor número de empresas dedicadas exclusivamente a difundir la información. Además, las tecnologías de la información se van renovando constantemente y la red de comunicaciones elec-

trónicas ahora existente permite que los datos fluyan en tiempos mínimos de un punto a otro, con independencia de la distancia que exista entre ambos.

Esta nueva situación está modificando muy profundamente la actitud de las personas, en general, frente a la información. El uso regular de sistemas automatizados de circulación de la información, fundamentalmente de la red Internet, induce a las personas a creer que acceder a la información es fácil, rápido y que cualquiera puede hacerlo. Ello no es cierto, pero la actitud de los usuarios frente a un centro de información se ve afectada por este prejuicio de que «ellos mismos pueden hacer ese trabajo por sí solos».

Y, como ocurre en el mercado de cualquier producto, «el cliente tiene siempre la razón». Se dice que los factores de espacio y de tiempo se están reduciendo hasta desaparecer y así, plazos que hasta hace poco parecían aceptables para recibir un documento, ahora se hacen insostenibles. Por tanto, un centro de información debe actuar con esas premisas si no quiere perder a sus clientes.

Pero hay que tener en cuenta que el centro de información debe mantener una serie de criterios de calidad en el tratamiento y circulación de su información que Internet en su conjunto no parece estar obligada a considerar.

Organización de la circulación

El centro de información deportivo debe organizar la circulación de su información teniendo en cuenta:

- las demandas reales de sus clientes, a los que previamente ha debido definir y conocer mediante auditorías internas y externas de información
- los objetivos que el centro de información tenga como prioritarios

- la capacidad de sus recursos humanos, de su tecnología y de su presupuesto para cumplir su propia oferta y las expectativas que haya creado.

Soportes de la información

En estos momentos, el centro de información deportiva sigue dependiendo en una gran medida de los sistemas tradicionales de circulación de la información, porque son los que están más asentados y ofrecen productos consolidados y válidos, y porque las nuevas tecnologías aún no se han implantado de una forma completa, aunque esté claro que se va a experimentar una transformación completa de forma inminente, tanto en la forma de tratar los documentos como en los sistemas en que éstos se recuperarán.

Aún hay que usar muchas de las herramientas tradicionales, pero tratando de agilizar su diseño y circulación. El soporte no debe ser caro, ni preverse para una duración muy amplia. Lo importante son los contenidos y cada vez es menos importante -en este tipo de productos- el continente. Se debe primar, en la medida de lo posible, el uso de las tecnologías disponibles, por este orden: 1) correo electrónico, 2) fax, y 3) sistemas tradicionales de comunicación (correos). Todo servicio que pueda circular por correo electrónico debiera hacerlo así, desde el préstamo interbibliotecario hasta las búsquedas bibliográficas. Si ello no fuera posible, habría que usar el fax y sólo en último extremo el correo tradicional.

El correo electrónico permite el envío de ficheros de gran contenido. Si no se pudiera enviar la información por la red, hay que pensar que los disquetes y los CD grabables admiten un mayor volumen de datos a un precio mucho menor y que cualquier receptor puede en la actualidad manejar esa información en su propio ordenador y, posiblemente, con mayor eficacia que si la recibe en papel. En este tipo de soportes, además, no hay diferencia en el tra-

tamiento de documentos escritos, de imágenes fijas, gráficos, tablas, etc., de voces o de imágenes en movimiento.

Estas tecnologías y sistemas de circulación de la información deben permitirnos -y hay que trabajar en conseguir que ellos así lo consideren- integrar a los usuarios como una parte real, y activa, del centro. La comunicación debe ser más amplia y directa, personalizada, concreta, debe haber un feedback del usuario que puede aportar nuevas informaciones y/o documentos que el centro incorpore a sus fondos documentales.

El centro de información deportiva se va convirtiendo así en un intermediario cualificado en la circulación de la información y no sólo en el contenedor de la misma. La información no sale de un punto y se disemina hacia otros, sino que circula constantemente y pasa, en ocasiones, por puntos de confluencia, los diferentes centros de información, documentación, investigación, etc., que la tratan, reorganizan, clasifican... y de nuevo la hacen circular.

Edición electrónica



En la actualidad se está produciendo una convergencia de todos los sistemas de circula-

ción de la información hacia el uso de las páginas web, en Internet. Ello facilita significativamente la difusión de la información que el centro tiene, a la vez que se facilita mucho el conocimiento del propio centro y de su oferta de servicios y productos documentales. En estos momentos, es necesario y totalmente rentable ofrecer información sobre el centro y disponible en el centro, a través de la web.

Pero ello no quiere decir que éste sea el sistema definitivo. El acceso a bases de datos a través de la web reduce mucho la capacidad de depuración y delimitación de las búsquedas. Sin embargo, también parece que el concepto de base de datos bibliográfica puede cambiar en breve por un sistema de acceso, no a la referencia, sino a la propia información concreta que se solicita, ni siquiera al documento global en que ésta se pueda encontrar.

Hasta que este futuro llegue, el centro deberá ir previendo que su estructura va a cambiar y valorando mucho el tiempo que dedica a procesos que van a caer en desuso. Lo que sí parece cierto es que el «concepto web», de navegación a través de documentos mediante sistemas de hipertexto más y más perfeccionados, va a configurar el entorno próximo de la circulación de la información. Y, dentro de él, se pueden definir una serie de características que todo informador debe tener en cuenta:

- lo principal de toda página de información en la web (info-web) son los contenidos
- cada info-web debe tener un objetivo definido
- desde un principio se debe pensar en la actualización y mejora de los contenidos tan rápida como sea posible, sin perder por ello la «memoria» documental de los documentos e informaciones
- menos es más: la info-web debe basarse en la especialización de sus contenidos, dentro de un marco muy claro de áreas de actuación

■ una info-web sin enlaces externos es una isla y no tiene sentido. Estamos en un mundo interactivo. Por ello debe ofrecer accesos a aquellas otras info-web con las que se complementa

■ cuando hablamos de estos temas, hablamos de información, no de informática ni de ordenadores. Éste sigue siendo un entorno para comunicadores y gestores de la información, no para ingenieros.

No se debe olvidar, además, que ya hay documentos de estructura tradicional, revistas, que sólo se distribuyen en soporte electrónico, por las indudables ventajas económicas que ello representa. En muchos casos ello supone únicamente un cambio de soporte, sin más ventajas técnicas, pero su existencia es un factor más a la hora de considerar como imprescindible el uso regular de los entornos virtuales.



1.9 LA COMUNICACIÓN Y LA PROMOCIÓN DE LOS CENTROS DE INFORMACIÓN

En estos años finales del siglo XX nos encontramos en una fase inicial de la sociedad de la información, que se acerca en todas sus posibilidades. Las características principales de esta sociedad, la globalización y la integración de los sistemas de comunicación, van haciéndose día a día una realidad.



En estos años finales del siglo XX nos encontramos en una fase inicial de la sociedad de la información, que se avecina en todas sus posibilidades. Las características principales de esta sociedad, la globalización y la integración de los sistemas de comunicación, van haciéndose día a día una realidad. Por ello, podemos afirmar que el proceso comunicativo se va a dar ininterrumpida y permanentemente, veinticuatro horas al día en casi todos los sectores de la vida. Los horarios de trabajo, de atención a los usuarios, van flexibilizándose, adaptándose a las demandas reales de la sociedad, y es previsible que cualquier centro, más si se dedica a gestionar informaciones, deberá ofrecer un servicio permanente, a la medida de cada uno de sus clientes.

De acuerdo con un esquema periodístico clásico, podemos tratar de definir las características de las necesidades de comunicación de un centro de información deportiva, contestando a una serie de preguntas que debieran englobar todo lo que hace falta saber sobre el tema:

¿Qué?

Dice el autor clásico que «lo que no tiene nombre no existe», y hoy la afirmación sigue siendo válida: aquello que no es conocido es como si no existiera. Al menos, no será útil a quienes pudieran beneficiarse de ello y, desde luego, no será tan rentable como pudiera para quienes lo han creado. Así, hay que pensar que todo aquel trabajo que se realice debe mostrarse. Hay que informar, con claridad y por todos los medios posibles, de la existencia del centro, de sus objetivos, de su oferta de productos y servicios, de los sistemas para acceder a los mismos, etc.

Hay que difundir una información veraz, ajustada a la realidad y a la capacidad técnica y presupuestaria del centro, en la que se explique con toda claridad qué espacio ocupa dentro del sistema de información deportiva. Y hay que tratar de diferenciar, particularizar e individualizar

el mensaje, para hacerlo identificable de tantos otros centros como existen. Hay que difundir la denominada «imagen corporativa» del centro, y de la institución de la que éste depende.

Para ello, y éste será un trabajo siempre bien aprovechado, los responsables del centro deberán haberse respondido previamente ellos mismos a las preguntas que ahora estamos tratando de contestar. Habrán hecho una «auditoría de información» sobre sí mismos.

¿A quién?

El centro se debe plantear que existe exclusivamente para atender a sus «clientes». Pero debe tener muy claro que hay muchos tipos de clientes, incluso algunos en los que no pensaría habitualmente como tales. Les llamaremos públicos y trataremos de diferenciarlos por alguna característica lo más clara posible para hacerles la oferta que más les interese.

- Los públicos internos. El personal del centro. También aquellas personas que trabajan en otras áreas de la institución a que pertenezca el centro, nuestros jefes, los técnicos. Son un público muy importante y del que dependemos en gran medida.
- Los públicos externos, usuarios. Son las personas que hacen uso regularmente de los servicios y productos informativos que el centro ofrece. La relación deberá ser estrecha y permanente, personalizada en la medida de lo posible, pues se trata de conseguir que no dejen de ser nuestros clientes.
- Otros públicos externos, potenciales usuarios. Son aquellas personas que aún no hacen uso del centro, pero que, por sus características e intereses, podrían hacerlo, si nos conocieran. Son nuestra área de expansión. Hay que pensar cómo llegar hasta ellos y qué ofrecerles para que se acerquen a nosotros por primera vez.
- El resto de los públicos. Son todas aquellas personas que, previsiblemente, nunca serán usuarios del centro. Pero pueden

tener relación con el deporte, con el lugar donde el centro está instalado, etc. A pesar de que nunca nos pedirán nada, es importante que nos conozcan... pueden conocer a alguien que alguna vez nos necesite, y, en todo caso, siempre es bueno que sepan que uno existe y dónde está.

¿Cuándo?

La respuesta es sencilla: todo el tiempo. No podemos estar desconectados del sistema de información ni un solo minuto. Eso no quiere decir que el centro esté abierto 24 horas al día, pero no debe estar desconectado. La tecnología lo facilita mucho: una breve información en la web, una dirección de correo electrónico, un contestador automático en el teléfono y una línea de fax abierta todo el día, son sistemas muy baratos e imprescindibles para no aislar al centro o para que éste no dé señal de «estar comunicando».

¿Dónde?

La comunicación tiene sus vías muy definidas, la información sobre el centro de información (no estamos hablando de la información -documentos- que tiene el centro, sino de aquella que habla de él mismo) debe estar donde el usuario la va a buscar.

Por tanto, debe existir una información, breve, clara y atractiva impresa en papel (un pequeño folleto es suficiente), que se puedan llevar en la mano las personas que se acerquen al centro o que se pueda enviar por correo a quien la solicite, que se pueda distribuir en reuniones, congresos y encuentros de personas que podrían estar interesadas en nuestros servicios. También debe haber una versión de esta información que se pueda enviar por fax y por correo electrónico. Y, cómo no, en la actualidad, debe existir una versión de esta información en Internet.

No se debe olvidar que todos estos documentos no pueden ser contradictorios. Es habitual que la información automatizada se actualice

con más facilidad y regularidad que la impresa. Habrá que ajustar el número de documentos impresos para que no se queden obsoletos antes de agotarse. En todo caso, siempre será mejor desechar los documentos anticuados antes que seguir repartiéndolos con errores o hablando de cosas que ya no son reales.

A pesar del mundo virtual en que nos encontramos, el centro está situado en algún lugar. No olvidemos decir la calle, el número, el barrio, y toda información que facilite a las personas el visitarlo (líneas de autobús que pasan cerca, metro, etc.).

¿Cómo?

Hay una serie de herramientas que facilitan la comunicación. Algunas son propias de grandes corporaciones (la publicidad en los medios de comunicación de masas), pero muchas de ellas pueden ser desarrolladas por el mismo personal del centro de información.

Se trata de utilizar técnicas y herramientas procedentes del campo del marketing, de las relaciones públicas, incluso de la publicidad y del mundo de los gabinetes de prensa y de imagen. Siempre habrá un método más o menos adaptable a nuestras necesidades.

No hay que olvidarse de formar al personal del centro para que se habitúe a usar el sistema de comunicación que, no por evidente, cuando lo percibimos deja de requerir una serie de técnicas que deben aprenderse. En la forma y también, y muy importante, en lo referido al contenido de los mensajes. No deben emitirse mensajes contradictorios ni incompletos.

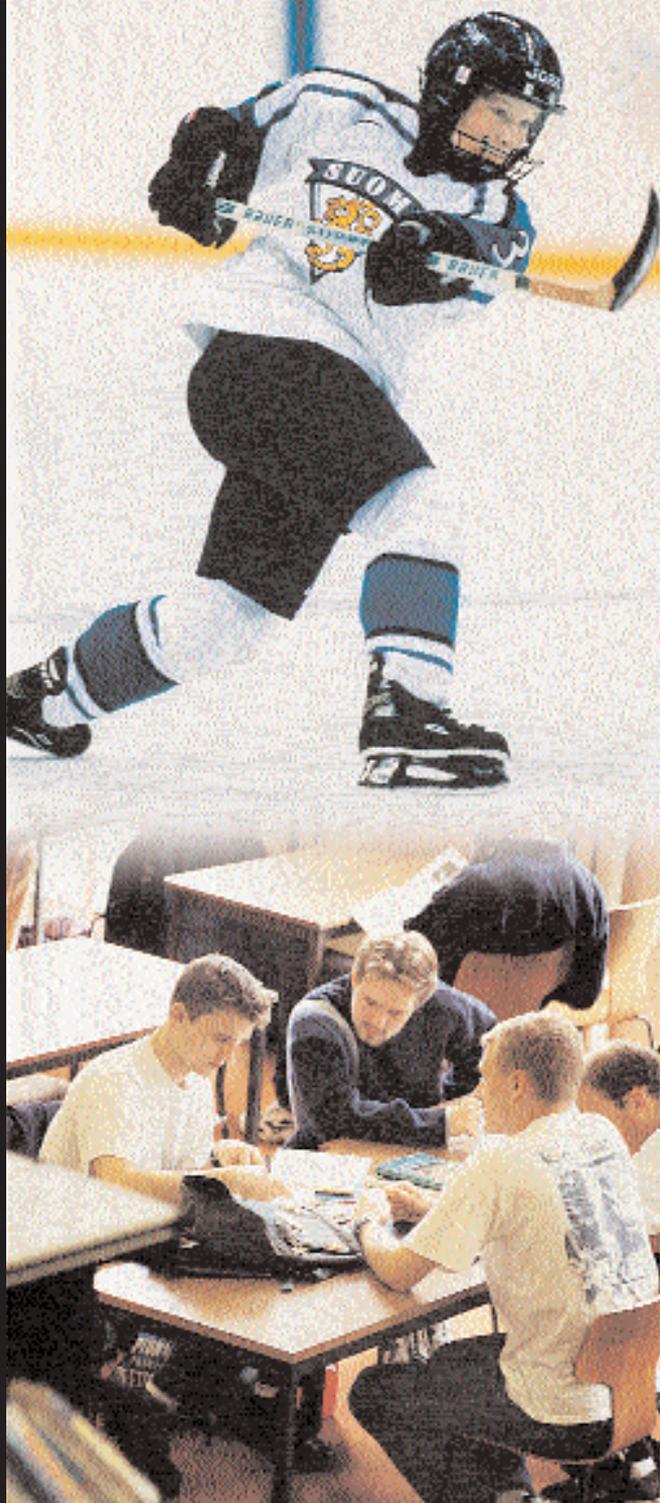
¿Por qué?

Para acabar por el principio: porque si no hacemos que nos conozcan, difícilmente todos aquellos potenciales usuarios del centro podrán utilizar y beneficiarse del fruto de los trabajos, desde el más visible hasta el más desconocido, que hacemos en el mismo cada día.



1.10 EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN

Tratar información, en cualquier forma y en cualquier soporte, plantea inevitablemente problemas legales, desde los derechos de autor o el copyright, según los países, el derecho de reproducción y el derecho de préstamo, hasta el derecho de Internet y de las bases de datos.



Tratar información, en cualquier forma y en cualquier soporte, plantea inevitablemente problemas legales, desde los derechos de autor o el copyright, según los países, el derecho de reproducción y el derecho de préstamo, hasta el derecho de Internet y de las bases de datos.

Para los profesionales que realizan un trabajo documental en sentido amplio, los derechos de autor o copyright, que definen las condiciones jurídicas de utilización de una obra, son los primeros a tener en cuenta.

A nivel internacional, el primer texto legal es la Convención de Berna, de 9 de octubre 1886, seguida por la Convención de Ginebra, de 6 de septiembre 1952, llamada también Convención Universal de los Derechos de Autor. Instaura la noción internacional de copyright, simbolizado por el signo ©. Finalmente, hay que señalar el Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre los derechos de autor, de 20 de diciembre 1996, que revisa la Convención de Berna y que entrará en vigor tras la firma de cierto número de países.

Las legislaciones nacionales definen cada una sus propias condiciones de aplicación de estos derechos. Su conocimiento es indispensable para los profesionales de la información en el marco de su actividad cotidiana. Deben tener presente que un acto lícito en Roma no lo es necesariamente en Nueva York o en Pekín, y viceversa.

Muchas actividades del centro de información y documentación están enmarcadas por estos derechos, entre ellas:

- la elaboración y difusión de revistas y boletines de prensa
- la fotocopia y reprografía de documentos
- la comunicación y el préstamo al público
- la creación y gestión de archivos fotográficos

- la concepción, protección y explotación de las bases de datos
- la implementación de la Gestión Electrónica de Documentos (GED)
- el desarrollo y utilización de la información en Internet.

Por regla general, se trata de buscar un equilibrio entre el respeto del derecho, especialmente del de los autores, y las exigencias ligadas al ejercicio de la profesión, en especial la mayor difusión del saber y de la cultura, que caracteriza a las tendencias actuales de la evolución en este campo.

Es necesario que los responsables de los centros de información deportiva comprendan la legislación nacional e internacional en materia de derechos de autor, respetándola como marco de sus actividades. Esto está especialmente justificado en la medida en que es probable que el centro tenga que utilizar fuentes de información procedentes de todo el mundo, a fin de poder satisfacer las necesidades de sus usuarios. Éstos también deben ser informados sobre esta legislación específica, a fin de que no incumplan la ley.

1.11 LA FINANCIACIÓN DE LOS CENTROS DE INFORMACIÓN

Saber elaborar un presupuesto, controlar los gastos, establecer los precios de coste de las prestaciones documentales... todos estos aspectos económicos y financieros son indispensables para crear y desarrollar un servicio de información.



Saber elaborar un presupuesto, controlar los gastos, establecer los precios de coste de las prestaciones documentales... todos estos aspectos económicos y financieros son indispensables para crear y desarrollar un servicio de información.

El presupuesto

Es el instrumento esencial de organización, de control del presente y de preparación del futuro. El presupuesto, reflejo de la política documental, debe ser preciso, realista y equilibrado. Sin embargo, puede ser objeto de correcciones. Con todo, se impone la prudencia si se quiere alcanzar el objetivo de un presupuesto equilibrado al final del año: es mejor sobrestimar la previsión de gastos (para cubrir los imprevistos o los aumentos de tarifas), y rebajar los ingresos esperados (para paliar las inevitables faltas de pago o los retrasos en el cobro).

El periodo de ejercicio presupuestario corresponde, en general, al año civil. El presupuesto se apoya en un plan de acción preciso que incluye un calendario de utilización de los recursos disponibles.

El presupuesto se divide en dos partes:

- los ingresos: generalmente subvenciones -o concesiones de créditos- y productos de las prestaciones de servicios ofrecidos por el centro
- los gastos: con frecuencia los gestionan los servicios administrativos del organismo central.

Los ingresos y los gastos pueden estar relacionados con dos tipos de presupuesto:

- el presupuesto de inversiones: para las adquisiciones de materiales, de equipamientos y de instalaciones. Son operaciones puntuales, aunque pueden desarrollar-

se a lo largo de varios años cuando implican sumas importantes

- el presupuesto de funcionamiento: para el conjunto de las operaciones destinadas al funcionamiento habitual del servicio.

Por lo que respecta a las inversiones, hay tres fórmulas posibles, que deben ser estudiadas en paralelo:

- la compra: la solución menos onerosa para el material de evolución tecnológica lenta (el mobiliario, por ejemplo)
- el alquiler: permite la adaptación del material a una evolución tecnológica muy rápida, y a las necesidades urgentes (fotocopiadora, por ejemplo)
- el leasing: más oneroso que la compra o el alquiler, permite sin embargo paliar la falta de medios económicos disponibles, garantizando la actualización del material.

La organización presupuestaria requiere la individualización y la evaluación precisas de las partidas de gastos e ingresos, que se presentarán mediante un *plan contable* propio de cada país. En el caso de los servicios de información, las partidas más representativas son:

- las partidas de gastos
 - el personal (la partida de gastos más importante en nuestra actividad)
 - los locales
 - el mobiliario
 - el equipamiento técnico
 - las adquisiciones documentales:
 - las compras puntuales: libros, informes, cintas de vídeo, etc.
 - las suscripciones: revistas, CD-ROM, servidores, etc.

(no olvidar los documentos adquiridos por intercambio o donaciones; es aconsejable darles entrada tanto en gastos como en ingresos, por el mismo valor),



- los bienes fungibles
- los gastos de mantenimiento y reparación
- los gastos de comunicación (correo, teléfono, fax, redes telemáticas, etc.)
- los gastos de marketing y promoción
- los gastos de impresión y edición
- los gastos de subcontratación documental
- los gastos de formación
- los gastos de representación
- los gastos de desplazamiento
- los gastos de suscripción a asociaciones u organismos
- los gastos generales (participación en los gastos del organismo central)
- otros gastos en función de las necesidades locales.

■ las partidas de ingresos

- las subvenciones del organismo central
- las subvenciones externas

- las ventas de productos documentales:
 - los dossiers documentales
 - la difusión selectiva de información a demanda
 - los boletines bibliográficos
 - las traducciones
 - las herramientas documentales (tesauros)
 - etc.
- las ventas de prestaciones de servicio:
 - los abonos: derechos de acceso, de consulta (fondos raros)
 - la provisión de documentación primaria
 - los derechos de préstamo
 - el servicio de fotocopias
 - el servicio de provisión electrónica de documentos
 - la consulta a bases de datos in situ y on line
 - etc.

El presupuesto es inútil si no se aplica. Por ello debe ser objeto de un seguimiento regular (en general mensual), mediante una herramienta que permita, mes a mes, constatar los gastos e ingresos producidos y compararlos con el presupuesto provisional, con objeto de poner de manifiesto las diferencias (*balance presupuestario* o *balance de resultados provisionales*). Con frecuencia es necesario, a mitad del año, introducir algunos cambios y modificar el presupuesto inicial.

Finalmente, al final del año se reúnen los datos para establecer una *contabilidad global de operación* que permite definir el resultado del ejercicio: bien en pérdidas (déficit), bien en ganancias (beneficios), bien, aunque con menor frecuencia, en equilibrio.

El análisis económico y financiero

El conocimiento de los datos económicos y financieros, junto con el de los parámetros humanos, técnicos y estratégicos, es uno de los requisitos previos para la creación y desa-

rrollo de un servicio de información deportiva. Sin él no se puede obtener una idea clara de la situación, y en esas condiciones no puede adoptarse ninguna decisión válida.

En este sentido, las dos herramientas principales son el cálculo de los precios de coste y el análisis del valor.

El cálculo del precio de coste permite adoptar decisiones sobre la oportunidad o el futuro de un producto, mejorar su productividad, orientar la elección entre «hacer» y «hacer que se haga», servir de base para fijar las tarifas. Debe reflejar fielmente la realidad, y para ello integrar de modo analítico el conjunto de todos los costes, directos, indirectos y ocultos, que supone la realización de un producto o de un servicio.

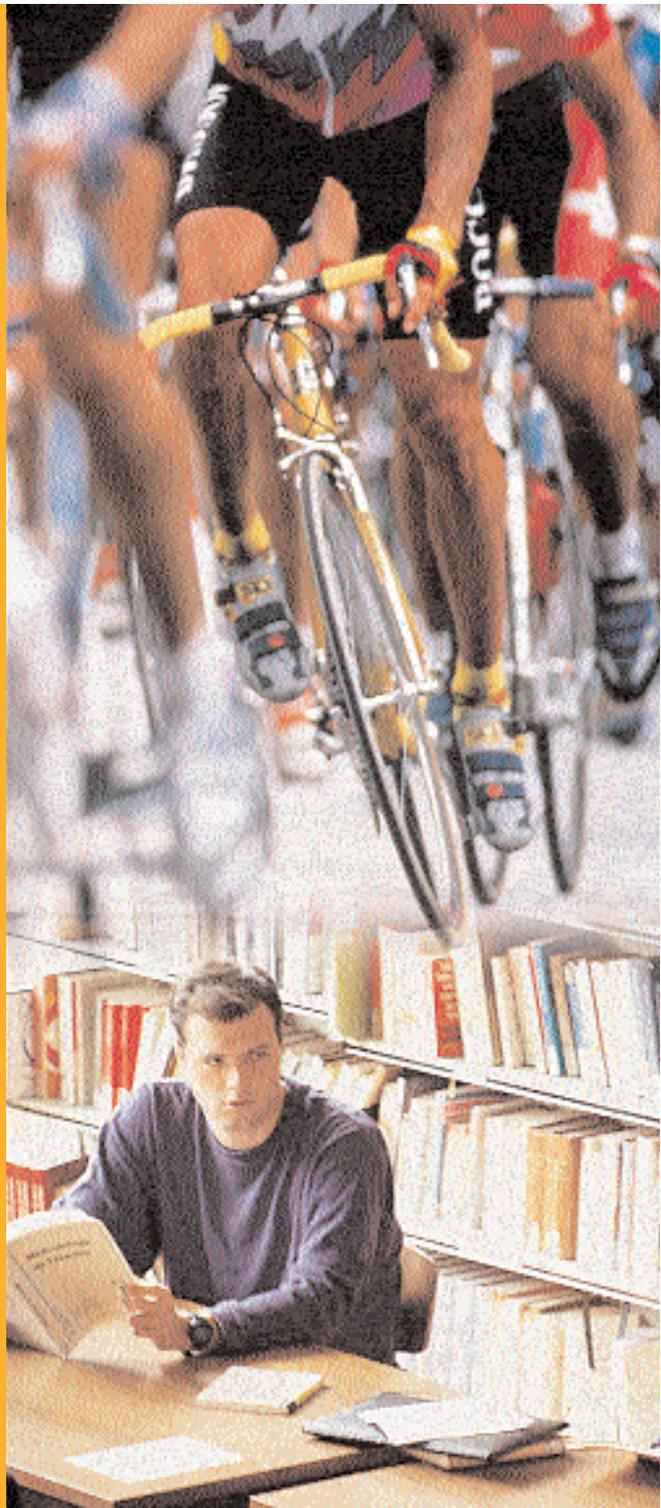
El margen de beneficios (ingresos menos precio de coste) de cada producto define su rentabilidad económica. La suma de todos los balances define el margen global del servicio de información, lo que permite al organismo central establecer su política en materia de información.

El análisis del valor permite buscar el mejor equilibrio entre la satisfacción de las necesidades y el coste del producto. El objetivo es satisfacer a los usuarios con productos y servicios de la mejor calidad, al precio más justo y que el servicio optimice sus prestaciones eliminando los gastos superfluos.



1.12 LAS POLÍTICAS DE LA INFORMACIÓN

Las organizaciones desarrollan sus políticas a fin de elaborar un plan general de acción y proporcionar una guía sobre las acciones específicas a emprender. En el caso de los centros de información o de documentación deportiva, debe elaborarse un documento de política general que precise lo que el servicio de información se propone lograr, a quién pretende servir y cómo llevará a cabo estas funciones.



Las organizaciones desarrollan sus políticas a fin de elaborar un plan general de acción y proporcionar una guía sobre las acciones específicas a emprender. En el caso de los centros de información o de documentación deportiva, debe elaborarse un documento de política general que precise lo que el servicio de información se propone lograr, a quién pretende servir y cómo llevará a cabo estas funciones. Disponer de un plan de política general, y de política específica de ciertas actividades, constituye el marco para la gestión del servicio de información, una guía para el personal, y un importante factor de comprensión para los usuarios del centro.

Declaración de intenciones

El documento de tipo político más importante que debe tener un centro de información es la Declaración de Intenciones, que enuncia la misión más importante del centro. Por ejemplo:

«La misión del Centro de Información es centralizar la recogida, el tratamiento, la coordinación y la difusión de la información multimedia sobre el deporte, con vistas a apoyar a los agentes y programas del College de Educación Deportiva».

La declaración de intenciones debe responder a tres preguntas fundamentales: ¿Qué funciones debe desarrollar el centro de información? ¿Para qué público desarrolla el centro sus funciones? ¿Cómo cumple el centro estas funciones? En el caso del ejemplo anterior, el centro de información debe establecer: **¿Qué?**: información deportiva **¿A quién?**: personal y programas del College **¿Cómo?**: mediante la recogida, el tratamiento, la coordinación y la difusión de la información multimedia sobre el deporte.

La declaración de intenciones debe expresar la razón de ser del servicio en sentido amplio,

e indicar las metas, objetivos, estrategias y políticas de un centro de información. Además, es fundamental que la declaración de intenciones del servicio de información concuerde totalmente con la declaración de intenciones y con los fines generales del organismo al que pertenece. De modo ideal, el centro debe constituir un objetivo específico de la institución central, en relación directa con la provisión de servicios de información. Es el caso del Instituto Australiano del Deporte, uno de cuyos objetivos prioritarios es:

«Recoger y difundir información, y ofrecer asesoramiento sobre temas relativos a las actividades del Instituto».

Queda claro, a partir de este objetivo, que las actividades del servicio de información deben estar relacionadas específicamente con los objetivos generales del Instituto.

Mediante una declaración general de intenciones, el servicio de información garantiza la conformidad de sus acciones con los objetivos de la organización de la que depende. Si la declaración de intenciones del centro de información no concuerda con la de la organización central, es poco probable que ese servicio pueda crecer y sobrevivir.

Una vez formulada la declaración de intenciones, es importante comprobar que las personas clave de la organización la consideren aceptable y hacer que la respalden. Conseguir que la declaración de intenciones reciba la aceptación al más alto nivel dentro de la organización no sólo garantiza el reconocimiento del servicio de información por parte de la jerarquía, sino también que toda la planificación futura pueda establecerse sobre una base sólida que cuente con la aceptación de la organización.

Si en el servicio de información trabaja más de una persona, es esencial que todo el personal

esté comprometido con la declaración de intenciones y que participe en la posterior planificación de los fines, objetivos y estrategias del servicio de información. Es probable que si el personal está implicado en este proceso de planificación se comprometa profundamente con el éxito del servicio de información. Sin un personal que comparta la visión del servicio, hay pocas probabilidades de que el servicio de información tenga éxito.

Una vez acordados y establecidos los fines generales del centro de información, es posible desarrollar un plan anual de gestión o de trabajo y elaborar una serie de documentos relativos a las políticas específicas, que constituirán el marco de las actividades del centro. El servicio de información puede establecer una serie de políticas, tales como política de precios, política de préstamos, política de fotocopias, política de intercambio de documentos, etc. El número de políticas depende de la complejidad de las actividades del centro. Para los propósitos de este manual, sólo trataremos algunas de las políticas que pueden ser necesarias en un centro de información, aunque puede haber muchas más, dependiendo de la forma en que funcione el centro.

Política de usuarios

La política de usuarios define quiénes utilizarán el servicio y qué servicios recibirán. En algunos casos, la política de usuarios define quiénes NO podrán utilizar el servicio. Así, la política de usuarios identifica todos los grupos específicos de usuarios con derecho a utilizar el servicio de información y a qué servicios podrán acceder. A veces los servicios que se ofrecen a usuarios diferentes podrán ser diferentes, por ejemplo en una facultad de educación física pueden proporcionarse fotocopias gratuitamente a los miembros del personal académico, pero puede que los alumnos de la facultad tengan que pagar las fotocopias

El acceso a la información / Políticas de adquisición o selección

Estas políticas definen qué categorías de recursos adquirirá o no el servicio de información y a cuáles ofrecerá o no acceso. En general, los servicios de información elaboran listas de temas e indican si proporcionan recursos sobre determinados temas, a qué nivel y cómo: libros, publicaciones periódicas, bases de datos on line, etc. Esta política es importante para determinar el presupuesto destinado a recursos que necesitará el servicio de información.

Política documental

La política documental indica cómo pretende tratar el servicio de información los recursos que adquiera. Esta política debe indicar qué tipo de recursos serán indizados y catalogados, cómo se almacenarán los recursos, qué recursos se conservarán indefinidamente y cuáles serán descartados.

Política de préstamo y circulación

Generalmente esta política define qué categorías de recursos pueden tomarse prestados, de quién y por cuánto tiempo. La política de circulación suele definir los materiales que pueden salir del centro y ser puestos en circulación entre los usuarios. Con frecuencia se establecen servicios de circulación para las revistas recibidas recientemente, aunque la decisión debe adoptarse teniendo en cuenta el contexto de la organización específica a la que se sirve.

Estableciendo claramente las políticas operativas, el servicio de información tiene un marco de referencia que todos comprenden, con lo que estas políticas pueden servir como manual de funcionamiento para el servicio de información. Contar con un manual de políticas es esencial para informar en detalle al

nuevo personal del centro de información sobre cómo funciona el servicio, y puede resultar una herramienta útil para explicar el marco operativo a los gestores y a los clientes del servicio de información

Deben establecerse procedimientos para revisar las políticas cuando cambien las circunstancias. Por ejemplo, no tiene sentido tener una política que establece quiénes tendrán acceso a la base de datos Medline en CD-ROM, si de pronto esta base de datos es accesible gratuitamente en Internet y todos pueden acceder a ella en las instituciones. Las políticas, como los planes estratégicos, deben ser documentos vivos que reflejen las situaciones en las que operan.

