

COMUNICAÇÃO NA BIBLIOTECA: UMA QUESTÃO INTERDISCIPLINAR

Mary Stela Müller
Waldyr Gutierrez Fortes

RESUMO

Apresenta a qualidade e capacidade de integração da biblioteca com o ambiente e com os seus públicos, baseadas no êxito da comunicação praticada tanto interna como externamente. Levanta dados e informações referentes aos métodos, práticas e procedimentos de comunicação utilizados e os pontos de estrangulamento de interação/integração entre a biblioteca e seus públicos. São também apresentadas algumas conclusões que constataam sobretudo a necessidade de um padrão de comunicação detectável e evidente a orientar as decisões internas e de relacionamento com os seus diversos públicos.

Palavras-chave: Biblioteca, Comunicação, Administração de Bibliotecas, Relações Públicas, Cultura Organizacional.

Comunicação e biblioteca

A importância da biblioteca como organização social e pública diante dos contextos educacional, científico e cultural da sociedade é incontestável. Não obstante, ao se observar e analisar a realidade contextual de muitas bibliotecas é possível constatar aspectos críticos de interação que ressaltam a presença de um fosso comunicacional entre as bibliotecas e o meio onde atuam.

Todas as atividades básicas de bibliotecas, aquisição, processamento, circulação e referência objetivam, em última instância, comunicar o conhecimento. Impõe-se a elas, então, a imprescindibilidade de manter efetivos programas de relações e comunicação ambientais internas. Um quadro de pessoal bem informado é pré-requisito e base sustentatória para um serviço bibliotecário eficiente. E, conseqüentemente, um forte tributo à meta integrativa da biblioteca com o meio externo.

Vale considerar que a comunicação, por estabelecer e manter diálogo entre as partes interessadas em qualquer tipo de organização, possibilita o ajustamento e a coordenação das relações administrativas. Razão pela qual nenhum administrador pode depreciá-la ou ignorá-la.

O êxito de um programa de comunicação, principalmente interno, dependerá da postura dos administradores e responsáveis de linha, uma vez que eles, pela manifestação de suas políticas e ações, poderão alimentar ou dificultar a comunicação organizacional interna.

Mapeando pontos de estrangulamento de interação entre um sistema de informação e seus públicos, a partir da identificação das práticas, estruturas, procedimentos e comportamentos de comunicação existentes nas bibliotecas, é possível definir uma proposição futura de um programa ou projeto de comunicação próprio e compatível com o tipo de organização. De modo a favorecer interações, facultar um maior e melhor posicionamento e estabelecer o conceito das bibliotecas junto ao meio que as encerram e mantém.

Dentro dessa perspectiva, os sistemas de informação devem representar um dos mais eficientes meios de satisfação de numerosas necessidades humanas. Assim, para não cair na obsolescência, os objetivos e propósitos de qualquer organização bibliotecária não podem ser estáticos e imutáveis. Mas sim dinâmicos e em contínua evolução, sendo seguidamente reavaliados e modificados, em função das mudanças ambientais e dos valores sociais. Transformando suas estruturas e alterando as relações intra e extra-organizacionais. A organização deve estar aberta às mudanças.

Isso equivale dizer *comunicação*, a fonte de significação que proporciona a reunião das partes distintas da organização, produzindo as condições para um trabalho coordenado das estruturas, como também o nível de conhecimento e envolvimento com os ambientes interno e externo onde atua e compete (Torquato, 1986, p.58).

De nada adianta alterar estruturas ou modificar processos se internamente os membros da organização não estiverem abertos a atitudes de envolvimento, cooperação e participação. E externamente se os interesses e expectativas da sociedade não estiverem devidamente contemplados nas políticas e estratégias definidas pela organização. Os valores e as necessidades desses grupos sociais devem aparecer refletidos nas alternativas consideradas e nas prioridades dos administradores.

Torna-se fácil perceber que o sucesso, ou não, de uma organização está fortemente atrelado ao seu poder de informação. Sabe-se, no entanto, que a informação se efetiva somente a partir do momento em que é comunicada. Ela, em si mesma, nada significa, nada tem de real, se não for captada, se não for compreendida por quem a recebe. A informação, para ter valor, precisa, portanto, ser comunicada.

A comunicação representa, pois, uma função básica à administração, visto ser um meio que possibilita a troca de informações entre as pessoas de uma organização. E entre esta e seus participantes (clientes, fornecedores, concorrentes, dentre outros grupos), que, em

função do maior ou menor grau ou nível de envolvimento com a organização, são conceituados como públicos. Cada organização, em função das atividades que desenvolve, tem seus públicos específicos.

A realidade atual não mais comporta e nem concebe uma biblioteca com funções voltadas apenas às tarefas relacionadas com a organização e conservação do acervo; com instalações e administração superestimadas com um fim em si mesmas e, continuamente, postergando suas reais funções. Pelo contrário, a realidade de hoje exige da biblioteca o estabelecimento de objetivos e funções moldados às necessidades do meio, dentro de um processo contínuo de interação e ajustamento de interesses, que justifique sua existência.

Aliás, a realidade atual é rica em exemplos que justificam tal assertiva: a revolução tecnológica, a explosão dos conhecimentos, a transnacionalização das comunicações, a mudança de *status* dos indivíduos e o reconhecimento do valor e do poder da informação representam alguns poucos fatores de mudanças sociais que são particularmente afetos ao desempenho das bibliotecas.

As tecnologias de informação agilizam o tratamento e recuperação de informações e influenciam o processo de tomada de decisão, maximizando o potencial de operações do sistema organizacional.

Factualmente, não são apenas os serviços que impressionam o público; a imagem que este tem da biblioteca é projetada também pelo pessoal que nela atua. Daí, então, a importância de uma revisão crítica e consciente, no que tange a valores, atitudes e comportamento do pessoal bibliotecário, diante do complexo processo de interação que deve acontecer entre a biblioteca e o seu meio ambiente. Além das imagens difusas, podem ser estabelecidos verdadeiros *conceitos públicos* desses sistemas de informação.

A realidade constatada por diversos estudos de usuários de bibliotecas generaliza numerosos pontos críticos que traduzem a sentida inadequação dessas estruturas no contexto de seus públicos. Independente de esferas administrativas vemos: subutilização dos recursos oferecidos pelas bibliotecas; não adequação da coleção aos interesses dos diferentes segmentos de usuários; desconhecimento do potencial bibliográfico existente e disponível; grau de uso e de conhecimento pequeno dos serviços bibliotecários oferecidos; serviços oferecidos que não correspondem às expectativas e exigências dos usuários.

Fica claro, dessa forma, que mudança estrutural e mudança comportamental são complementares e nunca exclusivas - indivíduos afetam estruturas da mesma maneira que o comportamento individual ocorre no contexto de um quadro estrutural - a utilização de uma delas deixará o processo incompleto e carente.

Qualquer projeto ou programa de comunicação deve refletir o caráter e as necessidades de cada organização em particular e desenvolver estratégias comunicacionais próprias e aplicáveis a cada situação. Assim, cada biblioteca deverá identificar, analisar e definir propósitos e mecanismos de comunicação junto aos públicos que lhes são afetos.

Biblioteca e relações públicas

As Relações Públicas procuram respostas para os maiores problemas enfrentados pelas organizações nos dias atuais. As questões mais concretas se encontram resolvidas na gestão administrativa; restam, entretanto, inúmeras ponderações intangíveis, imensuráveis, e não sujeitas a uma análise objetiva (Lesly, 1971).

O problema da aceitação pública de uma organização não depende de uma exaustiva demonstração de que suas operações atendem ao interesse público. Mas em levar as pessoas a entender que as organizações não podem ser prejudicadas impropriamente nos seus empreendimentos por limitações externas.

Quando as medidas normais de administração já não são suficientes para explicar e resolver todas as questões ambientais apresentadas, as Relações Públicas deverão ser ativadas para assegurar a volta à normalidade.

Podem ser visualizadas duas situações — uma atuação normal, sem interferências, e outra, aparentando a chegada do caos; na realidade, as questões de relacionamento estão sempre presentes. Procura-se impedir que as controvérsias assumam um volume incontrolável, para as quais medidas mais tradicionais ou costumeiras não mais surtem efeito, trazendo sérias conseqüências a todos os integrantes do processo estabelecido.

As Relações Públicas agem informando o funcionário da biblioteca sobre todas as condições ambientais locais, nacionais e mesmo internacionais.

Não se trata de levar o funcionário a acomodar-se, mas o resultado de suas ações deverá ser embasado no volume de informações colocadas à sua disposição e ao auxílio para a sua análise.

São as Relações Públicas agindo numa postura mais reativa, por uma situação instalada anteriormente. Além disso, devem ser desenvolvidas ações preventivas.

Ao estabelecer ou ampliar os fluxos de comunicação existentes nas bibliotecas, as Relações Públicas permitem a chegada mais rápida na organização das informações que circulam nos ambientes de tarefa.

A reação dos grupos mais bem informados apresenta um grau maior de lucidez e análise apurada dos fatos. Isso permite elevar o

nível do diálogo a ser estabelecido, diminuindo sensivelmente as ações demagógicas, fanáticas, ou irrefletidas, patrocinadas normalmente pelos grupos de pressão contrários aos interesses do grupo promotor do relacionamento.

A aplicação lógica da análise ambiental efetuada por Relações Públicas facilita, igualmente, a consideração quanto ao interesse público, impedindo que o interesse individual venha a contrariar o interesse maior da comunidade onde está localizado o grupo empresarial ou da sociedade na qual age.

Esse aspecto merece reflexão por parte dos profissionais encarregados do relacionamento público das organizações, que devem procurar antecipar-se às decisões da sociedade, motivadoras de atos políticos e, eventualmente, discriminatórios, trazendo normas estranhas ao ambiente de tarefa.

Nesse momento, as ações empreendidas no nível do relacionamento público estarão voltadas a elevar para patamares mais altos as mudanças desejadas, abrindo a possibilidade de uma presença marcante de outros profissionais num contato pessoal e individual com o público.

Comunicação dirigida ou boatos e rumores?

Para isso, são usados os veículos de comunicação dirigida e escolhidos em função da linguagem e do tipo de argumento mais adequado. Conjugam-se, para estes esforços, as ações de Relações Públicas na coordenação do trabalho de antropólogos, sociólogos, psicólogos, educadores e outros profissionais necessários a operar a mudança desejada.

A principal recomendação para um competente serviço de informação pelas Relações Públicas é o amplo emprego dos veículos de comunicação dirigida. Isso porque estarão levando informações para os públicos interessados na organização.

Destaca-se, também, o caráter público das instituições que prestam serviços informacionais aos seus grupos de interesse. A competência dos veículos a serem utilizados deve suprir as necessidades de comunicação dessas organizações, impedido o surgimento de boatos e de rumores, presentes quando falta a comunicação de característica institucional.

Ressalta-se, ainda, o sentido da ausência da aleatoriedade do diálogo a ser estabelecido. O entendimento a ser mantido com os públicos não se dá ao acaso. Ele é dirigido a um fim específico, a uma meta prestabelecida, com resultados pretendidos perfeitamente delimitados. O que se pretende evitar é que todo o esforço de comunicação não seja perdido pela informalidade de processos que não são

previamente estabelecidos, sem uma visão institucionalmente definida.

Os esforços de Relações Públicas devem, assegurar espaços amplos para a existência da comunicação informal, especialmente àquele relacionado com o público interno - os funcionários da organização e os seus familiares. Na comunicação informal não há hierarquias que definam, de antemão, a direção da comunicação. Qualquer um pode se dirigir ao outro, desde que haja reciprocidade; a rigor, sempre há um nível de reciprocidade entre os falantes, pois emissão é imediatamente recepção e recepção é imediatamente emissão. A inversão de papéis durante o processo de comunicação será mais efetiva - ampliando as possibilidades de diálogo - quanto mais o ambiente de relacionamento for aberto a este tipo de comportamento. Um ambiente fechado e coercitivo impede a existência de diálogos abrangentes.

A questão, portanto, é a quem cabe a iniciativa. Quem tem direito de começar a comunicação? Quem tem direito de se dirigir a quem? Pois, apesar da comunicação informal se dar nas instituições, as suas administrações não conseguem interagir nesse processo. É certo, também, que a biblioteca tem o direito de dividir os seus conhecimentos e suas informações com os diferentes públicos.

Todos os atos administrativos, diretos ou indiretos, tendem a comunicar alguma coisa para alguém. O próprio comportamento pessoal do dirigente da organização prevê as repercussões esperadas junto aos públicos. O problema ocorre quando o inesperado acontece. Desentendimentos e falta de informação são normalmente os fatores mais presentes nos ambientes institucionais. Supera-se a ausência de comunicação com os boatos e fontes inseguras de informação, cabendo à comunicação informal dar uma aparente solidez ao que está circulando no ambiente organizacional.

Portanto, a comunicação para Relações Públicas nos serviços de informações deve sempre considerar a multiplicidade de públicos a serem atingidos por uma comunicação, com a finalidade de apoiar os esforços institucionais de bem conduzir o empreendido.

Ao ser considerada a grande mobilidade da população brasileira, é muito difícil separar, com nitidez, os diversos segmentos populacionais. As pessoas estão concentrando-se cada vez mais nas cidades, e passam a influenciar o ambiente informacional.

Com isso, quando as mudanças são necessárias, a complexidade do tecido social faz com que uma única mensagem persuasiva não seja suficiente, devendo haver uma combinação ampla de esforços. Somente a consciência clara de que algo deve ser mudado é que assegura o sucesso das medidas adotadas. A comunicação a ser

empregada é a dirigida para a perfeita formação de uma opinião, não mais um sentimento.

A questão central, para se evitar as turbulências, é o estabelecimento de canais de comunicação. As Relações Públicas recomendam que o diálogo a ser estabelecido se preocupe em resolver os problemas no próprio local de trabalho. O encaminhamento das reivindicações mais complexas gera confiança para futuras discussões e as surpresas advindas superam as expectativas.

A mudança de conceito

Cada uma das mudanças sociais, isolada ou conjuntamente, afeta em maior ou menor grau os resultados da organização. Como alguns desses movimentos são realizados por instituições desvinculadas tanto da iniciativa privada como da governamental, cabe às Relações Públicas agirem para incrementar um tipo específico de resultado: a mudança de *conceito*.

A conjugação de esforços de relacionamento determinará medidas amplamente utilizadas para fazer com que o cidadão seja um ser completo, a desfrutar de todos os seus direitos, necessidades e desejos. Estas técnicas são entendidas como facilitadores. O que importa é a competente congregação de atividades e a utilização estratégica do instrumental disponível das Relações Públicas.

Promoção e comunicação

Todas estas preocupações estão sendo canalizadas em um projeto de pesquisa junto às bibliotecas das universidades estaduais do Paraná. Como método, esta pesquisa utiliza dois instrumentos para a coleta dos dados: a *pesquisa institucional* (Fortes, 1990), visando ao levantamento das condições administrativas e estruturais das bibliotecas analisadas, e a *entrevista* junto aos principais dirigentes das instituições pesquisadas (reitores, vice-reitores, diretores das bibliotecas). Isto para determinar as coordenadas que orientam institucionalmente a *cultura* predominante nesses sistemas de informação.

Pela pesquisa institucional aplicada, ao se destacar o item promoção (comunicação), especialmente ligado ao setor de circulação de duas dessas bibliotecas, observa-se que muito pouco é feito para a colocação do material à disposição dos usuários. Julga-se que a biblioteca universitária tem, em tese, um "público consumidor" cativo, eventualmente sem opções. Mesmo assim, o índice de aproveitamento do material existente deixa a desejar.

Na Biblioteca Central da Universidade Estadual de Londrina (BC/UEL), de acordo com o levantamento realizado, nunca houve a preocupação com divulgação constante e planejada, existindo somente quando "há necessidade" (Aguiar). O mesmo ocorre em Maringá, na Biblioteca Central da Universidade Estadual (BC/UEM), sob a justificativa de faltar tempo "para um melhor planejamento para pensar nestes aspectos mais macros, enquanto as funções rotineiras são privilegiadas" (Silva).

A principal preocupação de qualquer órgão técnico de uma organização - e não somente nas bibliotecas - é quanto às suas atribuições básicas. Entretanto, não pode ser esquecido que as atividades da organização somente têm justificativa se cumprirem os desejos e necessidades dos seus públicos de interesse. Portanto, o descuido com a comunicação pode levar à não utilização dos serviços colocados à disposição dos usuários pelo desconhecimento dos principais interessados.

A campanha "adote um livro"

Mesmo quando são introduzidos novos serviços aos usuários, a comunicação aos públicos não existe. Em Londrina, um caso de sucesso do emprego da comunicação foi o êxito do programa "Adote um Livro", que conseguiu, por intermédio da iniciativa privada e de vários colaboradores individuais, recuperar um volume significativo de obras, num espaço de tempo muito inferior ao normalmente empregado. A biblioteca tornou-se notícia. A comunidade - talvez o mais importante público de um serviço de informação - passou a conhecer a real situação de uma das mais destacadas instituições locais. A Universidade Estadual de Londrina estava sem condições de manter atualizado e em perfeita ordem o seu acervo bibliográfico. A resposta foi positiva.

Ouvir o interessado

O usuário tem domínio técnico para definir quais serviços lhe interessam? Cabe, aqui, outra destacada atividade de comunicação: ouvir o interessado. É por meio do exame de suas necessidades e novas demandas que devem ser definidos os produtos a serem implementados. Talvez, muitas vezes, um serviço tem pouca procura não por falta de comunicação, mas por falta de demanda real.

O pessoal de atendimento

Outra questão que se apresenta neste processo de comunicação entre biblioteca e usuários é quanto ao pessoal encarregado desse atendimento. Em Londrina, o nível de apresentação dos funcionários é bom, apesar de a escolaridade mínima para os auxiliares ser de primeiro grau, não se exigindo o segundo grau. Porém, por iniciativa própria, muitos auxiliares têm procurado melhorar o seu nível de escolaridade, chegando alguns a terminar o terceiro grau.

Para incentivar a qualidade dos serviços, Aguiar afirmou que são realizados cursos de treinamento, existindo estímulo ao trabalho em grupos, exigindo dos funcionários, principalmente no atendimento.

Em Maringá, a entrevistada considera regular o nível dos funcionários que lidam com a clientela. Procura sempre incentivar a qualidade do atendimento por meio de reuniões, "dicas" e conversas. Além das obrigações normais, na opinião de Silva, os funcionários devem ler, estar sempre pesquisando e atualizando-se, principalmente por meio da participação em cursos e treinamentos.

O atendimento aos usuários é considerado por Silva como a principal atividade da BC/UEM. Para receber informações dos usuários a biblioteca adota sistemas informais, como observação pessoal, conversas com os usuários e sugestões dos funcionários. Para melhorar esse atendimento, a entrevistada acredita que deveriam delinear um perfil do usuário e elaborar pesquisas de opinião pública.

A única pesquisa realizada, até o momento, na UEM foi para verificar se o treinamento de calouros estava familiarizando-os com a biblioteca.

Aqui parece haver um aspecto positivo, a dedicação apresentada pelos funcionários. O serviço é bom, o atendimento funciona consideravelmente bem e os usuários sentem-se satisfeitos. No entanto, não foram estabelecidos canais de comunicação para que o consumidor pudesse apresentar as suas opiniões. Existindo somente o trabalho com os calouros, tradicional, necessário, mas não ampliador de possibilidades. Juntam-se a isso as normais baixas condições financeiras dessas entidades, que desfrutam de todas as dificuldades para implantar novos serviços.

Silva indica o perfil do usuário da BC/UEM. Existe equilíbrio entre homens e mulheres que buscam a biblioteca, com idade entre 20 e 30 anos. Têm como origem principalmente a região e a própria cidade de Maringá, com nível econômico situado na classe média. Os clientes habituais são aqueles de graduação e pós-graduação, enquanto os eventuais são profissionais e alunos de primeiro e segundo graus.

A Divisão de Obras Gerais e Periódicos atende cerca de 5000 usuários/mês nos meses de maior movimento. O que leva o cliente a utilizar os produtos/serviços da BC/UEM é, para Silva, a necessidade de informação, tanto para formação acadêmica, necessidade de especialização e também para cultura geral.

Clientes novos que poderiam ser atingidos seriam ex-alunos, profissionais liberais e empresas. Os meios utilizados seriam o lançamento de serviços para estes públicos específicos. Mas considera isto não-possível atualmente pela falta de recursos humanos.

Os principais motivos alegados pelos clientes para abandonar os produtos/serviços da BC/UEM são, segundo Silva, a falta de material atualizado, principalmente de pós-graduação.

O perfil dos usuários de Londrina é semelhante ao de Maringá. Tem uma frequência de 2000 usuários/dia, com uma média de 800 empréstimos/dia. A consulta, contudo, é muito maior. Destacam-se, neste sentido, a Audioteca e a Videoteca.

Dos 12000 clientes cadastrados, 4000 não utilizam os produtos ou serviços da BC/UEL. A defasagem da coleção e seu mau estado de conservação são os principais motivos alegados pelos usuários para abandonar os produtos e serviços oferecidos, segundo Aguiar.

Sobre a possibilidade de atingir novos usuários, Aguiar afirmou que docentes e alunos de pós-graduação pouco procuram a biblioteca. Trata-se de uma questão estrutural e cultural, visto que os professores preferem adquirir o seu material bibliográfico. Esta situação, se resolve as necessidades dos professores, acarreta para os alunos a existência de livros na biblioteca mais antigos, defasados ou similares que não cumprem o pretendido.

Problema de difícil superação, quando aliam-se estruturas superadas, dificuldades financeiras e cultura arraigada de todos os componentes humanos do processo de relacionamento.

Qual o caminho a seguir?

Sob este aspecto, cabe uma questão prática: que caminhos adotar para superar estas dificuldades? Vários, dentre eles a comunicação. Embora com problemas, a unidade informativa deve continuar cumprindo as suas obrigações cotidianas, desenvolvendo novos produtos, prestando os serviços com a maior qualidade, atendendo os seus usuários de maneira competente.

A comunicação aqui discutida vem ao encontro destas variáveis, no sentido de apoiar a administração a buscar e superar as suas eventuais dificuldades, fazendo da comunicação dirigida um instrumento adequado para a consecução de objetivos.

Considerações finais

Para a concretização destes objetivos recomenda-se, ao âmbito interno de organizações bibliotecárias, algumas práticas e procedimentos:

a) Dar conhecimento aos funcionários, nos vários níveis, e em particular, nos de chefias, dos problemas que diretamente os interessam, como também dos relacionados com os serviços prestados/oferecidos pelas bibliotecas.

b) Conhecer as idéias e reações dos funcionários/servidores com respeito a seu trabalho e aos problemas gerais da biblioteca e da universidade.

c) Tornar os funcionários/servidores agentes positivos nas relações e interações com o público externo.

d) Despertar e manter nos funcionários o sentimento de compartilhamento às causas e coisas das bibliotecas.

e) Detectar e analisar os problemas gerais e específicos que estejam impedindo ou dificultando as interações entre administração e subordinados e o reflexo desses relacionamentos junto ao público externo.

f) Envidar esforços para que, sempre que necessário, haja mudança de atitude ou estilo administrativo, em qualquer nível de chefia, se a atitude ou estilo for causa de comunicação defeituosa.

g) Incluir em programas de formação para o trabalho matéria referente à importância das técnicas de comunicação.

h) Estudar, sistematicamente, os problemas relacionados à comunicação geral da organização bibliotecária e os meios de superá-los.

Pode-se mesmo recomendar que bibliotecas incluam em seus quadros de pessoal um profissional de Relações Públicas, para fornecer à direção dos órgãos considerados o assessoramento devido aos seus problemas de comunicação institucional/organizacional.

Referências Bibliográficas

- AGUIAR, Isabel Maria de. Entrevista concedida aos estagiários do projeto de pesquisa: A questão cultural na organização bibliotecária.
- FORTES, Waldy Gutierrez. **Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1990.
- LESLY, Philip (Ed.) **Lesly's public relations handbook**. New Jersey: Prentice Hall, 1971. p. 514.
- SILVA, Ana Estela Codato. Entrevista concedida aos estagiários do projeto de pesquisa: A questão cultural na organização bibliotecária.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial/comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986. p.58.

ABSTRACT

Based on the success of intern and extern communication, this work is meant to show how well and in which capability a library can integrate with the environment and its users and so provide a definition for a good information service structure. This paper presents data and information concerning the methods, practices and procedures of communication and conflicting areas of interaction and integration between the library and its users. Some conclusions are also presented evidencing a need for a detectable and evident communication pattern to guide intern and relationship decision-making toward the library's diverse users.

Key words: Library; Communication; Library management; Public relations; Organizational culture.