

Multiculturalidad y accesibilidad en bibliotecas públicas
Políticas de comunicación y difusión

Año 2008

Consejo de Cooperación Bibliotecaria



En la actualidad la comunicación está considerada uno de los pilares básicos de cualquier organización. Por ello, la biblioteca pública, como organización de servicios, debe prestar una especial atención a todos los aspectos relacionados con la comunicación entre la biblioteca y sus usuarios.

El término comunicación – derivado de la palabra latina “communicare”- en su sentido etimológico significa “poner en común, compartir algo”. Esta precisión etimológica nos acerca aún más, si cabe, al tratamiento que desde aquí se quiere dar a la comunicación en el ámbito de la biblioteca pública, ya que la comunicación así entendida, será la que nos permita compartir los espacios y servicios de la biblioteca pública con los diferentes grupos sociales que conforman nuestra sociedad. Haremos especial hincapié en este caso en aquellos colectivos o grupos que por sus características especiales estén más alejados de la biblioteca y aquí hablaremos fundamentalmente de los colectivos de emigrantes y otros grupos en situación social de desventaja y con cierto riesgo de exclusión.

El proceso de comunicación es de gran relevancia en la biblioteca e impregna –de manera consciente o inconsciente- la mayoría de las acciones que ésta realiza en el devenir cotidiano. Si toda comunicación conlleva un cierto grado de dificultad, en la comunicación con los colectivos especiales, esta dificultad se acentúa debido a diversos motivos como son fundamentalmente los desajustes sociales que la mayoría de estos colectivos atraviesan, los problemas de comprensión debido a las diferencias de idioma y cultura, las situaciones de desarraigo familiar y social, etc. Todo ello exige a la biblioteca la planificación de una política de comunicación que atienda a estas situaciones y necesidades especiales, y que promueva la identificación de estos nuevos usuarios con la biblioteca y con los servicios que ésta ofrece.

Algunos teóricos de la comunicación clasifican a los distintos públicos en categorías dependiendo de los niveles de conocimiento e implicación que tengan con la organización y con la actividad de ésta. Así se puede distinguir entre públicos informados, atentos, inactivos y no-públicos, siendo estos últimos aquellos que carecen absolutamente de conocimiento e implicación con la organización. Trasladando estas ideas a la realidad bibliotecaria, los colectivos especiales a los que queremos dirigirnos, compuestos por emigrantes y otras personas en situación de desventaja y/o riesgo de exclusión, se encontrarían mayoritariamente en la categoría de no-públicos. Teniendo en cuenta que las personas con un menor nivel de conocimiento de la organización necesitan un esfuerzo mayor para comprender y procesar la información que reciben, la comunicación destinada a estos colectivos debe ser planificada y diseñada con sumo cuidado para que llegue a ser efectiva.

Política de comunicación

La política de comunicación de la biblioteca debe reunir entre otras las siguientes características:

- **Unidad e integración:** la biblioteca debe dar una imagen unitaria de una organización moderna, flexible y abierta a todos. Por ello debe evitarse la profusión incontrolada de folletos y la desconexión entre los distintos materiales editados por los diferentes departamentos o servicios. Todos los folletos que se publiquen deben mantener siempre una imagen unitaria y un estilo propio que transmitan la filosofía de la biblioteca.

- La comunicación debe ser clara, breve y precisa. Los mensajes largos y prolijos inducen a la confusión. En comunicación la teoría del *menos es más* es siempre la más acertada. Y con más razón en este caso en el que los grupos a los que nos dirigimos pueden tener dificultades de comprensión.
- La sociedad está en continuo proceso de cambio, lo que exige la revisión continuada de nuestra política de comunicación y la innovación constante en la forma de aplicarla. La política de comunicación de la biblioteca debe estar atenta a los cambios, pero estos deben ser progresivos y no bruscos. La biblioteca debe ofrecer a estos nuevos usuarios una imagen de adaptación continua a sus necesidades a la vez que un sentimiento de que se trata de un servicio perdurable en el tiempo.
- La biblioteca debe apostar por la actualidad y la creatividad a la hora de comunicarse con sus usuarios.
- La comunicación de la biblioteca no es sólo la que se ofrece a través de folletos, páginas web, anuncios... sino también la que ofrece el personal de la biblioteca a través del contacto directo con personas, asociaciones y organismos. Por ello es necesario poner especial cuidado en todos los aspectos relacionados con la comunicación directa y personalizada a nuestros usuarios. Para que la comunicación funcione, el mensaje que se quiere transmitir debe ser conocido y aceptado por todo el personal de la biblioteca.
- La biblioteca es un centro cultural y social de proximidad, por eso en su comunicación con los usuarios debe utilizar un lenguaje claro, cercano, fácil de entender y que transmita entusiasmo. Se debe evitar en todo momento la utilización de un lenguaje burocrático, los términos grandilocuentes y los tecnicismos. Todo ello generaría dificultades de comprensión y un sentimiento de lejanía en los colectivos a los que nos estamos dirigiendo.
- Para conseguir una mayor credibilidad y eficacia en la comunicación con los distintos grupos, la biblioteca deberá analizar los mecanismos y canales de comunicación habituales en cada grupo y/o colectivo y servirse de ellos. Igualmente la biblioteca deberá conocer las ideas, creencias, valores y sensibilidades de los distintos grupos a los que se dirige. La personalidad colectiva de cada grupo deberá ser tenida en cuenta a la hora de elaborar y comunicar los mensajes.
- La comunicación de la biblioteca deberá conjugar elementos racionales con elementos emocionales, pues sólo de esta forma podremos transmitir los sentimientos de complicidad y confianza necesarios para que se produzca el acercamiento entre la biblioteca y los diferentes colectivos a los que se dirige. El componente emocional, cada vez más importante en los procesos de comunicación de las organizaciones, jugará un papel fundamental en el establecimiento de relaciones entre la biblioteca y estos nuevos grupos de usuarios que verán en la biblioteca un espacio amigable abierto al intercambio y la convivencia.
- Todo lo que la biblioteca comunique y transmita a los distintos colectivos de usuarios debe responder a la realidad y no crear falsas expectativas en el receptor del mensaje. Los mensajes simples, atractivos y directos son la mejor forma de atraer a estos sectores de no usuarios a la biblioteca.

Instrumentos de comunicación

Dentro de los instrumentos de comunicación que la biblioteca deberá utilizar se distinguen fundamentalmente los sistemas de señalización en la propia biblioteca y en el exterior y los sistemas de difusión para dar a conocer entre la población su oferta de servicios.

- Sistema de señalización

Unos indicadores claros son fundamentales para el buen uso de la biblioteca. Para los colectivos de inmigrantes es de gran ayuda contar con un sistema de señalización que tenga en cuenta sus idiomas de origen. Los mensajes deberán estar redactados con cuidado y corrección evitando la inclusión de errores que tan fácilmente se producen. También es de gran ayuda utilizar símbolos universales de fácil comprensión.

En el exterior, junto a la entrada es importante colocar un pictograma que exprese el carácter multicultural de la biblioteca. En los lugares en los que haya una minoría amplia las señales de tráfico referentes a la ubicación de la biblioteca deberán estar escritos en los dos idiomas.

En el interior habrá que tener en cuenta varios tipos de señalización. Para señalar la dirección hacia lugares genéricos como el servicio de información, de reprografía o de internet, los servicios higiénicos o las taquillas, lo más conveniente es utilizar pictogramas sencillos y fáciles de entender.

Igualmente los indicadores referentes a normas de comportamiento como las prohibiciones de comer, fumar, introducir animales u otros se deben expresar también con pictogramas universales.

Los indicadores direccionales que orientan al usuario hacia la zona de su interés pueden plantear problemas de diseño cuando son muchos los grupos de inmigrantes, pero, como recogen las directrices de IFLA, sí deberían estar en las lenguas de los grupos de usuarios mayoritarios.

A su vez la señalización de las estanterías que sirven de soporte a los materiales destinados a cada grupo específico de inmigrantes debe ser bilingüe.

- Sistemas de difusión

Es habitual que cada biblioteca o las administraciones responsables de la misma editen impresos mediante los cuales den a conocer a sus usuarios los servicios que prestan, las normas de funcionamiento, la celebración de actividades culturales y de formación, las guías de lectura, los avisos, etc. Estos impresos son variados: folletos, hojas sueltas, dípticos, trípticos... Todos estos tipos de impresos deberían ser editados en cada una de las lenguas de los miembros de los grupos minoritarios.

Este mismo criterio debería aplicarse a la información ofrecida en la página web de la biblioteca. En el caso de que la comunidad a la que sirve la biblioteca cuente con una minoría predominante y numerosa, la biblioteca debería elaborar su página Web en el idioma oficial y en el de esa minoría. Para los colectivos o grupos más pequeños la página web debería contar con secciones específicas para cada uno de ellos, en su lengua y con la información que en cada caso se considere más pertinente.

Otra forma de hacer llegar a la población inmigrante información acerca de la biblioteca y sus servicios es utilizar la telefonía móvil, el correo electrónico, y los medios tradicionales de comunicación como son prensa, radio y televisión.

La telefonía móvil permite enviar mensajes SMS a los inmigrantes con noticias relativas a las actividades y novedades que se producen en la biblioteca, puesto que es un medio que utilizan mucho, sobre todo los jóvenes.

El correo electrónico es un medio muy eficaz de comunicación entre la biblioteca y los usuarios inmigrantes que no deberemos desaprovechar, ya que muchos de los colectivos de inmigrantes están acostumbrados a él por utilizarlo habitualmente en la comunicación con sus países de origen.

Tanto la utilización de la telefonía móvil como el correo electrónico, requerirá de la colaboración de personas conocedoras de las lenguas de los diferentes colectivos. Para el caso de las comunidades más numerosas, la figura del intermediador cultural desarrollada por algunas bibliotecas podría ser una buena solución a adoptar.

La prensa, la radio y la televisión siguen siendo medios muy potentes de hacer llegar la voz de la biblioteca a los inmigrantes. En el caso de que algunos de los colectivos cuenten con prensa, revistas o boletines propios la biblioteca debe hacerse presente en ellos. También debe aprovechar los programas radiofónicos y televisivos destinados “ex profeso” a ellos.

Además de los sistemas de señalización y difusión, la biblioteca pública para poder llevar a cabo su actividad necesita recabar datos de distinto tipo a los usuarios. Para ello se vale de formularios de inscripción, formularios de reservas, hojas de reclamaciones, hojas de desideratas, hojas de sugerencias, etc. tanto en papel como a través de Internet. Para facilitar la cumplimentación de estos documentos a los inmigrantes y una vez más recogiendo lo expuesto en las directrices de IFLA, todos estos materiales deberán facilitarse en las lenguas de los distintos grupos de usuarios siempre que sea posible.

Por último, para concluir este apartado relativo a la comunicación de la biblioteca con estos grupos de usuarios especiales conviene recordar que los profesionales del marketing afirman que la promoción de los servicios y prestaciones de la biblioteca son tan importantes como la calidad de los mismos. Por ello no debemos escatimar esfuerzos en las labores de comunicación, ni subestimar su papel en el conjunto de la biblioteca, ya que una buena política de comunicación, clara, precisa y en continua actualización es la mejor garantía para evitar la infrautilización y la confusión en el uso de los servicios y facilitar un uso adecuado de los mismos.

Bibliografía

Cifra, Jordi. *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona, Paidós, 2005

Comunidades multiculturales. Directrices para el servicio bibliotecario. 2ª edición revisada 1998. Iflanet...

Fernández Marcial, Viviana. Promoción de los servicios de la biblioteca: Un enfoque desde el marketing no convencional. En: *Biblos*, nº 20, Oct.-Dic. 2004

Puig, Toni. *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos*. Barcelona, Paidós, 2003

Gary E. Strong. Relever le défi de la diversité à la Queens Library. En *BBF*, t. 47, nº 1. 2002

