

Por un año nuevo con reflexión... desde la comunicación del patrimonio

Marcelo Martín, arquitecto

“Quién no sabe lo que busca, no interpreta lo que encuentra”. Alberto Rex González

Hace solo veinte años, cuando muchos de los que hoy intentan un acercamiento al mundo laboral en este sector estaban en el parvulario, la depresión post Expo 92 (de Sevilla) nos sumió en el oscurantismo profesional y hubo que movilizar mucho para que las administraciones se sacudieran el sopor y tomaran conciencia de la importancia que el sector cultural en general y el patrimonial en particular, iban a protagonizar en las dos décadas siguientes.

Solo una pequeña minoría sabía qué era un centro de interpretación, aunque poco entendían de patrimonio cultural; la frase clave era “patrimonio como factor de desarrollo”, sin especificar qué patrimonio y mucho menos qué desarrollo. No había interpretación del patrimonio, ni se hablaba de dinamizar, y mucho menos de comunicar. Estaba establecida la Difusión, aunque carecía de una definición concreta. No había desembarcado aún la formación que incorporara conceptos de producto patrimonial, ni muchísimo menos industrias culturales, término afianzado por los franceses que no tuvo toda la repercusión que luego alcanzaría. Y sin embargo, no éramos unos paletos culturales, buscábamos bibliografía, en francés y en inglés, ya que los italianos, académicos ellos, no ingresarían tampoco a toda esta modernidad lingüística y Memorabilia, la Carta de Riesgo y la conservación preventiva, eran sus máximos protagonistas.

Podría trazarse un paralelismo con la pregunta que todos podemos hacernos hoy: ¿Cómo podíamos vivir sin internet, sin teléfonos móviles inteligentes, sin correo electrónico? Pues cómo podrían vivir sin interpretación, sin dinamización o interacción con el patrimonio... Pues así fue, y aunque políticos avisados supieron incorporar a su lenguaje términos de moda, llevamos muchos años intentando que, además, sepan qué son y cómo se aplican en la gestión sostenible de nuestro patrimonio.

España ha inmortalizado el “vivir por encima de nuestras posibilidades”, bueno, eso dicen ciertos sectores. Porque el Patrimonio, bendita herencia material e inmaterial de nuestra cultura en el pasado,

sigue viviendo muy por debajo de las posibilidades, aunque hoy esté rodeado de una terminología que sería la envidia de los semióticos y hermeneutas de los años 70.

Cuando afirmo que está por debajo de las posibilidades no me refiero a su restauración o revaloración, y sí a lo que debería haber sido la puesta en valor o, simplemente para ser coherentes con ese pasado carente de terminologías *ad hoc*, una digna expresión de su materialidad y de su mensaje como testimonio del pasado. Hemos invertido mucho como sociedad en rescatar edificios de la inopia, conjuntos de la barbarie y del olvido y objetos artísticos de todo tipo de la telaraña de museos sin climas ni luces apropiadas. Hay mucho realizado en este terreno. También se ha logrado un potente cambio en la percepción social del patrimonio. Hoy no resulta curioso ver a alguien vestido de “romano” en Itálica, y nadie diría que es un cofrade de la Macarena despistado; nadie se asombra por una visita teatralizada en cualquier sitio histórico o natural; ninguna madre cree que no haya una visita para niños organizada y atrayente para sus hijos en un fin de semana. Hasta mi tía sabe que existen centros de interpretación, aunque ella se empeña en llamarlos museos.

Todos somos capaces de reclamar un guía con formación y apropiada comunicación de lo que estamos visitando. Sabemos usar un *smartphone* con códigos QR y utilizar un monitor interactivo en un equipamiento cultural.

Estamos a la altura de nuestras posibilidades. Sin embargo, nunca el personal formado para la gestión patrimonial, y muy bien formado, viajado y alimentado, estuvo tan mal. Sí ya sé, es la crisis. Pero a mi edad creo que no es *por* la crisis, sino *a favor* de la crisis, o mejor dicho, de la privatización de la vida pública en aras de mejorar y ampliar al máximo los límites de un mercado potencialmente rentable.

¿Cómo puede ser que a mayor formación, con menor edad promedio, superior nivel de información, uso de idiomas y másteres y posgrados a diestra y siniestra, nuestros profesionales de la gestión patrimonial y cultural tengan tan pocas posibilidades? ¿Qué sucede aquí para que, una vez alcanzado el dichoso nivel profesional que señalábamos como la principal carencia para ser un país europeo con patrimonio

social y económicamente rentable, eso no sea posible?

Hay tres factores que fallaron: los políticos que decidieron entender lo que les convenía sobre intervenir en el sector cultural y patrimonial; la relajación de las exigencias de calidad para con el patrimonio por parte de los profesionales que tuvimos la suerte de producir equipamientos y acciones; la embriaguez generalizada que el disfrute sensorial produjo sobre otro tipo de disfrute más racional y a la vez emotivo.

Por supuesto que esta generalización no es una forma de diluir responsabilidades, sabemos que políticos y profesionales no podemos sentirnos igual de inocentes o culpables que nuestra sociedad como visitantes y usuarios de nuestro trabajo.

Es justamente el reconocimiento de nuestro papel en la gestión del patrimonio lo que me lleva a reflexionar sobre el actual estado de nuestra profesión.

Vivir en tiempos revueltos implica mucho más que una buena formación y el dominio de idiomas, si no se quiere ir uno de su tierra. La dureza de las situaciones que inducen a depresiones, a mirar para otro lado, a abandonar la senda para transitar a pie por la peligrosa autovía de la globalización nos necesita armados de herramientas de carácter ideológico, que no político, respecto de lo que se debe hacer, de lo que podemos hacer y de lo que nos dejan hacer. He aquí la trilogía de la cuestión, todo ello bajo el manto de la interdisciplinariedad.

Decía que la percepción social del patrimonio y las vías de acceso que tiene hoy la sociedad en su conjunto han mejorado mucho. No tengo dudas, solo matices. Pero debo llamar la atención sobre la calidad de las experiencias que generan esa percepción, de los objetivos extra patrimoniales que se esconden detrás de ejemplificadoras actividades y, finalmente, de los nunca evaluados niveles de satisfacción de esa percepción por parte de los gestores (y, agregaría, del propio patrimonio si pudiera hablar).

Hace tiempo escribí esto: “en asociación a estas ideas tienen lugar otras vicisitudes de carácter programático como la consideración de la comercialización del patrimonio, el marketing cultural, etcétera”. Comienza a suceder que también nuestros países encargan su patrimonio a gestores empresariales que introducen los conceptos de la mercadotecnia al patrimonio. Aunque para muchos políticos y administradores de la cultura esto puede parecerles acientífico, y a veces hasta vulgar, sin embargo recomiendan a sus gestores culturales que

aprendan de ellos, alegando que se corre el riesgo de “perder audiencia”. La gestión del patrimonio cuenta de este modo con el respaldo de profesionales de comercialización, financiación y estudios sobre preferencia de los visitantes, lo cual, de por sí, no nos resulta totalmente inadecuado, en tanto y en cuanto no abandonemos nuestro patrimonio en manos de una concepción generalista, abonada de todas las técnicas del mercado que sean necesarias sino, por el contrario, aboquémonos a una plena concepción humanista de nuestro patrimonio, aun a riesgo de no parecer progresistas o “vernos de lleno lanzados a la bancarrota”.

“El proyecto de la aplicación de la gestión empresarial al patrimonio, con todas sus vertientes positivas, comienza a desembarcar acriticamente en estas latitudes. La necesidad de la puesta al día del debate patrimonial desde todas sus perspectivas: investigación, documentación, intervención y difusión no puede dejar de lado esta problemática. Cuando el mercado se coloca por encima de las necesidades, la cultura, entendida como parte de ese mercado, hace inútiles todas aquellas empresas que no sean eficaces; así sucede que la investigación histórica pierde valor frente a una historia como supermercado de imágenes; las restauraciones cobran interés en la medida del marketing cultural y los centímetros de prensa que generan; la documentación solo importa cuando se digitaliza y puede convertirse en productos interactivos de distribución masiva, y las disciplinas como la museología y las técnicas expositivas ingresan definitivamente en el campo de la comunicación”.

“Lo que da en llamarse el pensamiento único o el proceso de globalización sitúa en primer plano un predominio absoluto de la mercantilización de todo aquello que puede ser mercancía como un modo imperativo y que muchas veces queda encubierto por el concepto de eficacia (donde quizá fuera más apropiado la eficiencia o lo apropiado). Pero sobre todo ha surgido como consecuencia de esa transición paulatina de un modelo de gestión del patrimonio guiado por el imperativo conservacionista, a otro orientado por criterios de rentabilización, proceso que, en definitiva, creemos que se debe situar en la estela de uno más amplio (en el que estamos inmersos y por ello aún no se vislumbran con claridad sus límites y rasgos) de transición de un modelo de Estado moderno centrado en la administración de personas a un Estado postindustrial centrado en la administración de recursos y servicios” (MARTÍN, 1998).

Cuando sostengo que hoy es tan importante estar armado de ideas y principios como de conocimientos y experiencia no creo estar muy errado. Pongamos por

caso, nuevas ideas en el campo de los guías de patrimonio.

Los *greeters* o anfitriones son voluntarios que dan la bienvenida a los turistas en su ciudad o región, y muestran de forma gratuita una visión de la ciudad como lo harían con los amigos o la familia. Es una forma de turismo social; los residentes participan en las actividades de los turistas, y los turistas tienen la oportunidad de obtener una experiencia más cercana de la vida cotidiana del lugar visitado. “¡Los *greeters* no hacemos tours! Compartimos experiencias personales”.

Si pudiéramos establecer una amplia polémica seguramente, como todo en la vida, habría al menos tres posiciones básicas, la primera, que considero la más corriente, en vista de la tradición elitista de casi todo lo referente al patrimonio histórico-artístico (reforzado con la vieja nomenclatura), que nos situaría en el campo del intrusismo, de la falta de conocimientos y de la “calidad” de la visita. Un segundo grupo que considera que “todo es patrimonio”, que hay que acabar con los relatos estáticos y dirigistas de nuestra memoria y que los ciudadanos tienen el derecho inalienable, por ser los depositarios del legado cultural, de participar en la gestión y difusión de su patrimonio. En medio, un grupo entre progresista y despreocupado que ve tantas contras como aciertos al tema y que, en aras de una mejor convivencia y comprensión de ciertos colectivos, mira hacia otro lado o practica el *laissez faire*.

Este ejemplo sirve para ver qué tipo de diseño de interiores interno tenemos, a la hora de pensar y atraer nuevas perspectivas de acción/reacción entre el Patrimonio y la sociedad que lo sustenta.

Transcribo un párrafo de un correo electrónico de una amiga, en torno a esta cuestión: “Como educadora ambiental, me rebelo ante los equipamientos de educación ambiental que no contratan a educadores profesionales. Sin embargo, la experiencia me ha hecho repensar si esta idea es una verdad absoluta. En una aldea del interior de Galicia, aislada por el éxodo rural, hay un equipamiento en el que, como voluntarios, “prestan sus servicios” las abuelas y abuelos de la aldea. Así dicho es aberrante, pero cuando uno se involucra en la experiencia descubre que no existen jóvenes, y mucho menos, jóvenes formados en ese entorno, que solo viven personas muy mayores, que van enfermando por soledad y abandono, y que los promotores tenían como objetivo claro la puesta en valor de la cultura y los valores de esa comarca, recuperando el “alma” del lugar a través de sus pobladores... A lo que se suma que una

de las fórmulas que encontraron fue ofrecer a las personas mayores una actividad y un compromiso, que incluía dar a conocer sus saberes y formas de hacer (lo que les obliga a seguir reinventando la tradición y a tener contacto con pequeños y jóvenes, es decir, con esa población que ya no existe en su aldea). Cuando un profesional como nosotros “comprende” el contexto social y material, “entiende” que los responsables optaran por renunciar a contratar a una persona “experta” en educación ambiental, muy probablemente desconocedora de ese mundo y contexto, y apostaron por recuperar y no dejar morir las tradiciones, giros lingüísticos, cantos, bailes... dándole protagonismo a los pobladores que, como voluntarios, reciben una “pequeñísima” remuneración importantísima en sus frágiles economías de jubilados agrarios... y que han vuelto a ocupar las casas, las calles, los oficios... **Cuando lo vi y lo viví como protagonista, pensé que siempre existe una idea nueva como excepción a la norma”.**

Creo que más que crisis, lo que nos afecta es el estilo “miseria”. *Greeters*, *sherpas*, micropagos... todo es micro, empezando por los sueldos.

El emprendimiento, la biografía digital, el marketing personal, la explotación de una creatividad superficial, los *networking*, los *team building*, etc., etc., han llegado para quedarse y ocupar el lugar que antes ocupaba la discusión y el debate por el valor y el potencial del patrimonio natural y cultural como motor de desarrollo local y fuente de identidad para los ciudadanos. ¿Sigue vigente esta obviedad? Ya sé que resulto exagerado, si no lo fuera no tendría oportunidad de que me leas. Pero reflexionemos sobre la gran cantidad de subtemas y preocupaciones que vinieron a competir con los problemas esenciales de la comunicación estratégica de nuestro patrimonio a la sociedad. Cuántos cursos de interpretación, museografía didáctica, educación ambiental se dejan de emitir para darle lugar a la dinámica de grupos, la mercadotecnia o cómo venderle un paseo guiado a esos *guiris*...

A ver si empezamos a reivindicar que haya trabajo y veremos cómo se acaban los “intrusismos”, los microsueños, y dejamos la microvida para volver a ser personas completas.

Referencia

Martín Guglielmino, M. (1998). “El espíritu de la época. Modernización o posmodernización del vínculo entre el patrimonio y los ciudadanos”. *Boletín PH*, N° 25, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, págs. 120-129.