

El Servicio de Referencia como Artífice de Buena Voluntad para la Biblioteca

RAYMOND L. KILGOUR

*Departamento de Ciencia Bibliotecaria,
Universidad de Michigan.*

El servicio de referencia o de consulta en una biblioteca se ha convertido en uno de sus más efectivos y continuos agentes de buena voluntad ante la colectividad. No cabe duda respecto a que, en una biblioteca bien administrada, cada uno de sus departamentos compite en realizar su trabajo de tal suerte que el público al que sirve quede satisfecho y agradecido; sin embargo, es el departamento de referencia el encargado de mantener los contactos personales a lo largo de todo el día y el que puede dar satisfacción práctica, casi inmediatamente, a una amplia variedad de lectores y no lectores. El ama de casa que desea saber cómo puede hacer desaparecer de su alfombra una mancha de tinta, queda agradecida ante una detallada respuesta; ella volverá sin duda a recurrir, de nuevo, al servicio de referencia de la biblioteca ya se trate de resolver cualquier cuestión relacionada con su trabajo doméstico o con sus lecturas, con los acontecimientos de actualidad o con algún problema de jardinería. Un servicio de informaciones, cuya finalidad consiste en responder cortés y cuidadosamente a cuantas consultas se le sometan, realiza la más importante tarea para hacer de la biblioteca una institución conocida y respetada por la comunidad.

El servicio de referencia aparece como una innovación relativamente reciente en el campo de la administración bibliotecaria. De hecho, el término mismo no hace su aparición hasta 1860, se contrae a las hemerotecas norteamericanas, y recibe escasa atención comparado con la copiosa literatura sobre catalogación y clasificación. La ausencia de la palabra misma en la literatura bibliotecaria sugiere su relativa falta de importancia para el planeamiento de una biblioteca durante la pasada centuria. Hasta donde somos capaces de juzgar los datos contenidos en una dispersa información, la idea de prestar asistencia personal a los lectores no resultaba atractiva para el bi-

bibliotecario corriente. Semejante servicio podía atar demasiado y significaba dispendio de tiempo para un hombre cuyas funciones esenciales consistían en guardar sus libros cuidadosamente y observar que la falta de cuidado del público no los desarreglase. Estos conservadores bibliotecarios se limitaban a colocar ciertos esenciales libros de información sobre los estantes de la sala de lectura y, con ello, consideraban cumplido su deber, dejando al cuidado del propio lector la dirección de la búsqueda. Se puede sospechar, por lo demás, que el ama de casa que por un milagro de atrevimiento se aventurase a traspasar los umbrales de una biblioteca a fin de demandar información del bibliotecario para limpiar una mancha de tinta de su alfombra, recibiría una respuesta un tanto airada. Ni siquiera cabe esperar que el bibliotecario fuese lo suficientemente cortés para indicar alguno de los libros en donde una receta semejante podría ser hallada.

Pero si el bibliotecario del pasado siglo era propenso a desdeñar las consultas triviales — que tan importante volumen alcanzan en el trabajo cotidiano de una biblioteca moderna — solía mostrarse casi siempre propicio para prestar atención al inquiridor letrado, asistiéndole en su búsqueda bibliográfica. Para quien llegaba ante él declarando serios motivos intelectuales, el bibliotecario se mostraba propicio para sugerir obras de lectura; los mejores libros sobre determinados temas, las más lúcidas apreciaciones acerca de los problemas de la política actual, y así por el estilo. El propósito educador, inherente a la primitiva concepción de las bibliotecas populares, presionó cada vez con mayor fuerza contra la política conservadora de muchas bibliotecas y, finalmente, a comienzos del siglo actual, el departamento de referencia fué establecido como una de sus divisiones esenciales. La popularidad alcanzada por este servicio de información fué enorme y, hacia 1930, ciertas tareas como las de recopilar las listas de lectores y la bibliografía de tipo popular fueron asignadas, hasta donde resultó posible, al consultor de los lectores. Haciéndolo así, el departamento de referencia se proclamó a si mismo como servicio esencialmente informativo, llegando a prolongarse en cierto tipo de bibliotecas hasta algunos aspectos de la investigación bibliográfica.

Hace más de veinte años que William S. Learned, en su excelente estudio "*The American public library and the diffusion of knowledge*" tocó el nervio vital del extenso cuerpo de la biblioteca pública norteamericana. Learned describe el trabajo de innumerables grupos especializados, tales como el Departamento Nacional de Investigaciones Económicas, la Asociación Americana en pro de la Salud del Niño, la Asociación Americana para el Control del Cáncer, las sociedades eruditas, asociaciones, sindicatos, laboratorios de investigación, fundaciones y oficinas oficiales, la mayor parte de los cuales emiten diariamente grandes oleadas de material impreso. Parte de este material es solamente utilizable para los especialistas y letrados; pero otra parte del mismo está destinado al lector corriente y se le rendiría un gran servicio al mismo apercibiéndole de su existencia. Todo este material impreso se

canaliza a través de informaciones editoriales, revista de libros, exhibiciones de librerías y bibliotecas hasta llegar a los fondos de la biblioteca general, en donde permanece oculto y sepultado, muy lejos por lo que a la mayor parte del pueblo concierne. "Entretanto las preguntas que él puede contestar, las ambiciones y las luchas que es capaz de promover y de asistir, las ignoradas necesidades y oportunidades que se halla en capacidad de revelar, colman la mente de hombres que ignoran los recursos que existen para satisfacerlas o que carecen del tiempo necesario para dedicarse a su búsqueda. Las pérdidas diarias de energía y material que resultan de la pura ignorancia por parte de ciertas personas — inteligentes por lo demás — respecto a la manera de utilizar por ellas mismas el contenido de los libros debe ser colosal, superando a todo cálculo".¹

El remedio que el autor encuentra para semejante situación consiste en el establecimiento de un "servicio de inteligencia para la comunidad", cuyo propósito sea proporcionar gran número de informaciones prácticas con autoridad y prontitud. Desde tal punto de vista, el departamento de referencia se convierte en el instrumento capital de tal servicio. Y no solamente para la "vaga y amena literatura", con ser ella tan importante en la corriente de la cultura, sino también para la bibliografía comercial y técnica y, en general, de todos los campos comprendidos dentro del radio de una biblioteca. "Allí hallarán los comerciantes catálogos y listines de mercancías; los constructores y plomeros, libros técnicos referentes a sus artesanías; los estudiantes, jóvenes o viejos, aquellas otras obras e impresos sobre cualquier importante estudio, progresivamente ordenadas; los automovilistas encontrarán el último mapa de caminos y las diferentes guías turísticas; en cuanto a los artistas, podrán disponer, al mismo tiempo, de obras técnicas y comprensivas colecciones de reproducciones".² El destino de toda esta suma de material bibliográfico es servir al individuo en todos los varios problemas que puedan plantearse, resaltar el servicio personal en esta era de la generalización y de las masas. Por supuesto que las cuestiones de estudio e investigación caben perfectamente dentro de este sistema; el empleo del mismo como un centro de inteligencia para la información práctica, destinada a ser inmediatamente aplicada a la tarea, resulta de la más alta importancia para la vida cotidiana de la comunidad.

Ninguna biblioteca es demasiado pequeña para no poder acariciar tal aspiración, ni demasiado pobre para no hacer todo lo posible a fin de llevarla a cabo. Los muchos o pocos empleados de una pequeña o grande biblioteca pueden hacer de sus instituciones locales esclarecidas casas de información, proporcionando, en uno y otro caso, nuevos materiales y nuevas ideas en extensión que casi siempre resulta sorprendente para la comunidad a la que

¹ Learned, William S.: *The American public library and the diffusion of knowledge*. N. Y., Harcourt. 1924, p. 12.

² Ibid.

sirven. De hecho, las cuestiones que se plantean al servicio de referencia son mucho más numerosas de lo que comunmente se supone. Con la inauguración de un alerta y emprendedor servicio de información en una biblioteca se establece, de hecho, un patronato intelectual asombrosamente amplio sobre la colectividad a la que la biblioteca beneficia.

La biblioteca, por otra parte, en sus funciones como centro de cultura de la comunidad, se halla estrechamente ligada con otras instituciones sociales al servicio del pueblo. Todas ellas responden por lo general a necesidades de la educación, el servicio social, los negocios o la religión. Aunque la biblioteca participa del doble carácter educativo y social, se presenta con deberes peculiares y diferenciados de todos los demás tipos de actividades sociales. Su aspiración está dirigida a proporcionar información técnica y profesional a los miembros de aquellas instituciones y a brindar las correspondientes atenciones a las personas que son servidas por ellas.

Así pues, la biblioteca no intenta competir con el sistema escolar sino actuar de acuerdo con él. El departamento de referencia es continuamente utilizado por los estudiantes, especialmente en aquellas escuelas que no disponen de adecuadas bibliotecas; sin embargo, la biblioteca pública debe retener su independencia no dejándose acaparar por los estudiantes, si es que ha de dispensar una parte de sus servicios al resto de la comunidad. Es todavía cierto que el trabajo de la biblioteca comienza cuando el de la escuela ha sido terminado, no obstante que la biblioteca se halle siempre dispuesta a rendir el debido servicio al escolar tanto como al adulto.

La biblioteca está, o debe estar, debidamente equipada para ayudar a las instituciones sociales mediante información y consejo. Estas instituciones, cuya finalidad consiste en aliviar las miserias, levantar la moral de la comunidad y mantener las oficinas gubernativas en eficaz funcionamiento, necesitan del estímulo de los nuevos métodos y las nuevas ideas. Un activo servicio de referencia puede hacer invaloresables sugerencias, aportando estudios recientemente publicados o proporcionando aquellos hechos de fondo que el trabajador intelectual, el funcionario o el simple ciudadano patriota no pueden localizar con prontitud. Manteniéndose en permanente contacto con estos trabajadores sociales de la comunidad, el departamento de referencia puede llenar sus servicios con certidumbre y éxito.

Por idéntico camino, la biblioteca puede ofrecer sus servicios, tan lejos como éstos puedan ser necesitados, a las organizaciones religiosas y de negocios así como a las empresas industriales. También en este aspecto la biblioteca deberá mantener resueltamente su independencia, reconociendo la necesidad del servicio de referencia, el cual está llamado a rendir beneficios a una substancial porción de la comunidad.

La indispensable cualidad de semejante servicio reside, sin duda, en la capacidad de los funcionarios que lo desempeñan. El propósito total del centro de inteligencia consiste en vencer la resistencia que muestran las gentes a

procurarse información y, una vez vencida, a mantener en vilo el interés de las mismas proporcionándoles las informaciones requeridas en la forma en que puedan ser mejor utilizadas y de manera que inviten a la repetición de las consultas. A fin de que el departamento de referencia pueda funcionar como un verdadero servicio social, los bibliotecarios encargados del mismo deben reunir determinadas características personales.

La primera de todas es la sociabilidad, disposición favorable para tratar con el público y para trabajar con él. Esta disposición hacia la gente debe estar basada en la simpatía, la comprensión y el respeto y sólo será auténtica si permite al bibliotecario del servicio de referencia dedicar considerable tiempo y esfuerzo a complacer a sus clientes. Su buena voluntad quedará reflejada en la manera de recibir a quienes acudan a interrogarle. No es preciso, por supuesto, que su faz se acomode a una permanente sonrisa, pero debe mostrarse amable en todo momento, reflejando un sincero deseo de ayudar a cualquier lector que se le aproxime. Ello no representa la menor dificultad para cualquier persona capaz de disfrutar con el estímulo mental y con la sorprendente variedad del trabajo de referencia.

Al lado de esta sociabilidad deben andar el tacto y el buen juicio, ya que en el trabajo de referencia, como en todas las actividades que implican humanos contactos, deben aceptarse las espinas con las rosas. Muchos de estos contactos son, sin duda, placenteros; pero la molestia suele visitarnos con tanta frecuencia como el egoísta que aspira a monopolizar la mesa de referencia. Puede tratarse de un autor que desea hasta los más mínimos detalles sobre la vida diaria de la ciudad a lo largo de los últimos ciento cincuenta años, para comenzar su trabajo sobre una gran novela histórica. O la dama de club que aspira a escribir una notita sobre Francia y pretende llevarse a casa todos los volúmenes de la enciclopedia que se ocupan del tema. Esta dama se muestra por lo general muy molesta al saber que a otros lectores podría también ocurrírseles consultar la enciclopedia, por lo cual no se puede permitir que las obras de este carácter salgan de la biblioteca. También puede ocurrir que se trate de algún vivaz conversador, de uno u otro sexo, quien, con el pretexto de cualquier sencilla cuestión, se cree obligado a verter todo el oleaje de reminiscencias que la misma le sugiere, beatíficamente despreocupado ante la presencia de otras personas que aguardan para hablar con el bibliotecario. En el otro extremo, se da el caso de espíritus modestos que, por deferencia, ceden su turno al recién llegado, esperando poder acaparar al bibliotecario tan pronto como vuelva a quedar libre. A despecho de lo enojosas que, a ratos, puedan parecernos tales gentes, contribuyen con frecuencia a romper la cotidiana monotonía de la vida en la biblioteca, aportando la nota pintoresca. Por lo demás, el bibliotecario aprende pronto, bajo el estímulo de la legítima defensa, a manejarlas con un mínimo de molestias.

Otra característica personal que debe poseer el bibliotecario afecto al servicio de referencia es la vivacidad. Consiste ésta en una feliz combina-

ción de nativa inteligencia, energía y curiosidad. Por difícil que pueda resultar en ocasiones adivinar con precisión lo que el consultante desea conocer — el bibliotecario de referencia deberá frecuentemente emular al abogado en sus interrogatorios — éste deberá ser capaz de captar intuitivamente el verdadero significado de la pregunta y de ayudar al consultante en la aclaración de sus alcances. Este mismo rasgo de vivacidad servirá al bibliotecario observador de la sala de referencia para impedir que los lectores se extravíen en su búsqueda. Wyer ha presentado este problema en forma tan expresiva que no podemos vencer el deseo de citarlo: “La opinión y la práctica de la biblioteca deben aparecer delicadamente balanceadas como la sutileza y corrección que se emplean para dirigirse a las personas tímidas o a aquellas otras que con gesto de autosuficiencia avanzan derechamente hacia los catálogos, anaqueles o archivadores con el aire de quien se halla iniciado, de antiguo, en sus misterios. La mejor regla en tales casos es “Ofrecer ayuda a menos de estar seguros de que no es requerida o deseada”. No permitir que Tomás dude para formular su pregunta, a menos de existir seguros signos de que no desea preguntar. La práctica del servicio de referencia permitirá adivinarlo infaliblemente aún en el caso de aquellas personas orgullosas y confiadas que, sin ningún temor, se avalanzan confiadas hacia las fichas del catálogo. Tan pronto como el hallazgo de lo buscado se retarda, la seguridad desaparece y una vaga incertidumbre se refleja furtivamente en el semblante. El observador captará rápidamente este momento psicológico para intervenir con un “¿Ha encontrado usted lo que buscaba?” Si hubiese duda respecto a la necesidad en que se encuentra el lector, el observador deberá incluso arriesgar la pregunta”.³

Un rasgo no siempre encontrado entre los bibliotecarios, pero especialmente deseable en el servicio de referencia, es el de la iniciativa. Se trata de una mezcla de autoconfianza, energía, fortaleza e imaginación. Los bibliotecarios suelen ser frecuentemente criticados, en masa, por su falta de acometividad. Aparentemente, no resulta fácil conseguir un elaborado equilibrio entre la amabilidad y la acometividad en el hombre corriente. Sin embargo, y hasta donde ello resulte posible, el bibliotecario a cargo del servicio de referencia deberá de cultivar un ímpetu de iniciativa compatible con su general amabilidad.

Un equipo de referencia dotado de estas cualidades y capacidad conseguiría en seguida un lugar de excepción dentro de la órbita de cualquier comunidad. Sus miembros penetrarían en los variados campos del conocimiento y, al mismo tiempo, en el mundo de los hombres; su calidad habría entonces de medirse por su habilidad para conectar ambas cosas. Otra obligación sería estudiar la comunidad a que estén adscritos sus servicios cuidadosa y constantemente, anotando los principales acontecimientos de su vida

³ Wyer, James I.: *Reference work*. Chicago, American Library Association, 1930, págs. 98-99.

social y los más importantes problemas que acosan a sus ciudadanos. Si les resulta posible asistir a las asambleas y reuniones locales, tanto mejor; ya que en ellas puede tratarse de muchos menores detalles respecto a los cuales el pueblo se muestre necesitado de obtener información. No debe escatimarse ningún esfuerzo para hacer útiles los libros y servicios de la biblioteca a la comunidad a que se hallan destinados. Será bueno para la biblioteca de cualquier pueblo minero disponer de una selecta colección de poesía moderna; pero aún será mejor si la citada biblioteca dispone de una nutrida colección de obras sobre los diversos aspectos técnicos de la ingeniería de minas.

Un equipo de referencia semejante comprobará en seguida que la satisfacción del inquiridor individual constituye una condición indispensable para que la biblioteca mantenga su vitalidad. Existe una técnica en el servicio de referencia que consiste en utilizar procedimientos semejantes a los que suele emplear con sus clientes el vendedor de mostrador. Este *reference salesmanship* actúa, en primer término, facilitando la gestión del consultante; haciéndole sentir que su pregunta, aunque sea trivial, es de real interés para el bibliotecario; después, contestando la pregunta cuidadosamente y con la mayor simplicidad posible, sin abrumar al consultante con un fárrago de datos y estadísticas y procurando ajustar las respuestas a las necesidades y a la inteligencia de aquél. Es esta tentativa por proporcionar un servicio verdaderamente personal la que confiere al departamento de referencia un lugar único dentro de la biblioteca y capacita a ésta para dar relieve a uno de los conceptos básicos de la tradición liberal; resaltando la importancia del individuo sobre el cual, al presente, se muestra cada día más abrumadora la omnipotencia del estado.

De un servicio de referencia como el que estudiamos se deriva abundante buena voluntad para la biblioteca. Cualquiera que haya tenido intervención en esta clase de trabajo resultó diariamente confortado por la gratitud demostrada por quienes acudieron a interrogarle. En ocasiones, la respuesta cortés a una simple pregunta provoca efusivas manifestaciones de agradecimiento hasta un grado casi abrumador para el bibliotecario, que mide lo fácil que le resultó contestar. Para el consultante, sin embargo, la respuesta puede haber sido de valor práctico inmediato, capacitándolo para ahorrar el tiempo y el dinero que habría supuesto una búsqueda inexperta. Ciertamente que por cada uno que expresa su agradecimiento pueden haber quizá millares que consideren el servicio rendido como cuestión de mera rutina; sin embargo, aunque esta actitud no caldee el corazón del bibliotecario, no dejará de ser satisfactoria al sugerir que el servicio de referencia está funcionando con éxito. Las propias gentes que no se preocupan en expresar su personal satisfacción, se muestran luego prontas a apoyar las demandas de la biblioteca en pro de la expansión de sus servicios por medio de sus votos e influencias, movidas por su propio egoísmo. Es posible que haya alguno que llegue hasta donde llegó aquel lechero, mencionado por Wyer, quien "con un ojo sobre sus caba-

llos y el sofrenado vagón de reparto, pidió a gritos desde la puerta de la biblioteca pública "un libro para curar a mi mejor vaca", legando más tarde al establecimiento 70,000 dólares en reconocimiento por sus amistosos servicios. Por supuesto que los clientes como el lechero son escasos; abundan sin embargo, aquellos concurrentes a la biblioteca que hacen a ésta donativos menores para demostrar su gratitud y son muchos los que le otorgan el más indispensable regalo que es el de una recomendación favorable. La concesión de créditos y la pública aprobación acompañan inevitablemente a un servicio eficaz en este campo, y cuanto más generoso y emprendedor es éste, mayor es la pública satisfacción y recompensa.

El servicio de referencia destinado a grupos especiales impone mayor trabajo para el departamento pero suele proporcionar mayores satisfacciones que el servicio de referencia en general, por cuanto sus resultados son más evidentes. Muchas grandes bibliotecas tienen departamentos dedicados a la tecnología, negocios, música, arte y otros semejantes, provistos de colecciones admirablemente organizadas y de personal entrenado en los respectivos campos para proporcionar expertos servicios a los especialistas. Pero hasta las bibliotecas menores, cuyas colecciones no son lo suficientemente extensas para organizar a base de ellas departamentos especializados, pueden proporcionar a la comunidad determinados servicios especiales, de acuerdo con los intereses particulares de la misma. Así, por ejemplo, la biblioteca de una ciudad mediana provista de un buen número de establecimientos industriales deberá abundar en manuales de ingeniería y tablas, directorios de manufactureros y sus productos, obras sobre economía, producción industrial, personal administrativo, problemas sociales, proyección, etc. En tanto que la biblioteca de una ciudad residencial, en la que no existan industrias mayores, podrá orientar su servicio de referencia hacia el campo de la literatura dramática, bellas artes, música, etc. Por último, aquella biblioteca destinada a servir a una comunidad dentro de la cual se realiza un número normal de negocios, puede establecer un servicio de referencia para los hombres de negocios con satisfactorio resultado.

El servicio especial destinado a servir directamente a los hombres de negocios dentro de las bibliotecas públicas ha sido rápidamente incrementado en los últimos veinticinco años. El modelo de tal servicio fué erigido hace ya mucho tiempo por John Cotton Dana, quien, en 1904, inauguró la Sección de Negocios en la Biblioteca Pública de Newark. Esta institución, actualmente tan famosa, comenzó con muy modestas dependencias instaladas en el corazón del distrito financiero, servida por un bibliotecario y dos asistentes. Se la separó de la gran biblioteca general pensando que, de esta forma, quedaba en condiciones de prestar servicio a los hombres de negocios acaparados por sus oficinas. En la actualidad, esta biblioteca ocupa íntegramente un edificio de cuatro pisos y cuenta con un servicio de referencia integrado por cinco bibliotecarios y cuatro asistentes. La colección incluye directorios financieros

y comerciales, manuales sobre tipos de inversiones y servicios, las mejores revistas y publicaciones sobre negocios y los más autorizados libros sobre producción, distribución y otros problemas del mundo mercantil y financiero. Por supuesto que no todas las bibliotecas pueden permitirse el lujo de disponer de un establecimiento separado para sus servicios de negocios; sin embargo, muchas bibliotecas se encuentran situadas en los barrios financieros de las ciudades a que están adscritas, con lo cual la dependencia especial resulta innecesaria. La Biblioteca de Newark estima en 50,000 dólares anuales el valor que con su sección de negocios ahorra a aquellos clientes que tienen sus establecimientos y oficinas a poca distancia de la biblioteca central. En cuanto al cómputo del dinero ahorrado o recuperado merced a las informaciones obtenidas en la Biblioteca, representaría una tarea imposible de llenar.

Convene insistir de nuevo en que los servicios especiales de biblioteca para los hombres de negocios pueden ser ofrecidos por bibliotecas de todos los tamaños. Tales servicios están muy lejos de suponer una tarea difícil o extraña. Por el contrario, el éxito viene a ayudarlos rápidamente y demanda a quienes los tienen a su cargo una buena memoria, aguda observación y amistosos intereses. Un íntimo conocimiento de las condiciones de los negocios locales pagará fuertes dividendos. El mejor camino para iniciar el servicio especial al grupo de los negocios consiste en investigar sus necesidades hasta donde sea posible, inquiriendo de sus componentes qué clase de obras y publicaciones utilizan y cuáles otras podrían consultar si las tuviesen disponibles en la biblioteca y exhortándoles a probar la eficacia del servicio de referencia para hombres de negocios. Si sus primeras demandas al servicio de información son fructuosas, otras muchas las seguirán después. Lo que tal vez pueda comenzar por un simple deseo de poner a prueba el reciente servicio de la biblioteca, se convertirá ordinariamente en una respetuosa y agradecida confianza en los recursos informativos de la misma.

Los hombres de negocios saben perfectamente que algunas de las más indispensables obras de información financiera, los grandes directorios de firmas comerciales y los mejores manuales sobre inversiones, son demasiado caros para su particular posesión por un negociante medio o por una firma corriente. Dos obras de constante uso en los Estados Unidos pueden servir de ejemplo: el *Financial Records*, de Poor, en dos volúmenes anuales, cuesta 60 dólares; en tanto que el indispensable *Manual of investment* de Moody, obra en siete volúmenes de hojas sueltas, cuesta 252 dólares o más por año y debe ser tenida al día para que sea utilizable. Cuando una biblioteca pública adquiere obras como éstas para su colección permite que puedan ser utilizadas por miles de personas y, entonces, su costo es realmente insignificante en relación con el beneficio que dispensan.

Si la propia biblioteca se halla escasa de fondos y no considera justificada la compra de obras tan caras, el departamento de referencia debe quedar autorizado para recibir regalos con destino a la colección. La Cámara de Co-

mercio de la localidad se avendrá, posiblemente, a suscribir el importe de las costosas obras de anunciadores y directorios; del mismo modo que los bancos locales proporcionarán las colecciones de sus manuales de inversión; las compañías de seguros pueden combinarse para ofrecer a la biblioteca las más importantes obras en el campo de los seguros por la ventaja que para ellas puede tener el encontrarlas reunidas en un sitio próximo. Los donativos de periódicos y revistas comerciales pueden esperarse con toda confianza, con el resultado de que la biblioteca quede en condiciones de incrementar sus colecciones mediante el ahorro obtenido en la suscripción a dichas publicaciones periódicas.

La eficacia del servicio de referencia en el ramo de los negocios depende de que su colección quede dispuesta para el más fácil empleo, de manera que permita economizar tiempo a quienes acudan en consulta. Este arreglo requiere más imaginación y más flexibilidad de las que demandan otras funciones de la biblioteca, ya que sus encargados deben presentar los materiales de uso corriente — los únicos realmente importantes en este campo — con claridad y animación. Si los recursos de la colección se encuentran tan bien dispuestos y a la mano que cualquier hombre de negocios puede utilizarlos con un mínimo de asistencia, el tiempo que se le ahorra le permitirá acudir con mayor frecuencia. Naturalmente que el consultante habrá de quedar agradecido de contar con experta asistencia a la mano cuando se le plantee algún problema; pero es muy conveniente que él, por su parte, se sienta capaz de encontrar la respuesta para la mayoría de sus consultas.

Si el servicio de negocios permite la evacuación de consultas por teléfono en beneficio de la comunidad, pronto contará con multitud de partidarios. Con sólo las preguntas sobre directorios, se mantendrá el teléfono sonando durante la mayor parte del día. Si las condiciones lo tolerasen, el servicio por teléfono debería extenderse a toda la región, especialmente en el caso de encontrarse la ciudad rodeada por importantes comunidades suburbanas. Para aquellas cuestiones que puedan quedar más allá de los recursos con que cuenta la biblioteca, una llamada telefónica a la más próxima ciudad de importancia, quizá provista de biblioteca con ramas especializadas, puede resolver en pocos minutos cualquier problema de especial dificultad. Una vez que los hombres de negocios de la comunidad se enteren de la posibilidad de préstamos entre bibliotecas, el prestigio de la local crecerá proporcionalmente. A pesar de todo, pocas personas poseerán un concepto cabal de los inmensos recursos bibliográficos que pueden quedar a su disposición utilizando este generoso esquema. "En el estado actual del servicio de bibliotecas, la búsqueda de información se convierte raramente en una tarea infructuosa".⁴

El servicio de referencia para cualquier grupo especial, como el de los hombres de negocios, propiciará una vasta corriente de buena voluntad hacia

⁴ Lanley, Marian C.: *Library service to business; its place in the small city*. Chicago, American Library Association, 1946, p. 19.

la biblioteca solamente en el caso de que el sector al que se destine sepa que tal servicio es utilizable. La biblioteca puede nutrir su colección especial sobre negocios con los libros y publicaciones más interesantes y contratar un cuerpo de expertos para su servicio y resultar, con todo, perfectamente inútil sino cuenta con una adecuada y consistente publicidad acerca de sus posibilidades. La buena voluntad deriva en todo caso de la eficacia del servicio y paga excelentes dividendos a la biblioteca, aumentando el apoyo público, los créditos y las donaciones. Es deber del departamento de referencia trabajar de acuerdo con la división de relaciones públicas y con el director de la biblioteca para hacer conocer a toda la comunidad que tal servicio se encuentra disponible para ella.

Cualquier bibliotecario adscrito al servicio de referencia se halla al corriente del maravilloso placer demostrado por ciertas personas que, habiendo recurrido por primera vez y probablemente por pura casualidad al departamento de referencia, han visto rápidamente resuelta alguna complicada cuestión. "¿Por qué no supe hasta ahora que en la biblioteca se evacuaban consultas? ¿Por qué no hacen ustedes lo necesario para que el público se entere de este beneficio? Es evidente que ambas partes, el consultante y el bibliotecario, comparten la responsabilidad por semejante situación. Es posible que el primero no haya estado nunca antes en una biblioteca; puede ocurrir que, habiendo pasado por alto las recomendaciones de los periódicos sobre el servicio de la biblioteca, haya permanecido escéptico respecto a sus posibilidades como fuente de información sobre cualquier materia. Pero puede haber ocurrido también que la biblioteca no haya hecho por su parte lo suficiente para advertir al público de su presencia; para llamar la atención, amplia y frecuentemente, en beneficio de consultantes como éste, que habría utilizado sus servicios con anterioridad de haber sabido que se hallaba abierta para él.

Como se hizo notar anteriormente, depende de la calidad del personal encargado del servicio de referencia el crear la más consistente publicidad. Si el servicio se dispensa con interés y amistosas maneras, la biblioteca se convertirá en un punto de diaria asistencia para un número creciente de personas. Las cordiales relaciones que al principio se establezcan propiciarán la sugestión de los amigos de la biblioteca en pro de posibles incrementos de sus fondos bibliográficos o se manifestarán en forma de regalos, tales como los informes mercantiles y financieros recogidos en sus viajes por los hombres de negocios, mapas y folletos procedentes de las oficinas de negocios o documentos especiales editados por las dependencias gubernativas. Todo ello traducirá en forma significativa el interés personal por la biblioteca, transmitido de boca en boca a través de toda la comunidad como consecuencia de los amistosos e inteligentes servicios que ella rinde.

Existen otras posibilidades para fomentar las relaciones con el público fuera de la biblioteca. El procedimiento de remitir, por correo, informes periódicos acerca de libros especiales a individuos o grupos que puedan hallarse

particularmente interesado en determinados temas, se revela siempre oportuno. Las invitaciones para conversar y cambiar impresiones con determinados grupos serán seguramente bien recibidas. Las relaciones con los publicistas locales pueden ser fomentadas. Uno de los métodos más seguros, aún descontando su gran dificultad, consiste en promover reuniones entre los bibliotecarios y algunos grupos especiales de la comunidad a fin de escuchar alguna notable personalidad en el campo de la investigación científica, de la estadística o del arte, cuyas obras pueden ser mostradas en la biblioteca con tal motivo. Reuniones para la discusión de problemas comunes entre jardineros y bibliotecarios, mecánicos y bibliotecarios y, en general, de los bibliotecarios con todos aquellos grupos a los que la biblioteca puede ayudar, traerán consigo una creciente comprensión y, casi invariablemente, un mayor interés de la comunidad por la biblioteca.

Los avisos y volantes informando acerca de los servicios y recursos de la biblioteca son útiles en muy diversos grados. Su valor será insignificante si se les deja amontonados en algún lugar de la biblioteca. Será preferible colocarlos en los escaparates de las tiendas situadas en el corazón de la ciudad, en la de los barrios obreros y en otros muchos lugares, si es posible. Los volantes que se ocupen expresamente del servicio de referencia deberán colocarse en aquellos establecimientos públicos y comerciales más concurridos, de manera que puedan captar la atención de personas posiblemente interesadas.

La publicidad en los periódicos ha sido la que generalmente consiguió más continuados éxitos. El servicio de referencia, y particularmente el servicio de referencia para grupos especiales, tales como el dedicado a los hombres de negocios, contienen un potencial interés informativo y merece por lo general la atención de la prensa. Una idea debe tenerse siempre en mientes tratándose de este tipo de publicidad; cualquier artículo o suelto que se envíe a los periódicos debe estar exclusivamente dirigido a llamar la atención acerca de la utilidad de la biblioteca. Su redacción debe ser tan vívida que pueda captar la atención de aquellas personas que no pisaron jamás la biblioteca. Si ésta proporciona los hechos, el reportero sabrá presentarlos con la debida vivacidad.

Ciertas preguntas formuladas al servicio de referencia pueden ser convenientemente utilizadas para este tipo de publicidad, especialmente si instruyen o deleitan. Sin embargo, el bibliotecario debe cuidarse de no dejar escapar ninguna confidencia. En los pueblos pequeños, ciertas preguntas desacostumbradas que se formulan al departamento de referencia puedan dar lugar, si se hacen públicas, a rumores o murmuraciones entre la población; en las ciudades mayores, no existe peligro en tal sentido. No obstante el divertido carácter de algunas preguntas — provistas, por lo tanto, de innegable valor publicitario — su publicación desde la prensa pudiera provocar antagonismos entre las personas que las formularon, derivándose al final al-

guna enemistad para la biblioteca. El público puede tornarse tímido a la hora de formular nuevas preguntas fuera de lo común, ante el temor de que las mismas puedan aparecer en los periódicos. Todo ello indica que se debe emplear el mayor tacto a la hora de seleccionar las preguntas; ya que existen millares de ellas que, por su impersonal carácter, poseen elementos para una buena e insospechable publicidad.

La adquisición de nuevos libros de consulta constituye, asimismo, una buena fuente de publicidad. El valor de los mismos para la comunidad debe ser puesto de relieve, aparte de su mérito en general. Como regla invariable, hay que eliminar a toda costa las referencias farragosas o insustanciales. Marie Loizeaux, en su *Publicity Primer*, ofrece algunas claras sugerencias respecto a la manera de hacer la publicidad sobre los libros de consulta.⁵ Si se tratase de una enciclopedia o diccionario biográfico que se esté publicando volumen tras volumen, el departamento de referencia podría insertar en los periódicos la semblanza del famoso dramaturgo muerto en la ciudad el año anterior, cuya completa biografía se incluye en el último tomo del diccionario que se acaba de recibir. Después de la semblanza del dramaturgo, la biblioteca puede enumerar aquellas de sus obras que se encuentran en sus estantes, indicando, de paso, que el nuevo diccionario se halla en la sala de referencias donde puede ser libremente consultado durante todos los días hábiles de la semana de 9 a. m. a 9 p. m. Un artículo así concebido puede ser de gran eficacia publicitaria, toda vez que hace conocer los recursos de la biblioteca, proporciona información y halaga el orgullo local de la comunidad con informes sobre una de sus celebridades. La inclusión de artículos sobre los prestigios locales en las varias ediciones del *Who's Who* proporcionará también motivo para nacer este tipo de publicidad en los periódicos locales.

Las charlas breves por la radio poseen, asimismo, un gran valor. Pueden éstas consistir en descripciones de libros nuevos, noticias extraídas de los suplementos literarios y presentación de algunas preguntas que hayan sido formuladas ante el servicio de referencia. De tiempo en tiempo, algún bibliotecario puede utilizar las ondas para contestar a través de ellas a algunas preguntas que hayan sido formuladas a la biblioteca por correo o teléfono; tal procedimiento es particularmente efectivo si las preguntas que se eligen están relacionadas con temas de general interés. Los simples anuncios de tipo comercial por la radio son muy eficaces, ya que aquellas personas que no sintonizan el programa especial de la biblioteca pueden oírlos a continuación de los programas de su predilección. Por lo demás, la publicidad radial es un arte aún muy nuevo y sus posibilidades se encuentra apenas entrevistas.

Quedan aún otros medios de publicidad descritos en los distintos manuales que existen sobre la misma. La biblioteca elegirá aquellos que mejor se avengan con el carácter de su propia comunidad. Después de todo ha de ser

⁵ Loizeaux, Marie D.: *Publicity primer* 3rd edición, revised. N. Y., Wilson, 1945, págs. 32-33.

la cotidiana combinación de buen servicio y eficaz publicidad la que permita a la biblioteca desempeñar el papel que le está reservado en el seno de la comunidad. Entre ambos elementos, el buen servicio es, a la larga, incomparablemente más importante. Permítase al director de la biblioteca velar por la calidad del personal encargado del servicio de referencia porque en él descansan enormes posibilidades de buena voluntad para la biblioteca.

