

EL CONOCIMIENTO COMO MEDIO PARA INNOVAR LA BIBLIOTECA

Por Lidia Duarte Contrera*

I. Introducción

Para que la innovación de la biblioteca se produzca se necesitan personas creativas y una dirección que crea en ella, la valore y que la impulse con decisión, para cumplir con su misión de facilitar el acceso y uso del conocimiento y la información.

En el presente trabajo se analizan los vínculos o nexos entre la innovación, creatividad, la organización, el conocimiento y la cultura.

II. La innovación en la biblioteca

La innovación puede definirse, de forma muy sencilla, como mudar o alterar las cosas, introduciendo novedades¹.

Se considera que la innovación tenía lugar cuando se cambiaban de lugar los muebles, cuando se daba una mano de pintura nueva a la infraestructura edilicia o simplemente cuando se alargaba el horario de atención.

Este modelo, todavía vigente en las mentes de muchos responsables de llevar las riendas de las instituciones, no responde a la realidad actual. Muchas innovaciones no tienen origen en ideas generadas por los jefes sino simplemente son aquellas que nacen de los funcionarios que ven la necesidad o las sienten en sus puestos de trabajo. No necesariamente la innovación viene por medio de licencias o recibiendo asistencia técnica de expertos internacionales.

Una investigación potente no genera necesariamente un flujo de innovaciones. Incluso, una organización con personas muy creativas puede fallar si no se sabe gestionar o administrar bien el proceso que produce la innovación.²

Cuando alguien se propone realizar algo nuevo —producto o proceso— que responda a necesidades potenciales de la organización o de la institución en la cual presta sus servicios, comienza a reunir diferentes elementos para configurarlo o esquematizarlo, utilizando los componentes existentes y los conocimientos disponibles. Sólo

¹ Nuevo diccionario ilustrado Sopena de la lengua española: Barcelona : Sopena, 1982. — p. 591

* Lic. en Bibliotecología con PosGrado en Documentación en España.

² CYTED : formación para la innovación. — Buenos Aires : CYTED, 1995. — p 119.

cuando surge algún inconveniente no solucionable es preciso recurrir a investigar dónde está el meollo de la cuestión.

Por tanto, es de máxima importancia que la biblioteca disponga de individuos con ideas, creativos, inventores, capaces de poner en marcha el vehículo que conducirá de la idea a la innovación.³

Los individuos que gozan de gran experiencia y capacidad frecuentemente experimentan una cierta frustración con respecto al trabajo que realizan, sea, porque se realiza automáticamente sin necesidad de ninguna actividad mental o porque sus jefes no aprovechan ni tienen suficientemente en cuenta sus sugerencias y sus aspiraciones.⁴

La innovación es un suceso muy raro en las organizaciones; sin embargo, ocurre todo el tiempo.

Rogers y Agarwala distinguen dos tipos de innovaciones organizacionales:

a- Las innovaciones de la organización

b- Las innovaciones en la organización

Las primeras son las que se adoptan como resultado de una decisión organizacional, por ejemplo, la creación de un nuevo producto. Por otra parte, las innovaciones en la organización son aquellas que requieren un cambio en el comportamiento del individuo.

En ambos casos, la función de innovación destaca la importancia de la comunicación.

Como señalan Myers y Myers, la función innovadora de la comunicación incluye actividades de comunicación tales como investigación y desarrollo, la investigación y el análisis de mercado, las sesiones de manifestación de inquietudes y los comités de desarrollo de ideas.⁵

Por otra parte, se constata que incluso los grandes descubridores científicos tampoco han seguido al pie de la letra el método lógico sino que la inspiración les ha llevado por caminos pocos racionales.

Karl Popper: prestigioso investigador de la metodología de la ciencia se muestra también radical:

“No hay un método lógico para tener nuevas ideas”

³ *Ibíd.*, p. 125

⁴ *Ibíd.*, p. 126

⁵ Fernández Callado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. - México : Trillas, 1991. - p. 25-27

A. La creatividad

Sin ideas la innovación no es posible. Las ideas son la materia prima a partir de las cuales se logran las innovaciones. Algunos estudios llegan a cuantificar el número de ideas que se necesitan para obtener una innovación, aunque este dato no puede tomarse al pie de la letra ya que, en general, las ideas son heterogéneas, de difícil comparación y de diferente grado de importancia.

Se necesitan buenas ideas para resolver problemas, para tomar decisiones acertadas, para simplificar ciertas actividades, para crear una obra, etc.

Las ideas pueden tener diversas procedencias tales como las que se generan en el exterior, es decir, la que nos proporciona la avanzada tecnología de hoy, también están las ideas originales que no proceden del exterior sino que se generan en el interior de la mente humana.⁶

B. Organización

Lo que define a una organización "es la existencia de procedimientos formales para movilizar y coordinar los esfuerzos de diversos sub-

grupos, generalmente especializados, con miras a alcanzar objetivos comunes.⁷

La biblioteca no es un ente aislado, forma parte de una organización, que a su vez se enmarca en el conjunto de la sociedad, y sus servicios, ya sean privados o públicos, deben entrelazarse con toda actividad humana, y cada vez más sumergida en un mundo de información.

Los bibliotecarios deben asegurar un papel de liderazgo, ya que son los principales gerentes de la información, y se supone que, saben más que cualquier otro profesional dónde están los datos; los documentos; sobre flujos de información; los tipos de usuarios; la identificación de sus necesidades informativas y los costos y los valores vinculados al servicio.⁸

C. Conocimiento

Es entendimiento, inteligencia, razón natural, aprehensión intelectual de una cosa.⁹

⁷ Diccionario de las ciencias de la educación. - Madrid : Santillana, 1983. - p. 1063.

⁸ Fernández Avalli, Isidro. La información : un recurso esencial para el desarrollo. - p. 5. - En Infolac. - Vol. 9, n° 3 (jul.-set. 1996)

⁹ Diccionario enciclopédico ilustrado Océano. - Madrid : Océano, 1983. - p. 223.

⁶ *Ibid.*, p. 126

Se ha dicho con frecuencia que la innovación es la clave de la supervivencia. Ello es especialmente cierto en una época en que "el cambio es la única constante".

El aumento continuo de conocimiento es uno de los nuevos determinantes de la COMPETITIVIDAD. Por ello es de suma importancia indagar sobre el efecto que tiene la capacidad innovadora de una organización.

Por otro lado, el puro suministro de información a un ente personal o institucional no es garantía de desarrollo de ideas o innovaciones. La realidad de las cosas es que la información genera innovación cuando es convertida en un conocimiento que permita la acción directa.

Es evidente que el trabajo y el intercambio de ideas y experiencias entre profesionales facilita el avance, confirma la labor efectuada y estimula nuevas iniciativas. Por eso, en este momento, se observa un reconocimiento creciente del valor de los datos e información en las organizaciones puesto que en esta era de la información, los recursos de información tienen un lugar preponderante.

D. Cultura

El término procede de la raíz del verbo latino colere: cultivar. Expresa la acción y el efecto de ayu-

dar a la naturaleza en su desarrollo.¹⁰

O por otro lado:

Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afianzarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre o, conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social.¹¹

La cultura es el estilo de vida común que caracteriza a los diversos pueblos, es creadora y se transforma en base a la experiencia histórica y vital de los pueblos. Un hombre nace dentro de una cultura que lo condiciona pero es también capaz de transformar y transmitirla a otras personas y generaciones.

Un estilo de vida común significa que un pueblo se maneja por un conjunto de valores o desvalores que animan o debilitan la comunidad. Esto es lo que se llama "Conciencia colectiva" y se expresa de diversas maneras: costumbres, lenguas, instituciones y estructuras de convivencia social.¹²

¹⁰ García Hoz, Victor. Diccionario de pedagogía. - Barcelona : Labor, 1974. - p. 440.

¹¹ Diccionario de la lengua española. - Madrid : Real Academia, 1992. - p. 440

¹² Directorio de pastoral juvenil. - Asunción : Arzobispado de Asunción, 1981. - p. 12

III. Conclusión

El proceso que produce la innovación en la biblioteca tiene sus pilares en el buen uso de la creatividad, la organización, el conocimiento y la cultura. Para llegar a una innovación se requiere un cambio en el comportamiento del individuo.

La información genera innovación cuando es convertida en conocimiento que permite la acción directa de un cambio, ya sea a nivel personal o institucional ❖

IV. Bibliografía consultada

1. CYTED : formación para la innovación. – Buenos Aires : CYTED, 1995.
2. Diccionario de la lengua española. – Madrid : Real Academia, 1992.
3. Diccionario de las ciencias de la educación. – Madrid : Santillana, 1983.

4. Diccionario enciclopédico ilustrado Océano. – Madrid : Océano, 1983.
5. Directorio de pastoral juvenil. – Asunción : Arzobispado de Asunción, 1981.
6. Fernández Avalli, Isidro. La información : un recurso esencial para el desarrollo. – p. 5. – En Infolac. – Vol. 9, n° 3 (jul.-set. 1996)
7. Fernández Callado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. – México : Trillas, 1991.
8. García Hoz, Victor. Diccionario de pedagogía. – Barcelona : Labor, 1974.
9. Nuevo diccionario ilustrado Sopena de la lengua española: Barcelona : Sopena, 1982.