

Estudio sobre necesidades, demanda y uso de información de productores de leche ovina y/o caprina

**Silvia Beatriz Arano Poggi
Ana Gabriela Díaz Pereyra
Paulina Szafran Maiche**

Resumo

Realiza-se um estudo das necessidades, demanda e uso de informação por parte de produtores de leite de ovelha e/ou de cabra, com base num universo de 36 produtores. Selecionaram-se aqueles indicadores que permitem elaborar um perfil destes produtores como usuários potenciais de informação. Os dados foram obtidos por meio de um questionário testado, previamente à distribuição, em entrevistas. Apresentam-se os resultados de acordo com os seguintes itens identificados: perfil da comunidade, comportamento informacional, demanda e necessidade. Trata-se de uma pesquisa realizada com o fim de detectar os produtos e serviços de informação necessários para os produtores no desenvolvimento da sua atividade. Incluem-se propostas a respeito.

Palavras-chave

Demanda por informação; Pesquisa de demanda; Produtores de leite; Leite de ovelha; Leite de cabra; Uruguai.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se trata de una versión abreviada* e proyecto de investigación que se realiza en el marco del Plan de Estudios (1987), de la Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines, a partir del cual se ha encarado el nuevo contexto del espacio informacional, brindando un renovado perfil a los bibliotecólogos.

Consideramos que el sector productivo nacional requiere de insumos para su expansión, en particular, insumos informacionales ya sean productos o servicios con valor agregado. La conservación y explotación de los recursos agropecuarios en el Uruguay hacen surgir un conjunto variado de usuarios y, por lo tanto, de necesidades de información, que obligan a los bibliotecólogos a optimizar la gestión de la información en áreas no tradicionales para la profesión, involucradas directamente en el progreso económico-social del país.

Dentro del ámbito agropecuario, se optó por analizar el sector lechero, considerando su potencial desarrollo, con énfasis en el Mercosur. Se consideró interesante realizar el estudio de usuarios sobre los productores de leche ovina y/o caprina, ya que se trata de una actividad nueva en el país, posibilitando investigar las necesidades, demanda y usos informacionales de una comunidad potencial de usuarios.

Los objetivos generales de la investigación fueron: contribuir al desarrollo del cuerpo teórico de los Estudios de Usuarios en el Uruguay; validar el nuevo perfil del bibliotecólogo, como profesional capaz de incidir en los procesos productivos, a través del ejercicio liberal de la profesión; generar insumos que permitan desarrollar servicios de información en el área agropecuaria y conocer las características de la conducta informacional de un tipo específico de productor agropecuario. En tanto que los objetivos específicos fueron: caracterizar a los productores de leche ovina y/o caprina como usuarios potenciales de información y detectar necesidades de servicios y productos informacionales requeridos para el desarrollo de la actividad productiva lechera ovina y/o caprina.

El trabajo se limitó geográficamente a la República Oriental del Uruguay. Temporalmente, abarcó el período comprendido entre octubre de 1993 y diciembre de 1994.

Nuestro objeto de estudio fueron los productores lecheros ovinos y/o caprinos. Considerando productor de leche ovina y/o caprina a, aquella persona que desempeña en un establecimiento rural actividades relativas al manejo de ovinos y/o caprinos de su propiedad, con fines de ordeño y, a los efectos de obtener beneficios económicos.

Cabe destacar que, desde el inicio, no se consideró al usuario necesariamente vinculado a una o más unidades de información en particular.

* El documento completo del Estudio se encuentra en la Biblioteca de la Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines de la Universidad de la República.

El acceso a los datos identificatorios estuvo marcado por la imposibilidad de comprobar si el número de productores detectados corresponde a la totalidad de los mismos en el país. En algunos casos, la inconsistencia de los datos obtenidos impidió el contacto con el productor. La distancia física entre el grupo de investigación y los sujetos de estudio limitó la posibilidad del contacto personal, lo que repercutió en la concreción de entrevistas y ocasionó la necesidad de enviar los formularios por correo.

Debido a la elección de una comunidad de usuarios potenciales, intentar detectar necesidades a través de aspectos cualitativos, visualizar al usuario como un elemento activo en la transferencia de la información, considerar el valor económico de la información, el presente estudio se enmarca dentro de la filosofía del Paradigma Alternativo. Sin embargo es indudable la subyacentía del Paradigma Tradicional, que se evidencia en la dificultad de realizar un estudio exclusivamente dentro del Paradigma Alternativo y a nuestra imposibilidad de abordar tales estudios que exigen una labor multidisciplinaria.

METODOLOGÍA

El Estudio de Usuarios se consideró como parte integral de una propuesta orientada a la creación y desarrollo de productos y servicios informacionales.

Para familiarizarnos con un tópico totalmente ajeno a nuestra profesión y, a fin de facilitar el proceso de comunicación con los usuarios, se realizó una intensa investigación bibliográfica en las unidades de información del área.

Durante los meses de noviembre y diciembre de 1993, el grupo de investigación procuró identificar nombres y direcciones de los productores de leche ovina y/o caprina en el Uruguay. Cabe aclarar que se consideró a cada productor en forma individual, más allá de que uno o más productores sean propietarios de un mismo establecimiento. Se diagramó una ficha de identificación que permitiera identificar y ubicar a cada productor.

La identificación de usuarios tuvo su punto inicial en el contacto con el Departamento de Ovinos, Lanas y Caprinos de la Facultad de Veterinaria. Nos fue proporcionado un listado de personas relacionadas de una forma u otra con el tema, del mismo se extrajo exclusivamente la información relativa a los productores, sin tener en cuenta a técnicos, profesionales ni prensa.

Tomando como base ese listado, nos comunicamos personalmente con dependencias del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, plantas lecheras, instituciones educativas y otros organismos relacionados con el área, con la finalidad de detectar más productores y verificar la lista ya obtenida.

Del relevamiento efectuado se identificaron cuarenta y ocho usuarios potenciales. En los casos en que fue posible contactarlos dentro del departamento de Montevideo, se buscó verificar los datos en forma telefónica. Se descartaron ocho por no ser productores de leche ovina y/o caprina. A pesar de tener conocimiento de la existencia de otros productores, fue imposible ubicarlos físicamente al carecer de datos que permitieran el contacto.

Teniendo en cuenta que la investigación ha desarrollar era un estudio de necesidad, demanda y uso de Información de productores de leche ovina y/o caprina, las preguntas básicas que orientaron la elaboración del formulario fueron las siguientes :

* ¿ Cómo es la identidad y comportamiento informacional del usuario ?

* ¿ Qué productos y servicios de información demandan ?

* ¿ Qué productos y servicios de información usan ?

* ¿ Qué productos y servicios de información necesitan ?

A partir de estas cuestiones básicas se determinaron los indicadores que caracterizarían al estudio. Basándose en ellos se elaboró un formulario para ser autoadministrado que, en diferentes etapas, fue analizado y testeado considerando la opinión de las docentes guías y de los propios productores. En

la estructura del formulario no se distinguieron bloques cerrados de preguntas a excepción de los referidos a la identificación de los productores y al planteo de una situación problema. Con ello se buscó agilizar la dinámica de la lectura evitando el agotamiento y el tedio del usuario.

Se utilizaron preguntas abiertas, categorizadas y cerradas a efectos de contemplar todos los aspectos que contribuyeran a perfilar la comunidad de usuarios. Las preguntas categorizadas admitían más de una posibilidad de elección.

La realización de entrevistas al 10% de la población permitió manejar códigos comunes en la comunicación lo cual, sumado al testeado del formulario, brindó el marco cualitativo necesario para insertar los posteriores resultados.

A partir del 18 de marzo de 1994 se comenzaron a distribuir los formularios de acuerdo al siguiente criterio : para el departamento de Montevideo la entrega fue personal, en tanto que para el interior del país se utilizó el servicio de correo. En junio nos contactamos con los productores que aún no habían enviado el formulario, con especial énfasis en los residentes en el interior. El 31 de agosto se dieron por finalizados los re-envíos de formularios y los intentos de localizar a aquellos usuarios potenciales con los que aún no se había establecido contacto. Es de destacar la dificultad de comunicación con el medio rural (inexistencia de teléfonos, comunicaciones por transmisor, etc.) Se fijó el 15 de octubre como fecha límite de recepción de los formularios, de todos modos el último formulario recepcionado llegó el 22 de setiembre.

TRATAMIENTO DE LOS DATOS

Los datos contenidos en cada uno de los ítems del formulario se volcaron en cuadros a fin de agilizar el análisis del equipo investigador. A partir de ellos se realizaron los interrelacionamientos de variables que se consideraron pertinentes a los fines del estudio. En algunos casos, estos cuadros fueron complementados y/o sustituidos por gráficos a fin de facilitar la visualización de la información. Los cuadros utilizados por el equipo investigador para realizar la

tabulación de los datos requirieron de distinta presentación según el tipo de pregunta.

Algunas preguntas abiertas permitieron, debido a las respuestas recibidas, realizar una categorización que facilitó su análisis. Aquellas preguntas abiertas que no fueron pasibles de ser categorizadas, así como la información recabada en las entrevistas, comunicaciones telefónicas y contactos personales, se volcaron en la presentación y análisis de los resultados como elementos cualitativos que complementaron los datos obtenidos.

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

A pesar de que el universo de usuarios se caracteriza por un mayor porcentaje (66,67%) de productores radicados en el Interior, frente al 33,33% de productores con residencia en Montevideo, el porcentaje de respuesta obtenido en Montevideo (56%) fue mayor que el del Interior (44%).

Por lo tanto, y tomando en cuenta que la relación respuesta recibida/formulario enviado es de 5/6 en Montevideo y 2/6 en el Interior, es importante recalcar que los resultados obtenidos a partir de las respuestas del Interior no serían tan representativos como los de Montevideo.

Los productores caprinos tienen más relación con Montevideo (75%), en tanto que el productor ovino está más arraigado en el interior del país, ya que un alto porcentaje (64%) está radicado allí. Lo anteriormente expuesto sumado a comunicaciones informales mantenidas durante el desarrollo de las entrevistas y asistencia a eventos del área, permitiría suponer que el porcentaje del Interior que no contestó el formulario, en gran parte estaría integrado por productores ovinos.

El perfil identificatorio del productor ovino/caprino reuniría las siguientes características:

– Sexo masculino, este dato observado en la etapa de identificación, es característico de los productores agropecuarios en general, ya que se trata de un área en que la mujer no ha adquirido un protagonismo destacado.

– Entre 30 y 50 años, el hecho de que la población no esté compuesta por usuarios menores de 30 años, puede deberse a la necesidad de contar con un capital que permita el desarrollo de la actividad. Por tratarse de una actividad que requiere un desgaste físico considerable es lógico que, salvo casos particulares, la mayoría no exceda los 50 años de edad.

– Casado con hijos.

– Con educación terciaria en áreas relacionadas al agro, esto indica una tendencia vocacional al área rural previa al inicio de la actividad. Es importante aclarar que el total de los productores caprinos tienen educación terciaria, en tanto que sólo el 54% de los productores ovinos la tienen. El nivel terciario estaría posibilitando el acceso a información sobre producciones no tradicionales. La producción caprina surgida por iniciativas particulares podría tener relación directa con el acceso a esta información, a diferencia de la producción ovina que surgió por iniciativa institucional.

– Con experiencia agropecuaria previa. Tratándose de producciones sin una tradición arraigada en nuestro medio, era previsible que la mayoría de los productores hubiesen desarrollado actividades de índole agropecuaria.

Referido a su sistema de trabajo, la mayoría elabora productos lácteos. Sólo un 44% admite poseer una planta de procesamiento. Llama la atención que un 44% no conteste esta pregunta. Esto obedece a problemas de legalidad de los tambos, dato manifestado al equipo investigador por el personal de la División Leche del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.

La conducta informacional de los productores que se estudió a través de la captación, organización y evaluación pautó los siguientes elementos.

Las formas de captar información son la asistencia a eventos y recepción de publicaciones (en gran proporción gratuitas). No acostumbra mantener contacto informativo con otras partes del mundo, a pesar de que les interesaría mantenerlo. Los eventos (charlas, jornadas de campo, etc.) estarían favore-

ciendo la comunicación informal, ya que reúnen no sólo a productores, sino también a técnicos, representantes de instituciones oficiales y de firmas comerciales. La recepción de publicaciones garantiza su actualización en temas agropecuarios generales (p.e. tambo, ovinocultura, granja), pero no específicos de la producción lechera ovina y/o caprina. Tampoco consultan bases de datos, aquellos que sí consultan no lo hacen on-line en domicilio, por lo tanto podríamos inferir que la consulta la realizan en CD ROM y en instituciones.

No acuden a unidades de información, fundamentalmente por la carencia de información, la desactualización de la misma y la ubicación física.

A la luz de los resultados obtenidos, la distribución geográfica no incide en la concurrencia a unidades de información. Sin embargo, hay que tener en cuenta, que los productores del Interior enfrentan barreras físicas que dificultan su acceso a esta fuente, por lo cual este porcentaje no estaría reflejando la intención sino la imposibilidad de concurrir.

En general el poseer estudios terciarios favorece la captación de información, a excepción de la concurrencia a unidades de información, en donde los que sólo alcanzaron nivel secundario son los que más acuden a ellas. Sumado a que los productores caprinos manifiestan no concurrir a unidades de información, en tanto los ovinos concurren a ellas en un 54% y, dado que todos los productores caprinos tienen nivel terciario, aparentemente persiste una imagen negativa de las unidades de información, en particular, de las universitarias, en aquellos que tuvieron más contacto con ellas. La conceptualización de la unidad de información universitaria como un servicio de carácter administrativo al que concurren sólo para proveerse de la bibliografía exigida en los diferentes cursos y no como lugar de actualización e investigación, lleva a que al egresar del centro de estudios no se la considere como un centro que pueda brindar información para la producción.

En una primera instancia, la integración a una cooperativa no promueve la recepción de publicaciones, de información de otras partes del mundo y la consulta a bases de datos. Sin embargo al analizar la relación con la concurrencia a unidades de información, el porcentaje de productores integrantes de cooperativas que no concurren a unidades de información (80%) es netamente superior que el de los que no integran cooperativas (54%). La cooperativa además de actuar como nexo laboral (especialmente comercial) podría estar cumpliendo el rol institucional de unidad de información, en el sentido de que el productor recurre a ella cuando precisa informarse respecto a ventas, compras, precios, arriendos y mercados. A su vez oficia como canal de comunicación entre el productor y el mundo exterior.

La concurrencia a unidades de información favorece una conducta más sistematizada, que se evidencia en la valoración del archivo personal, ya que la posesión de un archivo personal implica una búsqueda, selección y evaluación de la información aunque sea en mínimo grado. La no concurrencia a las mismas incrementa el valor asignado a la consulta a técnicos e instituciones oficiales, en estas fuentes el productor encuentra la información actualizada y requerida. En particular esto debería obligar a un replanteo de los objetivos y funciones de las unidades de información de las instituciones oficiales, en donde se recurre a otras dependencias de la institución en vez de a ellas.

La costumbre de contar con un archivo personal está generalizada, lo que no implica que en todos los casos éste se encuentre organizado. Si bien los productores recurren al archivo, son conscientes de las limitaciones que puede presentar. Esto es razonable ya que un archivo personal difícilmente pueda ser exhaustivo y actualizado, a menos que sea puesto al día constantemente. Los productores sistematizan su información temáticamente, priorizando este punto de acceso sobre autores y/o títulos.

En algunas ocasiones el productor se convierte en generador de información. El bibliotecólogo debería actuar como intermediario favoreciendo la transferencia de esta información evitando la

duplicación de esfuerzos. La negación a compartir estos recursos informativos llega a ser un filtro intencional que dificulta el flujo informativo.

Esta comunidad se caracteriza por reconocer la importancia de la información para su actividad, ya que la mayoría le asigna un alto valor a la información. Lo que más valoran de la información son la confiabilidad, especificidad y actualidad. Debido a que su formación los habilita para evaluar la confiabilidad o no de la información captada, los productores con un nivel terciario de estudios no sitúan a la confiabilidad en primer lugar dentro de los atributos de la información. En cambio, los que no accedieron a este nivel de estudios le asignan un puntaje máximo a este atributo, ya que su formación puede no habilitarlos para determinar la confiabilidad de la misma. Para aquellos productores que se iniciaron en esta actividad sin ninguna experiencia en el área, la confiabilidad y especificidad son fundamentales, mientras que la actualidad no es tan prioritaria. Los tamboros, por sus conocimientos anteriores en manejo de ganado lechero, están interesados en actualizarse, ya que ellos tienen un bagaje que los capacita para desarrollar sus tareas.

La actitud de los productores ovinos y de los radicados en el Interior refleja una mayor consideración por los atributos de la información y las unidades de información. Esto se observa en los valores asignados a los atributos de la información, como también al valor asignado a la unidad de información como fuente.

Coherentemente, la valoración de la confiabilidad es tomada en cuenta por aquellos que aplican la información en la toma de decisiones, la priorización de la actualidad es buscada por los productores que procuran actualizarse permanentemente y, la especificidad es señalada como importante por aquellos que buscan evacuar una consulta puntual.

La igualdad de oportunidad en el acceso a la información no está generalizada, ya que existen barreras idiomáticas, tecnológicas y geográficas.

La literatura en portugués puede ser diseminada directamente a los usuarios sin traducción, en otros idiomas, salvo usuarios específicos, deberá ser traducida.

Los productores en una amplia mayoría cuentan con teléfono, sin embargo hay quienes no cuentan con ningún equipo.

Teniendo esta comunidad de usuarios la característica de desarrollar su actividad en el medio rural, con todas las limitaciones tecnológicas que ello implica, es de notar la existencia de un singular medio de comunicación como es el radiotransmisor. Este equipo permite una forma de comunicación determinada por una particular vehiculización de la información.

Hay que tener en cuenta que la mitad de los productores del Interior viven en el medio rural, lo que condiciona su posibilidad de recibir y/o enviar información.

La información obtenida siempre fue usada, excepto en un caso que no tuvo que ver con la voluntad del productor sino con un elemento externo que no permitió su aplicación, tal como expresó el productor en cuestión "no obtuve apoyo crediticio".

La mayoría tuvo consecuencias prácticas y/o económicas al aplicar información en su labor, confirmando que la misma realmente incide en el proceso productivo.

Relativo a la demanda se trata de usuarios potenciales que principalmente solicitan información técnica y comercial, la información técnica es el insumo para el desarrollo de la producción, en tanto la información comercial les permite acceder a un mercado que desconoce este tipo de productos lácteos.

Todos los productores de Montevideo solicitan información comercial, mientras que sólo la mitad de los del Interior lo hacen.

Siendo los residentes en Montevideo los que más valoran el tema Marketing, podríamos inferir que los que tienen más contacto con Montevideo tienen más claro que para entrar en el merca-

do requieren de técnicas y procedimientos de mercadeo. A su vez el tema Marketing atendiendo al rubro de producción, es más demandado por los productores ovinos, lo que puede obedecer a la necesidad de crear un lugar en el mercado para un producto que no tiene aval internacional como sí tiene el queso de cabra. Por todo esto es que el tema Marketing se vuelve fundamental para la toma de decisiones relativas a la difusión de los productos y el establecimiento de un mercado.

La priorización del tema Aprovechamiento integral de la producción por parte de los productores caprinos está indicando interés en una explotación completa de los animales. Para los productores ovinos este tema no reviste la misma trascendencia, ya que la oveja es un animal que tradicionalmente se explota en forma integral (lana, carne, cueros...). Esta búsqueda de optimización de los recursos, convierte a la información en un elemento esencial para la toma de decisiones relativas al manejo de los animales y, por lo tanto, a la organización de toda la producción.

La información sobre el tema Elaboración de productos se requiere para la consulta puntual, en tanto lo que se busca son datos concretos (recetas, normas sanitarias,...).

Los productores ovinos y los residentes en el Interior tienden a la elección de documentos más tradicionales como libros y manuales, en tanto que los productores caprinos optan por las publicaciones periódicas. Siendo la publicación periódica un tipo de documento que contiene información más acotada y actualizada, la preferencia por consultarlas indica un tipo de usuario más dinámico como demuestra ser el productor caprino.

Para evacuar consultas puntuales prefieren no consultar documentos. Esto podría ser indicador de que requerirían de un servicio que proporcionara datos concretos, p.e. precios, tendencias del mercado, posibles compradores, características de determinados medicamentos, estándares.

La vinculación a Montevideo y al rubro caprino aumenta la disposición a aceptar mayor variedad de soportes. La aceptación de soportes no tradicionales de información demuestra la internalización del concepto información más allá del soporte en que se encuentra. De todas formas el material impreso es ampliamente preferido.

Se caracterizan por preferir obtener información a través de una consulta personal y en menor proporción, telefónicamente, de lo que se podría pensar que son usuarios interesados en la inmediatez e interacción directa con la fuente de información.

La frecuencia para requerir información no tiene un ciclo claramente detectable debido a la variedad de opciones planteadas, lo que dificulta su interrelacionamiento con variables tales como tipo de información y destino de la información obtenida.

Las fuentes preferidas son los técnicos, instituciones oficiales, productores y archivo personal, es de tener en cuenta que las unidades de información ocupan el último lugar. Esto puede obedecer a la experiencia propia de cada uno y a la interacción usuario – unidad de información. Las unidades de información deben reformular y promocionar sus servicios, convirtiéndose en un elemento activo en la captación de información.

Es significativo que los productores ovinos valoren menos que los caprinos a las instituciones oficiales, se podría rastrear el origen de esto en la desconfianza de algunos productores ovinos hacia determinadas instituciones oficiales que, ante las expectativas creadas, no brindaron el apoyo esperado.

Aquellos que tienen experiencia previa en tambo le asignan más valor al archivo personal probablemente debido a que están acostumbrados a llevar controles relativos a la producción lechera, también le asignan más valor a las instituciones oficiales quizás por que el tambo está vinculado a un tipo de producción más intensiva y volcada al exterior del establecimiento a través de programas y proyectos conjuntamente con instituciones.

La experiencia previa en producción ovina está relacionada con la mayor valoración del contacto con colegas productores como forma de compartir la experiencia adquirida; también se relaciona con una mayor valoración del archivo personal, el que comenzó a generarse desde su producción ovina exclusivamente para carne y lana.

Los técnicos como fuente son consultados por la confiabilidad y especificidad de la información que brindan.

A pesar de que la actualización permanente es el motivo más requerido en la búsqueda de información, en particular, el total de los productores caprinos manifestó interés en ella, demostrando que son usuarios más preocupados que los productores ovinos por mantenerse al día.

El costo de la información no sería un impedimento para acceder a servicios y/o productos siempre que esta información tenga calidad, oportunidad y costo adecuado, esto confirma el reconocimiento del valor de la información como insumo para el desarrollo de su actividad.

Las necesidades de información se originan en el desarrollo mismo de la actividad. A pesar de la existencia de un contexto común, estas necesidades son muy personales, no prestándose a generalizaciones. Al no ser especificables en forma precisa son muy difíciles de medir.

La necesidad de información para iniciarse en esta nueva actividad fue unánimemente reconocida por los productores.

El afán de satisfacer esa necesidad estuvo determinado por sus experiencias de vida, en particular por el "know how" adquirido en sus actividades productivas previas. Las relaciones personales, el nivel socioeconómico, estudios, etc., determinaron el uso de canales formales (p.e. instituciones) y principalmente informales como contactos en viajes al exterior, visitas a tambos, plantas y especialmente la relación con productores y técnicos. Esta relación favorece la formación de grupos de intercambio de información. El profesional de la información debe oficiar de

nexo propiciando la comunicación informal y permitiendo que la información llegue a todos aquellos que la necesiten en tiempo y forma.

La información a la que les es difícil acceder se ubica dentro de los parámetros previstos por el equipo investigador a través de la bibliografía consultada y las entrevistas realizadas.

Referido al tipo de información, se recalzó la dificultad de acceder a información legislativa y comercial.

Los temas que plantean mayor problemática en su localización son Marketing y Elaboración de productos.

El acceso a esta información está caracterizado por la falta de especificidad de la información existente y la inexistencia de información, determinada por la novedad del tema en el país y la falta de disponibilidad. Otro factor a considerar es la falta de tiempo de los usuarios para dedicarse a la búsqueda de información.

Las estrategias para subsanar estas carencias en general no satisfacen plenamente a los usuarios ya sea por el esfuerzo personal requerido, el costo o la falta de adecuación de la información recabada.

La concurrencia a fuentes de información en una situación real confirma las preferencias ya expresadas por los productores. Las fuentes preferidas son técnicos, instituciones oficiales, productores, archivo personal, instituciones del área y unidades de información, de la comparación con las fuentes consultadas surge como única diferencia la ubicación de las instituciones del área al mismo nivel que productores y archivo personal. La inclusión de técnicos en el personal de las instituciones del área, ya sea en Ligas de Trabajo, Cooperativas, Juntas Locales, etc., vincula indisolublemente la consulta a técnicos con la de instituciones del área. Por este motivo algunos de los que manifestaron preferir consultar a técnicos, sí recurrieron a ellos, pero también a las instituciones del área. Este tipo de institución podría cumplir el rol de centros que faciliten la coordinación informativa a nivel nacional.

Los productores caprinos recurrieron en mayor porcentaje que los ovinos a las unidades de información, esto se contradice con lo manifestado en relación a la concurrencia o no a unidades de información y a la valoración de las mismas como fuente preferida. A pesar de que los productores caprinos son menos tradicionales a la hora de captar y demandar información, la realidad los obliga a recurrir a las unidades de información más allá de que esta fuente no los satisfaga plenamente.

El hecho de que los productores del Interior tomaron en cuenta a su archivo personal como fuente de consulta es razonable en función de que las distancias físicas limitan las fuentes a las que pueden acceder. Sin detrimento de ello, los productores del Interior concurren más a las unidades de información, quizás esto se deba a que los productores con residencia en Montevideo y establecimiento en el Interior están más expuestos a la explosión de información que se vehiculiza por diversos medios como pueden ser prensa, visitas a firmas comerciales, etc.

Los motivos principales por los cuales se optó por determinadas fuentes fueron la seguridad de que la información sería encontrada allí y la autoridad de la fuente.

Aquellos que consideraron la autoridad de la fuente como uno de los principales motivos de elección, valoraron más la información proporcionada por las unidades de información que aquella obtenida por contacto con productores o consulta de su propio archivo. Esto prueba que el rechazo a la unidad de información no pasa por la desconfianza hacia la información contenida en ellas, sino por su falta de adecuación. Lo positivo de esta constatación es rescatar que, más allá de la imagen negativa que las unidades de información tienen en este tipo de usuario, se considera confiable la información alojada en ella.

La proximidad física influyó positivamente en la consulta a técnicos e instituciones del área, dato que deberíamos tomar en cuenta a la hora de planear un servicio de información como potenciales centros de captación y difusión de información.

La consulta a técnicos y productores tiene fuerte relación con la certeza de que ellos posean esa información.

Los medios consultados coinciden con la elección de los medios preferidos.

Debido a las limitaciones físicas y a la distribución de equipos, obviamente los productores de Montevideo realizaron su consulta personalmente y vía fax en mayor porcentaje con respecto al Interior. Los productores del Interior hicieron uso del correo en mayor proporción que los de Montevideo.

El total de los productores ovinos realizó su consulta en forma personal. La consulta telefónica fue usada en mayor parte por los productores caprinos. Estos fueron los únicos en consultar vía fax, en tanto que los productores ovinos fueron los únicos en usar el servicio de correo.

La búsqueda de información para aplicaciones prácticas orientada a concretar el desarrollo de su actividad por su directa vinculación con el proceso productivo, fue la que adquirió mayor relevancia.

Para los productores ovinos fue más importante la información para la toma de decisiones que aquella que satisficiera sus inquietudes personales y a la inversa para los productores caprinos. El interés de mantener una formación permanente, vinculado a su nivel terciario de estudios y el afán de actualización, justifica que los productores caprinos usen la información para satisfacer una inquietud personal. Este tipo de comportamiento no caracteriza a los productores ovinos que se encuentran más preocupados por cuestiones operativas.

El boletín informativo es el producto y/o servicio más deseado independientemente del rubro de producción, de lo cual inferimos que los productores conciben al boletín informativo como herramienta que les permitirá tener acceso a información actualizada, del tipo requerido y en los temas relevantes.

Hay un mayor deseo de los productores caprinos, así como de los residentes en Montevideo de obtener la mayoría de los productos y/o servicios manejados. Nuevamente los productores

caprinos denotan su avidez informativa, en tanto el contacto con mayor variedad de soportes y medios informacionales a los que están expuestos los productores de Montevideo los incita a una mayor demanda.

La mayor valoración a la consulta a técnicos relacionada con la solicitud de servicios de análisis de información estaría perfilando un usuario que prefiere obtener una información ya procesada.

A partir de este análisis se definieron los productos y servicios que mejor se adaptan a esta comunidad de usuarios.

PROPUESTAS

Tomando este estudio de usuarios como instrumento para el planeamiento de estrategias de trabajo, se propone implementar un servicio de asesoramiento informativo a los productores que apunte a la creación y desarrollo de productos y servicios con valor agregado. Tratándose de un universo de usuarios potenciales no vinculados a una institución en particular, este servicio no se concibe inserto en una institución ya existente. Se trataría de una iniciativa de carácter privado gestionada por bibliotecólogos y estructurada como una empresa de información. Sin embargo, se podría contemplar la alternativa de implementar este servicio en una institución que tuviera la infraestructura adecuada para desarrollar las propuestas presentadas.

Con el fin de ajustar los servicios y/o productos a las necesidades de cada usuario se elaborarán perfiles periódicamente actualizados que serán la base para brindar una diseminación selectiva de información, que complementará a la diseminación general de información realizada en función de los requerimientos de la comunidad.

Los mayores esfuerzos de este servicio se orientarán a la elaboración de un boletín informativo.

El boletín será un instrumento para la diseminación masiva de información, cuyo objetivo primordial será el de comunicar el estado del conocimiento, en especial de los últimos avances de esta área productiva para facilitar el proceso de transferencia de información.

Reunirá las siguientes características :

– Frecuencia quincenal. El servicio evaluará si el caudal de información a ofrecer y la disposición del usuario a consumir esta información justifica esta periodicidad o sería conveniente modificarla. Se contempla la eventualidad de que alguna información determine el envío de un boletín extraordinario.

– Diseño que permita guardar aquella información no perecedera y que pueda acoplarse al archivo personal de información.

– Ser enviado personalmente a aquellos productores con residencia en Montevideo y vía correo a los usuarios del Interior. Este tipo de envío deberá tener un seguimiento especial dada la poca confiabilidad del correo.

– Anunciar la realización de charlas, jornadas y otro tipo de eventos.

– Contener información sobre experiencias similares en otras partes del mundo.

– Incluir reseñas de artículos de publicaciones periódicas, libros, manuales y otros documentos que de acuerdo a las circunstancias revistan interés.

– incluir reproducciones de artículos de publicaciones periódicas o partes monográficas.

– Brindar información en forma integrada que abarque preponderantemente información técnico – comercial, sin dejar de lado la económica y legislativa de apoyo a la actividad y, que cubra los temas relacionados al área fundamentalmente los de mayor interés como Marketing, Aprovechamiento integral de la producción y Elaboración de productos.

Como complemento, los productores tendrán la posibilidad de acceder a los siguientes productos y servicios.

En forma periódica podrán recibir:

• **Recortes de prensa.** Se analizará la prensa nacional y extranjera, seleccionándola de acuerdo a su relevancia en el tema agropecuario, con énfasis en los países integrantes del Mercosur. Este producto respetará las caracterís-

ticas del formato asignado al boletín como forma de facilitar su inserción en el archivo personal.

En forma ocasional podrán solicitar servicios que requieran una atención personalizada:

• **Obtención de documentos.** El servicio actuará como intermediario entre el usuario y el editor y/o distribuidor, con el fin de que el productor acceda a los documentos, tanto por la compra de obras monográficas como por la suscripción a publicaciones periódicas.

• **Servicio de Pregunta – Respuesta.** Se brindará asistencia ante consultas puntuales, no sólo basándose en el acervo del servicio, sino en cualquier otra fuente de información. En particular para la toma de decisiones se fomentarán los vínculos con técnicos e instituciones. Se tenderá a proporcionar información consolidada y no datos aislados. A fin de no caer en el *best match* se contemplará cada solicitud, no sólo tomando en cuenta el perfil establecido, sino que se buscará una comunicación que sitúe al productor en tiempo y espacio. La comunicación se canalizará fundamentalmente a través de la consulta personal, telefónica y por radiotransmisores.

• **Servicio de Traducciones.** Se ofrecerá a los productores la posibilidad de solicitar la traducción de cualquier información a la que no pueda acceder debido al idioma.

• **Préstamo.** El servicio formará un acervo básico que estará a disposición de los usuarios. Este acervo estará conformado por todos aquellos materiales elaborados por el servicio (p.e. boletines, traducciones), documentos adquiridos para el servicio y materiales audiovisuales, en particular filmaciones realizadas en los distintos tambos para dar a conocer las experiencias de los diferentes usuarios.

• **Compilación Bibliográfica.** Cada usuario podrá solicitar búsquedas bibliográficas de su interés, de acuerdo a sus requerimientos podrá optar por el formato que más se adecue a sus necesidades, p.e. cita bibliográfica con resumen integrado.

• **Acceso a Bases de Datos.** El servicio se afiliará a aquellas redes que le permitan hacer uso de correo electrónico, así como acceder a bases de datos en el área. Los usuarios podrán acceder a este servicio, ya sea personalmente o a través de los profesionales a cargo.

• **Organización de archivos personales.** Para aquellos productores que no lo tengan organizado, que su sistematización no los satisfaga o que deseen comenzar la formación del mismo, se les brindará asesoramiento. En todos los casos se llevará a cabo un seguimiento con el fin de mantener su efectividad.

A pesar de que los productos y/o servicios no sean diferenciados a partir del rubro de producción, consideramos que los productores ovinos requerirán de una atención especial que los capacite gradualmente como usuarios de información, dado su carácter tradicional en el manejo de la misma.

Dada la dispersión geográfica de los usuarios y su difícil detección se hará indispensable una amplia promoción del servicio, con el fin de llegar a todos los usuarios potenciales.

Se propone continuar investigando esta comunidad basándose no sólo en los datos aquí obtenidos, sino en la retroalimentación en relación a la interacción entre los productos y servicios propuestos y los usuarios.

Study of needs, demand and use of information by goat and sheep milk producers

Abstract

A study of needs, demand and use of information of goat and sheep milk producers based on a universe of thirty six producers. There were selected these indicators that allow to make a profile of these producers as potential users of information. The data were obtained through a tested questionnaire in interviews before their distribution. Results are presented according to the items which are wanted to identify: community profile, information behaviour, demand and needs of information. It is an study made with the objective of detecting information products and services needed for the producers to develop their activities. Proposals are included.

Keywords

Information demand; Demand survey; Uruguay; Milk producers; Goat milk; Sheep milk.

Silvia Beatriz Arano Poggi

Licenciada en bibliotecología (1995). Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines. Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.
Bibliotecóloga en la Asociación Psicoanalítica del Uruguay.
E-mail: apu@chasque.apc.org.

Ana Gabriela Díaz Pereyra

Licenciada en Bibliotecología (1994). Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines. Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.

Paulina Szafran Maiche

Licenciada en Bibliotecología (1994). Escuela Universitaria de Bibliotecología y Ciencias Afines. Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.
Bibliotecóloga en Instituto Hebreo-Uruguayo "Ariel".
