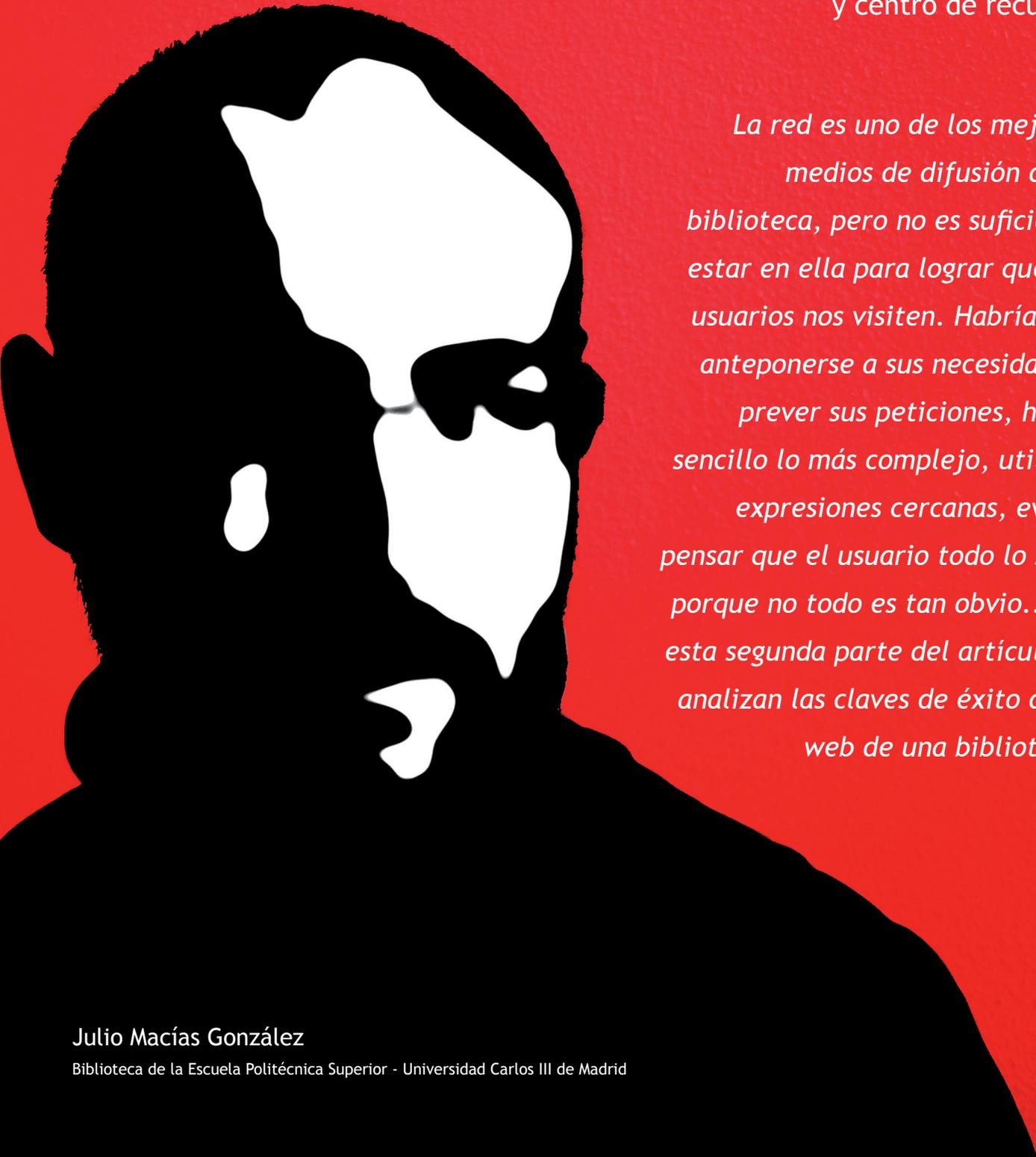


El usuario sin rostro (II)

La atención virtual al público en la biblioteca híbrida y centro de recursos



La red es uno de los mejores medios de difusión de la biblioteca, pero no es suficiente estar en ella para lograr que los usuarios nos visiten. Habría que anteponerse a sus necesidades, prever sus peticiones, hacer sencillo lo más complejo, utilizar expresiones cercanas, evitar pensar que el usuario todo lo sabe porque no todo es tan obvio... En esta segunda parte del artículo se analizan las claves de éxito de la web de una biblioteca.

Julio Macías González

Biblioteca de la Escuela Politécnica Superior - Universidad Carlos III de Madrid

Cuando generamos un producto virtual que proviene del mundo físico, este al principio traslada todas sus características al nuevo entorno, generando una imagen similar, como en un espejo. Pero paulatinamente este reflejo va cobrando vida y evolucionando hacia nuevas formas, facilitado por el carácter hipermedia e hipertextual del medio, qué duda cabe, pero sobre todo porque el usuario de la web —más conocedor y más exigente, quizás— está detrás demandando nuevos servicios que se adapten de forma mucho más clara y precisa a sus necesidades y a lo que la web le tiene acostumbrado. A veces es la biblioteca quien se anticipa (debería siempre anticiparse), pero finalmente es el usuario el que acaba marcando la pauta sobre la utilidad y conveniencia de lo que hacemos.

Baste comparar nuestros tradicionales catálogos impresos con los actuales OPACs (y eso que estos no aprovechan ni mínimamente las posibilidades actuales de la web), nuestros viejos folletos y guías informativas con las webs institucionales, nuestros boletines de novedades con sistemas basados en blogs y RSS o las guías de lectura tradicionales con productos como *whichbook.net*. Y es que las posibilidades de interconectar recursos y desarrollar formas nuevas hacen que el usuario ya no necesite saber qué es y cuáles son las posibilidades y limitaciones de nuestros catálogos, bibliografías, guías, ni, muy pronto, de la tipología tradicional de documentos (libros, artículos, tesis, etc.). Lo importante finalmente es la información que fluye de unos instrumentos a otros hacia los usuarios, expandiendo las formas tradicionales de los documentos primarios y secundarios hacia nuevos modelos para los que aún no tenemos denominación (y quizás nunca haga falta).

Por qué en nuestra web: captación del usuario

En el entorno web los usuarios no tienen obligación de usar prácticamente ningún sitio, por esa razón

la motivación es esencial. Para la biblioteca virtual el primer problema que generan los usuarios es la falta de estos y para lograr un sitio web exitoso, es necesario que el usuario encuentre algo de valor en él. Por esto, como muchos autores han dicho, hoy día ya no es suficiente estar en la red, hay que aportar algo más (contenido) y aportarlo bien (forma).

En primer lugar, está la posición. Puede ocurrir que nuestra web no sea fácilmente localizable. Aún así puede ser que entren en nuestra *home page* y, sin embargo, determinadas partes sean poco frecuentadas. Problemas de posición, estructura, enlaces, promoción, pueden estar en la raíz de este fenómeno, aunque también se puede deber a la falta de interés para el usuario (es decir, una simple cuestión de contenidos). Si no es esta la razón, o no es una razón determinante, suele ser su posición en la jerarquía de páginas la razón última de su escasa popularidad: una página de servicio o información “enterrada” bajo diversas páginas previas suele tener pésimas consecuencias... Los usuarios no navegan más que hasta un determinado nivel de profundidad y menos si dicha información no es de vital importancia. Más que nos pese, debemos ser conscientes de cuáles son las prioridades de nuestros clientes... no somos su banco o su empresa, no formamos parte de sus necesidades vitales, y no somos los únicos, luego hemos de ganarnos un puesto dentro de estas a través de lo que ofrecemos y de cómo lo ofrecemos. Sin embargo, en muchas ocasiones la propia estructura que caracteriza al sitio no nos permite salvar la profundidad a la que se colocan determinadas páginas. La solución está en el propio carácter hipertextual de la web: enlaces directos creados desde noticias (cuando la marcha del curso aconseje destacar dicha información, por ejemplo) o a través de un sistema de enlaces rápidos que puede plasmarse en una barra de navegación o desplegable.

Dentro de los estudios sobre éxito en la web, uno de los criterios

que se utilizan para determinar la efectividad de los proyectos es la pregunta de por qué los usuarios han de utilizar nuestra web, qué van a encontrar allí que no esté en otras webs, es decir, la originalidad y adaptabilidad de nuestros contenidos a las necesidades del usuario. Se debe aplicar al conjunto de la web y a cada una de sus partes. La respuesta a esta pregunta debe ser obvia desde el momento en que el usuario accede a nuestra *home*. Somos la biblioteca de la universidad, del barrio, de la nación y sólo aquí el usuario puede encontrar determinados servicios y en determinadas condiciones... pero esto que es algo tan sabido para nosotros no lo es tanto para nuestro público. “¿Cuanto le debo?”, “¿Dónde puedo alquilar...?”, “Por qué no puedo llevarme esto”, y “Sí, lo traigo con retraso pero es que me hacía falta”, son situaciones que todos hemos tenido que ver alguna vez y que demuestran que para nuestros usuarios una biblioteca no es algo tan evidente. La situación no ha cambiado con la biblioteca virtual, sólo han surgido nuevas cuestiones... “¿Dónde pincho para ver el libro?”, “¿Y por qué no está en digital?”, “¿Y cómo me lo grabo?”. Luego, ¿cuál es el primer problema que nuestros usuarios plantean ante la biblioteca virtual? Saber exactamente en qué consiste, que al entrar en nuestra web se hagan una idea clara de lo que les espera y, sobre todo, de lo que no. La omnipresencia de la red suele elevar en mucho lo que el usuario espera de aquellos que se atreven a ofrecer información y servicios a través de ella: lo mejor es que el usuario tenga muy claro lo que va a encontrar desde el principio y no se llame a engaño. ¿Cómo? La propia presentación, la estructura clara de los contenidos, la terminología no confusa, pueden ayudarnos. Nada peor que defraudar una expectativa muy alta por no haber sabido reflejar exactamente el contenido de nuestro sitio... Es posible que el usuario no vuelva.

No es fácil. La web es hipermedia e hipertextual. La estructura de la información hipertextual se basa

Los usuarios no navegan más que hasta un determinado nivel de profundidad y menos si dicha información no es de vital importancia.

en la ruptura de la lectura lineal para permitir el enlace libre de los documentos (información registrada). Pero la parte textual sigue siendo la clave de la web, por mucho que los otros medios audiovisuales se hayan convertido en su parte más atractiva, imprescindible para la mayoría de los usuarios. Al final, hasta el acceso a dichos medios audiovisuales se sigue basando en enlaces textuales, es decir, que en la mayoría de los casos utilizan las palabras como elemento de búsqueda, recuperación y enlace. Por todo ello, un elemento clave en la web es la terminología que utilizamos. En este aspecto se enfrentan dos tendencias totalmente contrarias: acercarse al lenguaje del usuario olvidando nuestra jerga profesional u obligar al usuario a utilizar la terminología técnica, formándole. La realidad es que muchas veces el usuario no utiliza todos los recursos de nuestra web porque sencillamente no entiende nuestras expresiones ni lo que hay detrás de los enlaces. Por ejemplo: hay webs que no pretenden que el usuario distinga entre buscar en la web, buscar en un sitio o buscar en el OPAC, sino que de una forma fácil y directa este encuentre lo que busca. Un enlace denominado *Buscar* lleva al usuario a una página donde se recogen entradas a los distintos sistemas de búsqueda para que este discrimine o a un multibuscador donde se integran distintos sistemas. En estas webs la terminología profesional imperante ha desaparecido y palabras como OPAC, DSI, SFX han sido sustituidas por “Si busca información”, “Otra información”, “Manténgase al día”, expresiones que son más comprensibles y cercanas al usuario. En otros casos vemos cómo se ha intentado compaginar distintas fuentes de letra y subíndices en el diseño tipográfico o usar ayudas contextualizadas o *tag lines*. Todo ello puede ayudarnos a

compaginar ambas tendencias (enlaces basados en términos técnicos y aclaraciones del significado como acompañamiento).

Fidelización de usuarios

Durante siglos las bibliotecas hemos vivido en un mundo sin competencia (salvo la que en ciertos aspectos pudiéramos ejercer entre nosotras). Y sin embargo, sin esta competencia se ha sabido plantear la mejora de servicios y recursos como un medio para lograr satisfacer las necesidades de los usuarios. Pero aún así, nunca habíamos tenido una competencia real que nos “quitara” usuarios y hasta ahora no empezamos a ser conscientes de ello. En una reciente encuesta realizada a los alumnos que preparan su proyecto de fin de carrera en nuestra Universidad hemos comprobado cómo el 42% de los alumnos utilizó Internet como fuente exclusiva o principal para recabar la información necesaria para su proyecto, mientras su desconocimiento de las bases de datos y revistas electrónicas en las que la biblioteca – y el Consorcio– gastaron el año pasado varios millones, se eleva al 75,74%. La red es a la vez nuestra mejor baza de difusión y nuestra competencia real más grave... Podemos sumarnos a su marcha, alimentarla, canalizarla o dejar a otros que lo hagan. Finalmente los usuarios serán fieles a la red y a nosotros si seguimos en su línea y atendemos a sus necesidades.

Hay que tener en cuenta que en determinadas bibliotecas existe en teoría una mayor facilidad para esta fidelización: en una biblioteca universitaria adquirimos recursos en red (bases de datos, revistas electrónicas), y obligamos al usuario a utilizar nuestra web como plataforma para acceder a ellos. ¿Supone esto que nuestros

usuarios están fidelizados? Ni mucho menos. Se da el caso de usuarios habituados a utilizar recursos adquiridos por las bibliotecas, gracias a una licencia de campus, cuya autenticación se realiza por la dirección IP del ordenador, que no son conscientes de que el acceso es posible por la suscripción de la biblioteca... mala política de promoción la de la biblioteca.

Por otra parte, está claro que la fidelización de un usuario no puede ser absoluta, no podemos pretender que el usuario nos tenga como página de inicio en su navegador. Es habitual que el usuario tenga recursos que nosotros desconocemos o consideramos menos eficaces que los que le proporcionamos, pero que seguirán utilizando quizás porque se adaptan mejor a sus necesidades particulares, por la costumbre de usarlos o por mil circunstancias que se nos escapan. Además, muchos de los intereses de nuestros usuarios son difícilmente abarcables en nuestra web. La fidelización del usuario debe ir siempre en el sentido para el cual existe la biblioteca. Más aún: somos profesionales que controlamos muchas de las fuentes y técnicas de recuperación, pero el usuario habituado a utilizar la red – cada vez más integrada y fácil de utilizar– generalmente sólo demandará de nosotros que generemos instrumentos de recuperación o que alimentemos la red con recursos informativos... Él se basta para su propia recuperación. Podemos insistir en formar al usuario para mejorar su conocimiento y uso de las fuentes, en promocionar nuevos recursos, pero finalmente el usuario autónomo será siempre el mejor usuario. Teniendo esto en cuenta existe otro tipo de fidelización que interesa y mucho conseguir en la biblioteca: la del usuario que no sabe dónde acudir para la localización de determinada in-

¿Cuál es el primer problema que nuestros usuarios plantean ante la biblioteca virtual? Saber exactamente en qué consiste.

formación o material. Esto puede suceder aún en usuarios muy hábiles, que controlan muchas direcciones de su interés en la red y los instrumentos de búsqueda y que no precisan de nosotros para localizar información... Siempre habrá momentos en los que el usuario necesite de algún asesoramiento específico sobre algún recurso y su uso, en algún momento necesitará un lugar al que acudir para que se le oriente dentro de la red en la búsqueda de una información concreta que no controla... En esos momentos es cuando la biblioteca puede tener un papel determinante y actuar de agente asesor. Pero tampoco en esto tenemos el camino libre y la competencia de las redes de expertos ya actúan en este sentido. La biblioteca no tiene porqué actuar sola: puede con-

vertirse en un medio que canalice el contacto experto/usuario. Si finalmente somos capaces de estar a la altura de las circunstancias, es decir, de proporcionarle al menos una orientación acertada, el usuario de nuevo volverá... Cuando vuelva a necesitarlos, claro está. Si el usuario encuentra satisfacción a su necesidad volverá a nosotros cuando nos necesite. Tendremos un usuario fidelizado a la red y a la biblioteca como agente activo de ella.

Webs cercanas al usuario

En la actualidad la tendencia es ir hacia la web centrada en el usuario. La idea fundamental es que el diseño de la web de biblioteca permita localizar fácilmente lo que buscamos. El medio para lo-

gar una buena “encontrabilidad” es hacer que cada cosa esté perfectamente identificada (etiquetado, clasificación), y diferenciada del resto y a su vez perfectamente relacionada (familias taxonómicas, hipervínculos). Generalmente a través de un sistema de organización del conocimiento adecuado a la comunidad de usuarios a la que va dirigida la web.

Otros factores importantes son: la capacidad del usuario de realizar tareas básicas la primera vez que llega a un sitio (intuición) –lo cual está muy condicionado por las propias experiencias del usuario en el uso de otros sistemas y su capacidad de aprendizaje y por la afinidad entre los sistemas– ; lo fácil y rápido que pueden hacerse las tareas una vez que los usuarios cono-

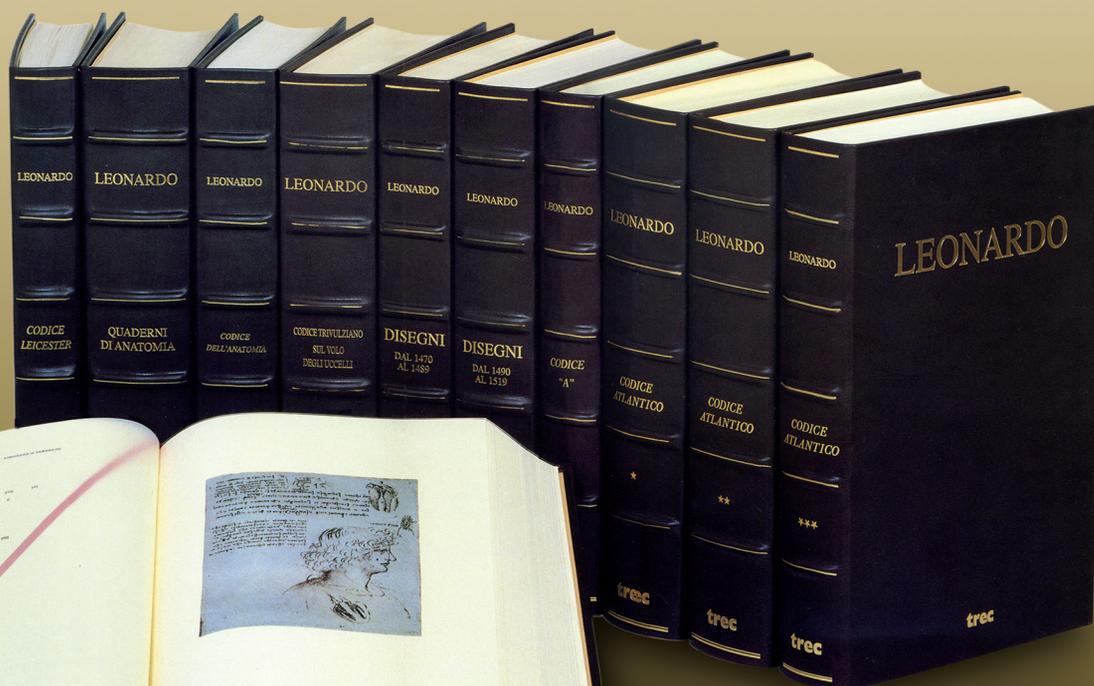
LEONARDO DA VINCI

SU OBRA REPRODUCIDA EN 10 VOLÚMENES

EDICIÓN
BIBLIÓFILA

PIEL, ORO,

FUNDA ARTÍSTICA
DE MADERA



LLÁMENOS: Vicent García Editores Tel.: 627 59 65 73 e-mail: vgsa@combios.es web: www.vgesa.com

Sistematizar nuestros servicios y recursos pensando en perfiles puede ser un importante elemento de marketing para atraer a dichos grupos a nuestra biblioteca y fidelizarlos.

cen el sitio (eficiencia); lo fácil que resulta a un usuario recordar cómo funcionaba un sitio cuando vuelve a visitarlo después de pasado un tiempo (memorización) —para lo cual la estabilidad de los sistemas es algo tan necesario como infrecuente— ; y finalmente la facilidad para rectificar errores así como la importancia de estos (tasa de error). Los mensajes de error, si dan alternativas, son claves en este sentido. Las últimas tendencias giran en torno al concepto de diseñar webs basándose en estudios previos sobre las experiencias y el comportamiento práctico del usuario. Y en este sentido conviene tener en cuenta algunas características del comportamiento del usuario en la web, parafraseando a D.J. Nielsen y otros autores (cfr. Lorenzo Gorrioz, A. M. “Servicios no presenciales en las Bibliotecas”. http://www.pre.gva.es/argos/docus/webbcarios/websbibliotecarios_esquema2.htm [consulta: 1-8-2007]). Siempre será útil tenerlas en cuenta aunque con matices, ya que hay demasiados “momentos” distintos del usuario (cuando estudia, cuando trabaja, cuando se divierte, etc.):

- No leemos las páginas, las hojearmos. No leemos largos textos. Los esfuerzos por construir grandes manuales de instrucciones no suelen tener los resultados esperados. Tampoco los largos textos normativos.
- No tomamos decisiones óptimas, sino suficientes. Esperar que el usuario elija entre demasiadas opciones suele tener peor efecto que si “dirigimos” su navegación hacia los recursos.
- No buscamos la mejor información: nos apañamos con lo que encontramos en las fuentes a las que estamos acostumbrados. La exhaustividad en las recopilacio-

nes de recursos tampoco es de gran utilidad al usuario, a no ser que creemos eficaces sistemas de recuperación.

- No malgastamos el tiempo rastreando en grandes cantidades de información: no vamos más allá de un determinado nivel de profundidad, no comprobamos más de un número determinado de enlaces. Webs demasiado complejas, interenlazadas y profundas suelen tener un efecto contraproducente.
- No averiguamos el funcionamiento de las cosas (OPACs, buscadores, etc.), nos las arreglamos... Y, por lo tanto, mejor cuando más intuitivamente funcionan.

Personalización

De este estudio pormenorizado de los distintos momentos del usuario, solemos concluir que en lo que genéricamente denominamos usuario conviven individualidades con necesidades particulares que buscan satisfacción. Necesidades que además pueden variar en distintos momentos del día o del año. En el mundo físico, las distintas bibliotecas solemos compartir al mismo usuario en sus distintos momentos (biblioteca de empresa, biblioteca de estudio, biblioteca de lectura, centro de información, etc.).

Un usuario puede actuar en un momento determinado del día como profesional —con unas necesidades—, y a continuación como docente o estudiante —con necesidades distintas—, y a la vez como ciudadano que recaba una información administrativa, y finalmente puede dedicar algo de su tiempo al ocio o a la investigación. El usuario debe encontrar en la web “bibliotecas” para estos distintos momentos... que respondan en cada momento a sus necesidades específicas, pero a

la vez —ya que la red lo permite— de forma mucho más integrada de lo que ahora las puede encontrar, de manera que pueda pasar de un servicio a otro con la misma facilidad con la que se van sucediendo o simultaneando sus “momentos”. Lo que se ha venido a denominar la CombiLib debería ser un instrumento virtual, personalizable (o personalizado) y a la vez integrador de los distintos servicios en red que ofrecen diversas bibliotecas y servicios de información.

De ahí que el modelo habitual de biblioteca que ofrece servicios homogéneos y normalizados a su “comunidad de usuarios” —muy útiles en términos generales— puede llegar a ser poco precisa y adaptable a las necesidades específicas de determinados perfiles de usuario o incluso a un usuario concreto. Aunque las excepciones son siempre posibles en función de las demandas de estos, sistematizar los servicios y recursos que ofrecemos pensando en perfiles —más que en el conjunto de la comunidad de usuarios a la que servimos— puede ser un importante elemento de marketing para atraer a dichos grupos a nuestra biblioteca y fidelizarlos mejorando el aprovechamiento de los recursos y servicios que les ofrecemos. Pocas son sin embargo las webs en las que podemos encontrar esta estructura por perfiles. El ejemplo más claro lo encontramos en la web de la Biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid (<http://biblioteca.uc3m.es>) en la sección “Tu Biblioteca” donde se han creado perfiles para cada segmento de usuarios, reuniendo en una sola página los recursos y servicios específicos —quizás en demasía— de cada grupo, recursos que de otra forma se presentarían de manera dispersa por la web. Algo parecido encon-

Siempre habrá momentos en los que el usuario necesite que se le oriente dentro de la red en la búsqueda de una información concreta que no controla... Es cuando la biblioteca puede tener un papel determinante y actuar de agente asesor.

tramos también en las secciones de “Apoyo al estudiante” y “Apoyo al investigador” de la web de la Biblioteca de la Universidad Autónoma de Madrid (<http://biblioteca.uam.es/>), pero con un sentido más práctico, a modo de guías.

Es esta, sin embargo, una estructura tendente a desaparecer, al menos en la web pública, cuya finalidad es servir de “escaparate” de las instituciones. No es de extrañar si tenemos en cuenta que muchos de estos servicios van dirigidos a usuarios de la propia institución y exigen una validación personal, con lo cual no deja de ser un contrasentido ofrecerlos aparentemente en abierto, para pedir luego validación, sin advertirlo previamente y creando unas expectativas que no son reales. Es en las Intranets donde verdaderamente existe un campo para el desarrollo de este tipo de perfiles adaptados a las necesidades de grupos y más aún al desarrollo de presentaciones y servicios personalizados. El caso de la biblioteca pública es diferente, ya que sus comunidades no están previamente establecidas y, por lo tanto, la biblioteca, física y virtual, está abierta a cualquier usuario que se haga el carné, por lo cual es siempre más complejo determinar perfiles de grupos homogéneos, aunque también es posible... Muestra de ello es la abundancia de adaptaciones infantiles de webs bibliotecarias (y los pocos ejemplos de bibliotecas virtuales juveniles que podemos ver), así como de algunas secciones de bibliotecas virtuales para tercera edad, inmigrantes, etc., que existen en bibliotecas anglosajonas (aunque siempre habrá que tener cuidado para que este tipo de servicios de extensión tan específico no llegue a convertirse en un medio más de “marginación”).

Más allá de los perfiles, intentando acercarse de forma más directa al usuario individual, la tendencia es ir hacia modelos más personalizados denominados “My library”, donde el usuario puede llegar a encontrar una configuración de la presentación de la biblioteca totalmente acorde a sus intereses particulares. Hay sistemas que se basan en la propia elección del usuario, que puede matizar su perfil partiendo de un perfil base acorde a sus características. Tiene las ventajas añadidas de poder elegir la información/servicios que le interesan, simplificar los sistemas de “autenticación” (identificación virtual) para determinados servicios e integrar la información personal de su interacción con el sistema (préstamos, reservas, solicitudes, desideratas, comunicación con la biblioteca, etc.). Para el usuario, sin embargo, supone generalmente un esfuerzo ir dando de alta las funciones que compongan su perfil personal, lo cual implica que en principio sólo es efectivo en usuarios que están muy implicados con la biblioteca o que reciben una asistencia muy cercana en sus primeros contactos con esta, en el momento de darse de alta en el sistema.

Hay, sin embargo, sistemas semi-automáticos que van generando el perfil casi sin que el usuario se dé cuenta. Se parte de un perfil genérico para los usuarios de su grupo y cada vez que el usuario sale del sistema, tras realizar una operación, le pregunta si desea incluirla como favorito de su perfil: las respuestas del usuario van configurando el sistema de una forma sencilla y bastante eficaz. Otros sistemas más avanzados analizan la navegación del usuario y establecen por frecuencia los servicios más requeridos por él para ofre-

cerlos en posteriores conexiones o simplemente tiene preconfigurados determinados intereses del usuario tipo y son capaces de adscribirlos a un “modelo” en función de su comportamiento en la red. El usuario, claro está, siempre tiene la opción de modificar lo que el sistema establezca.

FAQ: la biblioteca se anticipa al usuario

Partimos, pues, de que el usuario suele agradecer todas las formas que la biblioteca pueda ofrecerle para hacer las cosas más complejas de forma sencilla, incluso automática, haciéndole obvio incluso lo que para él pueda no serlo. Y que, además, el sistema le entienda, anticipándose a sus necesidades, pero respetando siempre su libertad para elegir y cambiar. Y todo ello 24 horas al día y 365 días al año. Y desde cualquier parte. Y desde cualquier medio, es decir, la web intermodal.

Además del catálogo, la biblioteca —y en especial los servicios de referencia— solían dotarse de otro tipo de instrumentos (obras de consulta) o generarlos (instrucciones, guías, solucionarios, etc.) para responder a las demandas concretas del usuario. De todos ellos, destacan o destacaban determinados ficheros en los que sistematizar las preguntas de información más frecuentes con su correspondiente respuesta o la indicación de las fuentes a las que acudir. Ante el número creciente de recursos y la falta de herramientas de búsqueda adecuadas, se hizo necesario algún instrumento de acceso estructurado a estas preguntas y respuestas. Estos instrumentos, de uso interno, tienen o han tenido múltiples ventajas. De todas sus virtudes, deberíamos

Nadie mejor que un usuario formado y autónomo para sacar de los recursos de la biblioteca toda la riqueza que almacenamos y de la forma que mejor se adapte a sus necesidades.

destacar cómo nos permite unificar el mensaje de la biblioteca, evitar interpretaciones, dar siempre una respuesta completa y única a todos los usuarios (y un criterio unificado al personal). Pero, además, nos permiten: responder con facilidad y rapidez a preguntas frecuentes; responder con mayor facilidad y rapidez a preguntas complejas; anticiparse a la pregunta del usuario reduciendo el tiempo de espera; unificar y establecer respuestas “modelo” por parte del responsable; evaluar las respuestas; registrar los conocimientos adquiridos por los miembros del equipo para compartirlos (especialmente los nuevos datos); apoyar la formación de nuevo personal y el trabajo diario de personal con poca experiencia, dotando a los equipos de mayor flexibilidad en el personal que puede atender el mostrador; y finalmente, claro está, generar ficheros de preguntas frecuentes para la autorespuesta o la autoformación del usuario. Y es que la mayor ventaja de poner estos instrumentos a disposición de los usuarios, a modo de “preguntas frecuentes” u otro tipo de guías o instrucciones que quieran diseñarse, es que ahorra consultas repetitivas y qué mejor que Internet para hacerlas llegar al público. Aunque pueden existir en otros soportes físicos, desde la aparición de la red contamos con la mejor plataforma para difundir este tipo de información y lograr los objetivos de estos instrumentos: una respuesta rápida, concreta y fiable que llegue fácilmente al usuario. Siempre es útil tener algún tipo de fichero FAQ, por muy simple que este sea, ya que permite a la biblioteca dar información las 24 horas del día. Y aunque son más frecuentes las FAQ dirigidas a la información básica de orientación

en la biblioteca, el modelo es aplicable a cualquier tipo de servicio referencial, incluso de temática muy específica. La filosofía de la pregunta y respuesta no es nueva (algo similar se podía ver desde antiguo en las instrucciones de los electrodomésticos), la novedad reside en su adaptación a nuevos entornos —virtuales— y la facilidad con la que se puede aplicar a muy diversos conjuntos de datos e informaciones... llegando incluso a condicionar el diseño de algunas webs —que se alejan definitivamente del modelo “guías”— como podemos ver en el caso de la <http://www.bne.es/>.

Considerando la relación del usuario con este tipo de instrumentos, debemos empezar hablando de la necesidad de organizar los datos, como en cualquier otro sistema de almacenamiento y recuperación. Es necesario organizar las FAQ de alguna manera, generalmente de lo más simple a lo más complejo o por la frecuencia de la pregunta (lo más preguntado, al principio). Su organización temática o por áreas, claro está, depende de que exista un número de preguntas y respuestas para hacer necesaria este tipo de organización. Será siempre el volumen y diversidad de los datos e informaciones o su riqueza informativa lo que justifique sistemas más o menos complejos de organización, llegando incluso a generarse una masa de información que pueda ser recuperada por términos (indización) y gestionada por una base de datos. Si la biblioteca se dirige a una comunidad formada por grupos definidos y con necesidades diferentes, los “perfiles” podrían ser una forma eficaz de organizar las FAQ. Pero la principal cuestión que debemos plantearnos está en relación con la necesidad que existe

siempre de promocionar de alguna forma cualquier servicio que queramos poner en la red. Su visibilidad, esto es, donde ubiquemos el fichero FAQ en nuestra web influirá decisivamente sobre su uso y utilidad final. El fichero —o incluso las preguntas y respuestas de manera individual— deberá estar enlazado desde cualquier punto de la web donde el usuario pueda sentir necesidad de encontrar la respuesta concreta a una pregunta sencilla. Pero, además, deberemos promocionarlo: en la formación de usuarios y en el día a día. Debemos remitir a las FAQ aquellas preguntas frecuentes que el usuario dirija a la biblioteca, presencial o virtualmente. Qué duda cabe que en las FAQ el usuario va a encontrar una respuesta más razonada y completa, además de la respuesta a otras preguntas que le pudieran surgir a continuación. Pero, generalmente, el usuario no verá con buenos ojos que ante una pregunta simple le remitamos sin más a la web. Cuando hablamos de que el fichero FAQ se construye para “parar” las preguntas frecuentes o repetitivas, habría que preguntarse ¿repetitivas para quién? Para nosotros puede ser agotador, pero para el usuario es una simple pregunta y generalmente no comprende la razón por la cual no le damos una respuesta directa y le enviamos a las FAQ. No se trata de eso: si además de responderle a la pregunta le informamos de que ante cualquier duda elemental que tenga podrá encontrar la respuesta fácilmente, 24 horas, 365 días y desde cualquier sitio, seguramente mejoraremos su grado de satisfacción con el servicio y conseguiremos que la próxima vez utilice el instrumento, descargando así al servicio del coste de tiempo y esfuerzo que suponen las preguntas repetitivas. Conseguir-

mos, además, generar un instrumento de autoservicio (en un momento en el que este autoservicio se plantea como una solución a la escasez de recursos de personal) y facilitamos la formación del usuario. Y un usuario autónomo y formado redundará en una mayor efectividad de los servicios: por mucho que un técnico intente comprender la necesidad del usuario, nadie mejor que el mismo usuario, formado y autónomo, para sacar de los recursos de la biblioteca toda la riqueza que almacenamos y de la forma que mejor se adapte a sus necesidades.

No hay que perder de vista un problema que se nos puede dar de forma bastante frecuente: los

usuarios nos solemos acostumbrar a lo que conocemos. Si un usuario es bien atendido por teléfono, volverá a él cuando lo necesite, y si acostumbramos a una comunidad a ello, las FAQ no tendrán demasiado uso. A veces es útil, con cualquier excusa, pedir —desde el mismo teléfono o presencialmente— al usuario que entre en las FAQ y busque la respuesta... Ya se trabaja con sistemas de “teleasistencia”. Finalmente, hay que tener en cuenta que es conveniente acompañar el fichero FAQ siempre de otros “instrumentos”: determinados enlaces nos pueden ayudar a ilustrar las respuestas (noticias de la biblioteca, por ejemplo); la cercanía del mapa o buscador también será de agradecer. El usuario,

además, siempre debe tener la posibilidad de ponerse en contacto con nosotros a través de un e-mail o buzón para poder preguntar aquello que no entienda o no se contemple en las FAQ. La idea es ir hacia la integración de servicios de manera que este pueda prestarse al usuario independientemente de sus circunstancias. Un portal de biblioteca en el cual todos los servicios, recursos e informaciones se integren de una manera sencilla, entre ellos, con otros mundos virtuales y con el mundo físico, de manera que el usuario, sea cual sea su formación y aunque venga de entornos muy diversos, no precise de especiales conocimientos para sacar todo el rendimiento posible a nuestra biblioteca. ■

Ficha Técnica

AUTOR: Macías González, Julio.

TÍTULO: *El usuario sin rostro (II). La atención virtual al público en la biblioteca híbrida y centro de recursos.*

RESUMEN: En el número anterior de *Mi Biblioteca* se hablaba de cuáles eran los pros y los contras de la comunicación con el usuario sin rostro, que accede a la biblioteca a través de los servicios virtuales. En esta segunda parte del artículo se describe cómo captar y fidelizar a los usuarios desde la web de una biblioteca, y qué estrategias se pueden llevar a cabo para sacar el máximo rendimiento a sus servicios y recursos a través de la red.

MATERIAS: Usuarios de Bibliotecas / Bibliotecas / Nuevas Tecnologías / Información y Comunicación.



Soluciones integrales en informática documental y servicios de información:

Empresa especializada en el análisis, gestión y tratamiento de la información ofrece:

- ✓ Soluciones en herramientas tecnológicas para recursos de información y documentación
Glas, EOS.Web Enterprise, EOS.Web Express y Archivo3000
- ✓ Soluciones en servicios de catalogación, digitalización y organización de archivos
- ✓ Soluciones en formación en tecnologías de la información y la documentación
- ✓ Soluciones en el desarrollo de aplicaciones a medida y alojamiento de aplicaciones de gestión documental en tecnología .NET

Preparada para adquirir el compromiso que nuestros clientes requieren para ejecutar los proyectos con éxito

Pedro Teixeira 9, Esc. dcha., 3º D · 28020 Madrid · Tlfn.: +34 91 598 35 84 · Fax: +34 91 598 35 85
Nicasio Gallego, 4, 5º dcha. 28010 Madrid · Tlfn.: 670 910 841