

Intervención en la Mesa redonda “El espacio de las bibliotecas en un contexto de múltiples productos y ofertas culturales e informativas”.

En el transcurso del congreso "Memoria y Tecnología". Preside: Antonio Casado Poyales, de la Biblioteca de la Universidad de Castilla-La Mancha, *Presidente de ANABAD-CLM*. Modera: José María Barandiarán Galdós, Consultor documental. Participan: Carmen Fenoll Clarabuch, Directora de la BM de Palafrugell; Pedro Quílez Simón, Coordinador de actividades de la BR de Murcia; Ana Santos de Aramburo, Directora Cultural de la BNE; Raquel López Royo, profesora de literatura infantil y socia de “A Mano Cultura”.

Es un placer encontrarme aquí con todos Vds. en el VIII Congreso Nacional de ANABAD, convocado bajo el lema “Memoria y Tecnología”, en una mesa redonda monográfica sobre el espacio de las bibliotecas en un contexto múltiple de ofertas culturales. El tema propuesto es interesante, sin duda, pero no deja de ser un tema polémico. Ciertamente, más de una persona se podría preguntar por el futuro de las bibliotecas, si nuestro papel como agentes difusores de la lectura ha pasado a un segundo plano en los últimos años, si nuestros usuarios se interesan más por el préstamo de audiovisuales que por el de libros impresos, si además ya no necesitan que les hagamos de intermediarios para conseguir información y documentación (o creen que no nos necesitan), porque se apañan con los buscadores generalistas de la red para todo (por no decir uno concreto), y si la biblioteca ya no es el único espacio que actúa en la sociedad como Casa de la Cultura.

De manera paralela, a nadie se oculta el hecho de que existen otras tipologías de centros, desde las salas de exposiciones, públicas o privadas, hasta los cibercafés y videoclubes, que ofrecen al ciudadano los mismos servicios culturales que les ofrecemos nosotros, y tal vez con horarios más adaptados a sus necesidades. Visto todo lo que antecede, ¿Qué conclusiones hemos de sacar?

Pues bien, la respuesta, o la conclusión, es que la biblioteca tradicional ha muerto. Afortunadamente, como murió la biblioteca de tablillas de barro al difundirse el pergamino, o como murió la biblioteca de manuscritos -sujetos con una cadena-, al inventarse la imprenta. En su lugar, tenemos un centro que ha resurgido de sus cenizas, cual ave Fénix, pero que tiene muchas más posibilidades de interactuar con nuestros ciudadanos si aprovechamos las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las combinamos con un poquito de sentido común.

¿Cómo? Bueno, hay muchas maneras, pero pasaré a proponerles algunas formas de comportamiento:

Debemos actuar como centro de información general, sobre la propia biblioteca y sobre la institución de la que dependemos, y no esperar a que alguien nos pregunte, sino anunciarnos como Servicio de Información, a la vista de todos en el mostrador central.

Paralelamente, también debemos ser un centro de información especializada y referencia; hemos de hacer ver al usuario que cualquier duda sobre cualquier tema, aunque no tenga nada que ver con nosotros, le puede ser solventada o aclarada en su biblioteca, si no al instante, al menos en un plazo razonable. Y si no podemos dar este servicio directamente, ofertaremos y explicaremos que existen servicios de referencia en línea, aunque nuestra biblioteca no participe en ellos.

Debemos convertirnos en el centro difusor de las actividades culturales de nuestra localidad o barriada, no sólo de las actividades organizadas por nosotros mismos y por nuestra administración, sino también por otras administraciones (no hemos de verlos como competidores, sino como compañeros y colaboradores) y hasta informaremos de las actividades organizadas por la iniciativa privada. Todo lo considerable como Cultura debe estar a mano de nuestros usuarios. Desde las exposiciones temporales que se celebren en las galerías de Arte y museos de nuestro entorno, hasta los próximos conciertos que vayan a celebrarse; y no sólo los de música de cámara o tradicional, que es la que popularmente se identifica como “Cultura”, sino también los conciertos de rock, los que se programen en fiestas populares, y hasta en cafés-conciertos y bares de copas. Hemos de ponernos en contacto con los agentes culturales de nuestro ámbito territorial (barrio, ciudad, comarca o provincia, según el caso) y pedirles que nos envíen sus respectivas programaciones. Incluso podemos -y debemos- hacer un boletín impreso o en línea, para que nuestros usuarios sepan qué hay, dónde y cuándo, y que la manera de saberlo todo es acudir a la biblioteca.

Hemos de ser centro difusor de novedades a través de puntos de interés, y hemos de tener la costumbre de realizar exposiciones temáticas en vitrinas a partir de las distintas efemérides que se vayan produciendo. Incluso es bueno aprovechar el calendario para hacer una oferta concreta adaptada a cada momento. El Día de la Madre, el día de los Derechos Humanos, el Día del Maestro, el Día del Niño, El Día de la Mujer, El Día de la Constitución, de nuestra comunidad autónoma, del patrono local... Si los comercios nos recuerdan continuamente que estamos en las rebajas de Enero o en la Semana de la Electrónica, ¿por qué nosotros no podemos hacer lo propio?

Y la segunda parte sería difundirlo. De nada nos sirve hacer todas estas actividades si nadie se entera de ellas, salvo nuestros visitantes. La anterior consejera de Cultura de mi comunidad autónoma, Blanca Calvo, bibliotecaria de segunda generación, definía cuatro tipologías de usuarios: El que ni sabe que existimos, el que sabe que existimos pero no viene a nosotros, el que nos infrutiliza (y ahí podríamos citar a los apuntófagos que invaden bibliotecas públicas y universitarias, que sólo acuden a usarnos como sala de estudio y de relaciones sociales), y por último, el que verdaderamente aprovecha todos nuestros servicios. Para los tres primeros, y por que no, también para los cuartos, para que sigan viniendo a nosotros, hemos de vendernos. Hay que aplicar la mercadotecnia a las bibliotecas para captar cuantos más clientes mejor. Para ello, existen tres importantes puntos de difusión:

-Uno, a la sociedad. Hemos de difundirlo a los medios de comunicación locales: radio, prensa impresa, prensa digital, televisión local... Que todo nuestro entorno sepa que en las bibliotecas se hace Cultura, todo tipo de Cultura, y que pueden asistir desde a la presentación de un libro a un cuentacuentos para los niños, a un curso de Internet para mayores o a una exposición de pintura.

-Dos, a la calle directamente, si tenemos la posibilidad de montar un puesto de información en determinados sitios y determinados días y horas, siempre los mismos días, y a las mismas horas: En la Plaza Mayor, en el centro cívico, en el instituto del barrio (no hablaré de las bibliotecas escolares, que salvo honrosas excepciones no existen en nuestro país – porque una biblioteca sin bibliotecario no es una biblioteca-), pero también en otros lugares de gran afluencia de público a captar, como el polideportivo o el centro comercial... ¿Por qué no?

-Y tres, a nuestros jefes. Y con ello me refiero a los políticos de los que dependemos, a través de la realización de memorias y boletines para que el concejal, el alcalde, el jefe de servicio o el consejero de turno sepan que la biblioteca no es un edificio con libros, estanterías y una señora con moño y gafas de cadeneta (como probablemente era la última biblioteca que ellos pisaron, si alguna vez pisaron alguna), sino que es el Centro Cultural por antonomasia de nuestras comunidades sociales, y que pueden sacar mucho provecho político si las cuidan. La Cultura vende, y un adecuado programa cultural (no de grandes eventos una vez al año, sino de actividades cotidianas, del día a día que llega al ciudadano, que es también votante) puede hacer a un partido ganar o perder unas elecciones.

Recuerdo que en unas recientes Jornadas Técnicas que transcurrieron en la pasada campaña electoral a las elecciones autonómicas y locales, el exJefe de Servicio de Bibliotecas de Castilla-La Mancha, Juan Sánchez, teórico, escritor prolífico y viejo amigo, proponía a los representantes políticos que hay que solventar el problema que supone la existencia de numerosos centros culturales descoordinados, y que podría solucionarse organizándolos por distritos de 10 ó 15.000 habitantes, vertebrando y haciendo asumible la Cultura a los Ayuntamientos, como administración más próxima y cercana al ciudadano, haciendo girar el mundo cultural de las ciudades en torno a las bibliotecas de barrio, adaptándolas a la realidad sociocultural de cada localidad. No es asumible que Ayuntamientos, Diputaciones Provinciales, Gobiernos Autonómicos, Administración Central y organismos autónomos, como Universidades, Empresas Públicas y Fundaciones, hagan todos ellos (o hagamos) la guerra de la Difusión Cultural por su cuenta, de manera individualizada. Mi propuesta es la coordinación, y el mejor punto de servicio para ello debe de ser la Biblioteca.

Si a todo lo antedicho le sumamos la difusión y la prestación de servicios a través de la red, aprovechando las inmensas posibilidades que ofrecen las TIC para que nuestros centros tengan un escaparate al mundo durante 24 horas al día, 7 días a la semana, muy probablemente consigamos el objetivo de hacer que las bibliotecas vuelvan a convertirse en el centro Cultural por excelencia, y corazón de la comunidad, que nunca debieron dejar de ser. Pero, siendo la prestación de servicios utilizando las TIC un tema más que interesante, no es aquel sobre el que ha de discurrir esta mesa redonda, baste con decir que son una herramienta más que útil para difundir la oferta Cultural existente (tanto propia como ajena) a la comunidad de nuestros usuarios.

En nuestras manos está: o nos reincorporamos a la sociedad en un papel más protagonista que el de simple lugar a donde el usuario acude (todavía) a por libros y audiovisuales, o el carro nos arrollará. Subámonos a él, ahora que estamos a tiempo.

Pero no deseo entretenerles más ni abusar del tiempo concedido. Cedo la palabra a mis compañeros, en el deseo de que lo debatido en esta mesa les resulte de utilidad y aplicación práctica a sus casos particulares, y les agradezco una vez más, su presencia aquí y su paciencia por escucharme.

Antonio Casado