

Texto publicado en:

CRUCES, E. y AQUESOLO, J. (Coord.). **iLo que hay que ver! La divulgación en el Archivo Histórico Provincial de Málaga: El Documento del Mes**. Cádiz: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura, 2007, p. 25-37.

ISBN: 978-84-8266-757-7

SOBRE LA COMUNICACIÓN EN LOS ARCHIVOS: EL CASO DE “EL DOCUMENTO DEL MES”

Jose Aquesolo Vegas
Archivo Histórico Provincial de Málaga.

1.- Recuerdos de juventud

Estaba pensando en qué anécdota contar al principio de este texto, por tratar de atraer la atención del lector y por cumplir con una de esas máximas del mundo de la comunicación -valga la redundancia- que dice que para empezar un escrito (una conferencia, una clase...) es bueno contar algún chiste, cuando una querida compañera, de la que he aprendido mucho de lo que sé sobre archivos (y sobre Archivos), me la ofreció de primera mano.

Andaba yo en esos momentos en que me contaron lo que luego seguiré, navegando por mis primeros recuerdos profesionales, cuando estaba organizando, o tratando de organizar, el centro de documentación de *El Noticiero Universal* de Barcelona, un diario que al siguiente de lo que estoy narrando cumpliría cien años de vida. Trataba de implantar un sistema automatizado de gestión de la documentación - con un viejo, entonces no tanto, S-34 de IBM, sin siquiera sistema operativo, sobre el que habíamos diseñado una base de datos documental que, efectivamente y para sorpresa de todos, permitía realizar búsquedas y generar distintos formatos de listado con los resultados de las mismas ordenados por diferentes criterios-, todo ello para tratar de aprovechar con mayor eficacia la riqueza centenaria documental del medio citado. Se trataba de hacer ver a los periodistas que cada día narraban los acontecimientos de aquella gran ciudad lo que enriquecería sus textos el poder documentarlos con antecedentes, informaciones de contexto, etc. En pocas palabras: de utilizar las técnicas y tecnologías documentales, ya entonces legendarias (estábamos en los primeros años 80), de *Le Monde*, del *New York Times*, o las que, más cerca de nosotros, ya apuntaba el recién nacido diario *El País*.

Algo debimos conseguir cuando, en un rasgo de modernidad y dinamismo, la dirección nos permitió abandonar “los archivos” del medio, dos niveles por debajo de la superficie, en una manzana de la calle Roger de Lauria, en la que se encontraba -ya disfrutando de luz natural- la redacción del periódico; y eso significaba dejarlos (los lóbregos archivos) con sus sombras y sus humedades, sus bombillas de filamento temblón de no más de 40 vatios, sus armarios clasificadores oxidados llenos de

recortes, sus diapositivas y negativos fotográficos acogedores de todo tipo de hongos y manchas, sus ampliaciones amarilleantes; incluso dejar su pequeña sección de obras de referencia (intonsas, claro) y la colección completa del diario, encuadernada e inmanejable en su formato asabanado. Todo un progreso, dejar aquellos sótanos llenos de pilares de cemento visto para trasladarnos a un pequeño despacho (jubilosamente iluminado por una claraboya en el techo de uralita) en una nave de Sant Just Desvern, cerca de Barcelona, donde, como por casualidad, además de aquel incipiente servicio de documentación... se encontraban las rotativas del diario. Sin que se hubiera pensado nunca en insonorizar el local.

Pasamos de un sótano a una nave, utilizando, sin saberlo, una terminología por la que no han pasado los años, que traerá recuerdos (y realidades) bien próximos a algunas de mis compañeras de profesión, en pleno 2007.

Pero, yendo a la anécdota que prometía hace unas líneas, debo contarla. Comentaba yo un sueño (¿pesadilla?) en el que mi madre, orgullosa como todas ellas de sus retoños, decía a una vecina, la boca llena de gozo: “pues mi hijo es archivero”, a lo que respondía la otra, entre cínica y apenada: “¡Ay!, pobrecito”. En éstas estaba cuando mi compañera, en lugar de reírse se puso seria y me contó lo que le ocurriera en otra ciudad, en otro tiempo (no muy lejos de aquí). Trabajaba de archivera y ya llevaba en aquel destino un tiempo, cuando uno de los ordenanzas que la veían trajinar a diario entre legajos y sumarios, se atrevió -la confianza de los días y la afabilidad natural de mi amiga contribuyeron a ello- a preguntarle, a media voz, juntando su cabeza con la de ella, y con un cierto tono de complicidad no exento de solidaridad y conmiseración: “Y usted dirá, pero algo muy gordo ha tenido que hacer para que la hayan mandado a trabajar en *esto...*”

2.- Factores que confluyen en la definición de un nuevo marco de actuación para nuestros Archivos

Recientemente, y tras asistir a diversas actividades formativas, de un evidente interés y de un en general adecuado nivel de calidad¹, podríamos aventurar que en estos momentos, en el mundo de los archivos -al menos en Andalucía-, se están dando una serie de cambios y efectos que, sin duda, van a acabar por transformar muy significativamente el tradicional entorno archivístico por todos conocido. Los elementos que podríamos citar como más significativos en este proceso, serían cinco:

1. Las nuevas normas sobre **administración electrónica** (*e_administración*) que, simplificando e integrando los procesos seguidos por los expedientes “de papel”, facilitan (y dan por hecho) el “almacenamiento” permanente de toda la documentación que se genere, por su órgano productor, sin prever transferencia alguna, en ningún momento, a los archivos del sistema; lo que podría acabar por hacer que sobre tal documentación no se apliquen criterios de identificación, valoración...

¹ Jornadas sobre los archivos en las Comunidades Autónomas (organizadas por el Archivo General de Andalucía), Seminario sobre los archivos provinciales de Málaga (organizado por el Centro de Profesores y el AHP de Málaga), Curso sobre @rchivA (organizado por el Instituto Andaluz de Administración Pública), y Curso sobre vocabularios controlados y sistemas de información archivística (organizado por la Consejería de Cultura).

2. Diversas noticias de prensa y su regulación normativa correspondiente (no necesariamente coincidentes) sobre la **Memoria Histórica**, y sobre el período de “la Guerra Civil, el Franquismo y la Transición”, han hecho “visibles” los archivos españoles a los ciudadanos a través de los medios de comunicación de masas, en muchos casos, posiblemente, por primera vez en sus vidas. Las declaraciones, necesariamente simplificadoras, de las autoridades en tales medios, han dirigido a la sociedad hacia los archivos, a los que se demandará (quedando estos obligados a suministrarla) cualquier tipo de información sobre el período, sus protagonistas y sus víctimas, sin mayores limitaciones que las establecidas por bibliotecas, centros de documentación, etc... (al menos en principio).
3. En el caso de Andalucía, la utilización del **programa de gestión integral de archivos, denominado @rchivA**, por la totalidad de la Administración de la Junta de Andalucía, supone, de hecho, una normalización de todos los procedimientos archivísticos de esta Administración andaluza. El hecho de que el programa tenga algunos problemas para la gestión y recuperación documental (falta de algunos de los operadores booleanos tradicionales a las búsquedas; aún incipiente desarrollo de los módulos para el uso de palabras clave, descriptores, ausencia de módulos para la descripción de *e_documentos*, para el uso de metadatos...), no obvia la virtud normalizadora de los procedimientos por el uso de una herramienta común (aunque, al menos inicialmente, dificulte el trabajo de los encargados de usarlo y no mejore, precisamente, la imagen percibida desde antiguo de “los archiveros y sus herramientas” por parte del resto de funcionarios y usuarios).
4. Las **acciones de divulgación y promoción de archivos** (exposiciones constantes, publicación de libros, cursos y acciones divulgativas y “de puertas abiertas”, uso de herramientas de marketing y relaciones públicas por diversos elementos del sistema), han llevado, también, a hacer más visibles los archivos para la ciudadanía; pero también a producir una contradicción en la mentalidad del ciudadano, en la que se enfrenta una oferta de acceso (aparentemente ilimitada y eficiente) a la información con la realidad de tal oferta, necesaria y lógicamente limitada por normas legales, por una aún no suficientemente desarrollada infraestructura para la circulación de la información en línea y por la falta de recursos económicos, tecnológico y humanos, que hacen imposible un servicio como el que el ciudadano esperaría en el siglo XXI. Todo programa de marketing (por englobar las diversas iniciativas arriba mencionadas) conlleva un estudio previo que garantice la posibilidad de satisfacer las demandas que el mismo programa va a estimular. En caso de no preverse tal capacidad, lo que sobrevendrá es la frustración en el colectivo al que los mensajes se hayan dirigido.
5. Por último, la **informatización general de los archivos**, su **acercamiento a entornos web** -bien que muy limitado- le están llevando a emplear técnicas y herramientas ya clásicas en el mundo documental-bibliotecario para la descripción y recuperación documental. Valga como ejemplo el acercamiento de los archivos, incluso, al mundo de los tesauros y de las palabras clave (herramientas únicamente desarrolladas para facilitar la recuperación de

información). Las tecnologías han forzado a las técnicas y están “arrastrando” a los archivos a un entorno que podría no ser el más adecuado a sus fines y especificidades para el tratamiento de los documentos de archivo (el de las bases de datos documentales en línea con acceso inmediato al documento completo, almacenado mediante sistemas de digitalización).

En resumen, y por otro lado, es evidente que el hecho de que se considere al ciudadano (no ya a los investigadores o a las administraciones, o a algún colectivo específica y potencialmente interesado en acceder a los archivos, sino a toda la ciudadanía) como objetivo central de las actividades de los archivos, cambia mucho el reparto de tareas de estos centros y los asimila con las restantes instituciones culturales (museos, bibliotecas, centros de documentación, ludotecas...). Así, a las tradicionales funciones de recibir, conservar y servir (servir lo que se nos solicite), hay que añadir -diferenciando y enriqueciendo el concepto “servir”- la de iniciar un camino que nos llevará a tener en oferta permanente -accesible de inmediato, por cualquier canal de comunicación, incluidos los virtuales, preferentemente los virtuales- la totalidad de los fondos y de la documentación existente en los archivos. Si no es con este fin, ¿qué sentido tiene hablar de “control de autoridades”, de descriptores, de palabras-clave, de tesauros y hasta de ontologías aplicado todo ello al mundo de la documentación, de los “documentos de archivo”?

Algunos factores juegan a favor de esta tendencia, que debe ser analizada y matizada para evitar que se produzcan algunos problemas graves (como el incumplimiento por la vía de los hechos, de la vigente legislación sobre acceso a determinados documentos): uno de ellos, y no menor es la dificultad de dar a conocer -de imponer- una terminología muy antigua, que ha quedado, además, anticuada al ser sustituidos los significantes de los mismos términos por otros significados procedentes de entornos informáticos, documentales e incluso populares. Otro factor que pudiera estar en riesgo, ya lo acabamos de apuntar al principio de este párrafo entre paréntesis, es la necesidad de que se preserve lo específico de la forma de tratar los documentos en los archivos, no sólo por las necesarias limitaciones en el acceso por cuestiones legales, sino también por aspectos patrimoniales como la primacía de la conservación y preservación de los documentos, si estos estuvieran deteriorados o en peligro de destrucción por el mismo uso. Es evidente que estos documentos deteriorados pueden ser digitalizados para facilitar su pervivencia sin impedir su uso, pero aplicar a la totalidad del fondo documental de todos los archivos procesos de digitalización es, sin matices, una quimera...

Sin embargo, se dice en marketing que el cliente tiene razón hasta el punto de que a sus demandas se deben plegar, en lo posible, los planteamientos de precio, producto, posicionamiento de éste y promoción de cualquier empresa. Y además, cuando se están empezando a “vender” los archivos a través de los mismos cauces, con el mismo aspecto formal (iguales interfases, similares pantallas de búsqueda, ayudas equivalente, soportes comunes) que cualquier base de datos bibliográfica o documental, que cualquier buscador o meta-buscador disponible en Internet; no debe sorprendernos que la sorpresa se produzca cuando los resultados obtenidos no son los mismos, ni siquiera similares. Si el “entorno” de búsqueda es, por señalar y acabar antes, “tipo *Google*”, el resultado no puede ser unos inventarios no automatizados. Valga un ejemplo que he vivido en primera persona, muy recientemente. Tuve ocasión de dar unas horas de clase a alumnos de un master (postgraduados y doctorandos, por tanto) de una de las

universidades de Madrid. Ya les resultó chocante que en el módulo de documentación y fuentes bibliográficas del curso se incluyera una explicación sobre los archivos “como fuente de información”... pero lo grave llegó cuando, al realizar varios breves ejercicios de prácticas, los alumnos no encontraran nada. Nada. Repasando tales ejercicios, se vio que los alumnos habían, efectivamente, realizado bien el ejercicio: entrado en Internet, accedido a “pares”, elegido uno de los archivos del sistema estatal -el A.G.A. para más señas-, abierto sus “instrumentos” de descripción, localizado la línea que describía toda una serie documental (acompañada de sus fechas extremas)... Todo bien. ¿Entonces? Simplemente, a aquellos jóvenes investigadores, acostumbrados a las modernas bases de datos documentales, en línea, muchas de ellas con resúmenes e, incluso, acceso hipertexto al texto completo de cada documento, aquella breve línea de texto -rica en información y suficiente en sus contenidos para un archivero avezado- se les asemejaba demasiado a una búsqueda vacía de resultados, y de ello se quejaban: de que no encontraban “nada”...

Es este uno de los efectos “colaterales” de utilizar instrumentos actuales de recuperación de la información: el choque entre esos modernos sistemas informáticos que se utilizan con toda facilidad y casi de forma intuitiva (orientados a usuarios) y los resultados que a través de ellos se recuperan en archivos (útiles para especialistas instruidos pero no para un público indiscriminado) crea una constante frustración en usuarios acostumbrados a realizar en línea todo el trabajo de recuperación hasta la visualización y disposición del mismo documento final y no necesitados (por el ya sugerido “efecto *Google*”) de conocimientos especializados para su trabajo.

Por todo ello, al mundo de los archivos, a lo que veníamos aquí, no sólo le queda adecuar -si es que fuera necesario, que pensamos que no siempre, casi nunca, respecto al volumen total de documentos conservados, lo será- las descripciones de sus documentos a lo que como tal se entiende hoy en día en nuestra sociedad, sino que, además, tiene la ineludible obligación de explicarse, clara, meridianamente, sobre su propia esencia, de dejar claro qué hace y por qué lo hace, y por que, además, lo hace así y no de otra forma (y de por qué, haciéndolo así, lo hace bien y “como se debe hacer”). Es decir: los archiveros, los archivos, deben empezar a usar herramientas de comunicación para presentarse ante la sociedad y vender ellos sus productos -mejor que nadie para ello, pues los conocen, los reciben, los conservan, los cuidan, los utilizan a diario; me atrevo a decir que, también, los quieren y se sienten apegados a ellos como sólo en algunas profesiones, tantas de ellas relacionadas con los documentos, con “los papeles”, esta relación de afecto, de familiaridad, se suele producir-.

Los archiveros tienen que utilizar herramientas de comunicación: publicidad, relaciones públicas, marketing... Y lo deben hacer pronto, es urgente, a la vista de lo dicho hasta aquí, que lo hagan. Para que no lo hagan otros por ellos. Y queda un buen camino para conseguirlo. Cómo, sino, explicar la cubierta de un libro ya en el mercado que asocia un concepto de comunicación y ventas: “Márquetin” (sic), con la palabra “Archivos”²: un monstruo prehistórico (posiblemente un tiranosaurio) “sale” de entre las páginas de un libro abierto, que también podría ser un tejado a dos aguas de una casa... No avanzaremos más en a quién asimilan los diseñadores de tal cubierta con el

² TARRÉS ROSELL, Antoni. **Márquetin y archivos**. Asturias: Trea, 2006, 191 p. Aclaremos que la R.A.E. en la edición vigésimo segunda del Diccionario de la Lengua Española, acoge el término “Marketing” y propone como equivalente “Mercadotecnia”, pero queda mudo ante el término propuesto por el título mencionado.

carnívoro animal jurásico, ni en el porqué de que asome el mismo de su supuesto hogar de papel... Es urgente que se de una explicación de qué son los archivos.

Y para ello, desde el Archivo Histórico provincial de Málaga, se desarrollan iniciativas tan sencillas como la que provoca la aparición de este libro: “El Documento del Mes”.

3.- De la inevitable necesidad de utilizar técnicas de comunicación en los Archivos

Todo lo anterior no viene más que a sugerir, no que el trabajo de y en los archivos no sea importante, sino que no es “visible” en nuestra sociedad; y que de él -de tal trabajo- pervive una imagen tan oscura y difuminada como la que pudieran tener los bibliotecarios (y, sobre todo, las bibliotecarias, de antaño: trajes oscuros, moño altivo, el dedo permanentemente vertical y ante los labios exigiendo un perentorio silencio, otro señalando, bíblico, las listas eternas de prohibiciones y normas colgadas, enmarcadas de luto, en las paredes...) hasta hace pocos años. Imagen de la que han sabido desprenderse a base de ampliar su oferta de productos y servicios, incorporando imagen, sonido y movimiento a algunos de sus documentos, y planificando una oferta muy determinada y adaptada a las diferentes demandas, diversificando y estableciendo perfiles de usuarios muy concretos para los colectivos (o “nichos” como se les denomina en “lenguaje” de comunicación) potenciales considerados como “objetivo preferente” de su trabajo: hemeroteca de diarios locales y de deportes para los mayores, ludoteca, cuenta-cuentos, comics, tebeos, CD de música, etc. para niños y jóvenes; DVD con películas recién publicadas, para todos; temarios de oposiciones y obras de legislación para los opositores, etc., etc.

La sociedad del siglo XXI, acostumbrada ya a ser una “Sociedad de la Información”, no conoce, sin embargo, esa particular forma de gestión de los documentos -y de la información en ellos contenida- que se da en los archivos. Y, por tanto, sólo percibe de los mismos aquella imagen que reflejan las noticias que aparecen en los medios de comunicación de masas; lo que, como ocurre con casi todos los sectores muy técnicos y especializados cuando fijan en ellos su atención los focos de las cámaras, produce una imagen distorsionada y necesariamente simplificadora (incluso aberrante) de un colectivo y sus actividades.

Estos párrafos -obsérvese- no son, no quieren ser, un lamento sobre la incomprensión de la sociedad ante la situación de los archivos en general, y de la profesión archivística en particular; lamento que uno se acostumbra a escuchar como prólogo (o como epílogo, o sustituyendo al propio mensaje) en cuanto asiste a algún congreso o reunión del sector. Estos textos y el análisis que tratan de ir reflejando, son, quieren ser, una llamada de atención a aquellas personas, todas las implicadas en el mundo de los archivos, para que aprendan no sólo a hacer su trabajo como ya lo hacen, eficientemente, sino para que apliquen técnicas de comunicación -a su disposición como a la de todos los demás colectivos profesionales del mundo-, para contar “qué” hacen a lo largo de su dura y larga jornada laboral, “quienes” lo hacen, “cómo” lo hacen, “por qué” lo hacen, “dónde” lo hacen y, sobre todo, por encima de todo: “”para qué y para quiénes” lo hacen. Es decir: qué ventajas ofrece su trabajo a un potencial usuario de un

archivo, que aún no lo es, hasta el punto de hacer que le resulte más beneficioso acercarse al archivo que no hacerlo.

Al decir esto, no debemos olvidar otra mala imagen, casi un arquetipo latente en tantas mentes, secularmente consolidado por la misma realidad: lo que para tantas personas puede suponer, al acercarse a un archivo, el saber que se está acercando, a la vez, “a la Administración”: con lo que esté término conlleva de incomodidad, de temor a perder innecesariamente el tiempo, incluso de la posibilidad de que le nieguen (con cajas destempladas) lo que uno espera que le den, teniendo derecho a ello... por el miedo y la desgana a encontrarse con la crispación, la desidia, el mal tono, el uso de un lenguaje críptico, incomprensible en la época de las telecomunicaciones y de *Internet*. Todo un arquetipo, Polifemo, al que vencer.

Porque, a pesar de esta imagen tan fuertemente arraigada, hay que convenir en que este mundo recién descrito -que nos llevaría a viñetas como las de *La Codorniz*, prolongadas en el tiempo por Forges- está cambiando a marchas forzadas por el esfuerzo y la voluntad de sus protagonistas, por la conciencia que “lo público” está adquiriendo de ser eso: un servicio público, por la desaparición de conceptos tan retrógrados como el de “los administrados”, sustituido por el de ciudadanos sujetos de derechos (a los que “lo público” se debe y única razón de su existencia misma), por la creación de un marco de relación normalizado y regulado por normas³, en todas las cuales el derecho a la información y al acceso a la documentación según un claro marco regulador, prima por sobre otros, tradicionalmente clásicos -en el peor sentido de la palabra- en el mundo de las Administraciones Públicas.

En resumen, y teniendo en cuenta lo afirmado antes, inamovible en la realidad informativa de la ciudadanía del Siglo de la Información, de que los archivos son parte de un sistema general de información y documentación que “es” accesible para los ciudadanos, empleando los instrumentos de recuperación de información y documentación que la ciudadanía está acostumbrada a utilizar (y no otros), por los medios y canales habituales por los que la ciudadanía se relaciona ya hoy, en general, con su entorno, entornos informatizados y remotos aunque próximos y mediatos a través de un terminal cualquiera desde el salón del hogar: se trata de decidir qué técnicas -de comunicación, insisto- son necesarias para hacer visible la oferta de productos y servicios de los archivos a su/sus posible/s “nicho/s” de usuarios/clientes.

Además, debiendo ser esas técnicas no sólo publicitarias, en su sentido estricto, sino además informativas, pues tienen la obligación de ser capaces de transmitir clara, nítida e inequívocamente las peculiaridades irrenunciables de los documentos de archivo y de las tecnologías, técnicas y herramientas que se emplean para su gestión y acceso.

4.- Pero, ¿qué son técnicas de comunicación?: el “Documento del Mes” sobre la publicidad

³ Con un claro punto de inflexión en normas como la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas, la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos, o las aún más recientes leyes 7/2007 del Estatuto de Empleado Público y 11/2007 de Acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos.

No es este lugar para alargarse demasiado en explicaciones sobre qué sea la comunicación social integrada, sobre qué relaciones públicas, qué publicidad, incluso qué marketing. Pero si dediquemos unas breves líneas, hablando ya del “Documento del Mes”. Precisamente, el que cierra esta obra que ahora se inicia, el correspondiente a mayo de 2007, lleva por título “La publicidad en los archivos”. Y de ello trata. Sigámoslo paso a paso.

La idea inicial de este “Documento” fue describir, desde un punto de vista teórico, cuál es el marco “comunicacional” en el que un archivo -cualquier archivo- se encuentra, como sujeto y partícipe de una determinada “cultura de empresa”, por tanto, reflejando una muy concreta imagen corporativa; utilizando, en mayor o menor medida, la publicidad como medio para hacer públicas sus actividades y su oferta de productos y servicios, empleando, incluso sin saberlo, herramientas de relaciones públicas en sus relaciones habituales con usuarios, proveedores y con los propios empleados; y además, conteniendo publicidad -toda una historia de la comunicación y de la publicidad- en muchos de sus fondos y documentos: aquella publicidad que, en su momento, pudo generar o recibir el órgano productor de la tal documentación.

De lo más genérico a lo más concreto. A nadie se le escapa que, en la actualidad, las instituciones y corporaciones, sabiendo que, siempre, todo dato u objeto percibido por una persona produce en ella una imagen (imagen que, en la Opinión Pública, sustituye a la realidad) ante la que adopta una postura y una opinión, tratan de producir un mensaje único y positivo, en todas sus actuaciones. Así, antes de “vender”⁴ productos concretos, intenta difundir su **Cultura de empresa**, que sería “el sistema de valores, de creencias, de normas y de comportamientos que crean un determinado clima en la organización”. De este modo, la empresa (también la Administración Pública) se transforma, de vendedora de productos o servicios para obtener -sólo- beneficios económicos o tangibles, en una determinada forma de ser y de actuar que configura su imagen y la define perfectamente en su entorno social.

Por ello, de esta actuación surge la **Imagen corporativa**, que tanto cuidan las empresas e instituciones, que no es otra cosa que el intento de reflejar y difundir la cultura de empresa elegida. Esta imagen corporativa hace que los públicos perciban esa determinada forma de actuación y la diferencien de las demás, valorándola más positivamente... O al menos, eso intenta. Y lo hace, mediante el uso de marcas y logotipos, de colores que la identifiquen, de manuales que definen cómo debe ser todo aquello que emplea la organización, de las tarjetas de visita y el papel de cartas a los carteles que señalan su presencia en una obra, pasando por tantos objetos de lo que ha venido a llamarse *merchandising*: bolígrafos, llaveros, agendas, paraguas, bufandas, sudaderas... en una palabra: todo elemento que pueda convertirse en soporte de alguno de los elementos que componen esa imagen corporativa que trata de difundir, casi subliminalmente, la cultura de empresa de cada cual.

Estas técnicas de comunicación utilizan el proceso comunicativo, tal y como se describe tradicionalmente en las Ciencias de la Documentación, como su vía para llegar a los destinatarios de su mensaje: debe existir un Emisor informado (que tiene algo que decir y usa un código, el idioma, por ejemplo, convenido), que emite un mensaje que

⁴ Entendemos el término “vender” en su sentido más amplio, referido a toda transacción, incluso a aquellas en las que el objetivo no sea obtener una retribución dineraria, sino, simplemente, conseguir que alguien acepte algo como positivo y beneficioso para él, procedente de otro, que se lo ofrece.

circula por un Medio, el Canal de Comunicación (utilizando un sistema convenido, con equipos y capacidad técnica para el transporte), hasta llegar a un Receptor interesado (pues debe querer escuchar y entender el mensaje, conociendo los códigos que se emplean en él). Por este medio de comunicación se utilizan las denominadas herramientas de este tipo de Comunicación.

El “Documento del Mes” de mayo de 2007 enumeraba a continuación tales herramientas y las definía y caracterizaba brevemente.

La publicidad es una de las más importantes herramientas de comunicación. Tiene una serie de características que la diferencian de las demás: a) hace una oferta concreta de un producto o servicio, b) con un mensaje simple y corto que se repite una y otra vez, c) esta oferta es presentada de forma atractiva y positiva, d) por medio de grandes campañas, e) habitualmente a través de los medios de comunicación de masas (unidireccional, por tanto), y f) con el objetivo de vender más. Cuando, en lugar de un producto, se intenta presentar una empresa para situarla en el mercado, y se le da un tono informativo al mensaje: estaremos hablando de un publlirreportaje.

Tradicionalmente, se ha asociado la publicidad a la venta de productos para conseguir un beneficio económico. Por ello, cuando el mensaje publicitario no transmite ideas comerciales sino de tipo ideológico, estaremos hablando de **Propaganda**. Ésta no debe entenderse sólo como ideológica, de partido o electoral, y mucho menos como un concepto peyorativo. Las **grandes campañas de la Administración Pública** para informar o promover determinados hábitos (salud, seguridad vial, lectura, lucha contra el alcoholismo, el tabaco, la violencia de género, etc.) en la ciudadanía podrían considerarse como propaganda, y de gran utilidad social.

En cuanto a las **Relaciones Públicas**, ésta tratan de personalizar e individualizar el contacto y las relaciones de la organización con los públicos (internos y externos a la propia entidad) de los que depende para existir, estableciendo, además, un contacto y una comunicación bidireccional entre cada una de las personas y la empresa u organización. Por otro lado, cuando el volumen de los mensajes lo justifica en una corporación, aparece el **Gabinete de Prensa**; que utiliza los medios de comunicación de masas, a los que envía notas ya redactadas, breves y claras, con ánimo de informar, para difundir lo que se hace, intentando generar confianza, dar una sensación de transparencia y siendo siempre veraces.

Para terminar, también se emplean algunas de las técnicas de **marketing**, que define las relaciones de la organización con el mercado en su conjunto (dividiendo las actuaciones en cuatro grandes áreas de actuación: producto, precio, distribución y comunicación como tal. El marketing no suele actuar con cada persona, como hacen las Relaciones Públicas, aunque es cierto que cada vez es más capaz de reducir los nichos de clientes con necesidades o demandas comunes, diferenciando el mensaje para cada uno de ellos; incluso aun en el caso de que este nicho pudiera -potencialmente- ser unipersonal (usando técnicas de segmentación del mercado y recursos facilitados por las nuevas tecnologías de la comunicación).

En el caso de los Archivos, hay que tener en cuenta que cada usuario -cada cliente- demanda un producto único e irrepetible, que además hay que “producir” expresamente para él, en “tiempo real” y, en muchos casos, en su presencia, lo que hace

mucho más crítico el proceso de trabajo, pues no sólo se evaluará el resultado final (si se le entrega o no el documento requerido), sino si la tarea de localizarlo y ponerlo a su disposición, el tiempo empleado, incluso hasta la misma actitud corporal de quien realiza el trabajo, han sido las que el usuario considera, desde su particular punto de vista, las correctas y adecuadas al caso. Ello sólo nos confirma la aún más importante necesidad de utilizar técnicas de comunicación social, en todos sus extremos y posibilidades.

Como este proceso comunicativo se da constantemente y de forma automática, es muy importante controlarlo. Se da entre dos personas, al encontrarse ambas y antes incluso de hablarse (comunicación afectiva), en su forma verbal, incluso a distancia (por teléfono); y también en la comunicación escrita, en todas sus variantes (sobre papel, correo electrónico, etc.). Las organizaciones saben que su objetivo principal es satisfacer al cliente. Y lo mismo vale para la Administración Pública. Lejos están ya los tiempos en que el ciudadano se sentía indefenso ante una Administración incomprensible, complicada, alejada de él y de sus intereses. En la actualidad, la mayoría de los procesos de las Administración Pública son de tipo informativo.

Hablaremos de “la publicidad en los archivos” y de “la publicidad de los archivos” en el Documento del Mes correspondiente, el que cierra este volumen. Vale para lo que aquí pretendíamos aclarar con las referencias al tema que ya hemos tomado en préstamo del citado “Documento”.

5.- El “Documento del Mes”, en el Archivo Histórico Provincial de Málaga. Génesis, evolución y algunas consideraciones.

La idea surgió, como tantas otras, de una conversación aparentemente intrascendente, en plena carrera final para que todo estuviera a punto para la fecha de inauguración de la exposición que el AHP-M organizaba sobre el Archivo privado del arquitecto don José González Edo, de tan gran importancia para Málaga y su provincia, y más que hubiera tenido, de haber hecho caso a sus propuestas sobre urbanismo algunas de las autoridades locales del momento. Había tan gran cantidad de obras para exponer que recorrían la vida y aventuras, y las visiones de precursor que llegó a tener este arquitecto, que no todas cabían en el espacio calculado para la muestra. Este exceso de documentos merecedores de ser expuestos se cruzó con una conversación mantenida en algún café de media mañana en el Archivo sobre la iniciativa de algunos museos de mostrar, de forma y en espacio separados y explicándola con un breve folleto, u organizando para ella breves visitas guiadas, una pieza de la colección, significativa por alguna razón: “la pieza del mes”, como si dijéramos.

De modo que el primer “Documento del Mes”, del Archivo Histórico Provincial de Málaga surgió como un breve recorrido por otras piezas no expuestas en la Sala de Exposiciones del Archivo (que también es aula, sala de reuniones, etc., según venga al caso) de la exposición de don José González Edo, en una pequeña vitrina, colocada al otro lado del hall de entrada al Archivo, justo entre la sala de consultas de los usuarios y el despacho que ocupa la facultativa asesora de investigación e información, y frente a la salita donde se encuentran todos los instrumentos de descripción del Archivo. De ahí que este primer “Documento” no tuviera autor pues todos aquellos que participaban en la organización de la exposición “grande” (que es como decir todos los que trabajando

en el AHPM se animaron a colaborar en el proyecto; que es como decir todos, sin más adjetivos) lo fueron.

El proyecto de “El Documento del Mes” partía de breves premisas teóricas: exponer algún documento de especial significación, de entre los existentes en el Archivo, explicarlo y situarlo en su contexto geográfico, cronológico, histórico o administrativo, de forma breve, concisa y clara para que todo el que se acercara al Archivo pudiera verse llamado por la curiosidad, hasta dedicar unos minutos a contemplar un trozo de “la memoria de la comunidad” malagueña; desde un aspecto tal vez para él desconocido; documentos, desde luego, que no eran la razón que había guiado sus pasos hasta el edificio frontero con el convento de la Trinidad.

Nº / Tema	Tipos/documentos	Fondos/Historia	Instrumentos	Procedimientos
1		José González Edo		
2	Sellos de placas			
3	Juicios de faltas			
4	Estadísticas de suicidios			
5			Libros en los archivos	
6		Carreteras		
7				Ingresos en el AHP-M
8		Aprendizaje en el s. XVI		
9				Préstamos de documentos
10	Imagen como documento			
11		Enrique Atencia		
12		Málaga y Cervantes		
13		Limpieza de sangre		
14				Fechar documentos
15				La escritura de los documentos
16		Prisiones y reclusos		
17			Microformas	
18		Violencia y archivos		
19			Conservación: el fuego	
20	Nuevos soportes			
21		Cambios del paisaje		
22		Cámara de la Propiedad Urbana de Málaga		
23			Instrumentos de descripción	
24		75 del AHP-M		
25				Formación de usuarios
26	Objetos en los archivos			
27			Guía del AHP-M	
28			Restauración	
29			Reproducción	
30			Publicidad y archivos	

Tabla 1

El tema (Tabla 1) del Documento del Mes -el de cada mes- surge, normalmente, de una conversación entre el personal del AHPM, en muchos casos teniendo en cuenta algún suceso reciente que ha ocurrido en él. Por su idea inicial de concepción, los primeros documentos del mes (Tabla 2) se centran más en los tipos documentales, describiendo en cada caso un único tipo de documento, que aparece centrado en la vitrina y en torno al que se desarrollan los textos y explicaciones. A veces, al tratarse de un expediente, compuesto por distintos documentos que lo conforman, llegan a mostrarse varios de estos, para dar cuenta mejor de cuál es el proceso seguido en la composición de tales tipos de unidad documental. Pero, en todo caso, pronto se aprecia que son muchos los temas y muchos los puntos de vista desde los que se pueden contemplar las tareas, los procesos, los fondos, los tipos de documentos de archivo; y también que el Archivo es una buena ventana para contemplar la Historia de una comunidad, de una época, de un lugar.

T.	■	■	■	■					■									■					■											
	■					■		■			■	■	■			■		■		■	■		■											
					■											■		■					■			■	■	■	■	■	■	■	■	
							■		■					■	■									■										
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				

Tabla 2

De esta forma, una de las cosas que se aprecian a simple vista es que la vitrina va acogiendo cada vez más documentos, pasando, por ejemplo, de mostrar uno solo en el mes de enero de 2005 a los catorce de mayo de 2007 (de los que “sólo” han cabido trece en la composición hecha para este libro. Por otro lado, los textos sí han permanecido en un tono más regular, casi siempre siendo entre tres y cinco los escritos diferentes que tratan de dar, una visión global del tema el primero, y distintas aproximaciones al mismo en los restantes. Valgan los siguientes ejemplos para mostrar esta aproximación (sin exagerar, pues ya lo verá el lector a continuación). 1) El “Documento” sobre las estadísticas, que primero habla de “Las estadísticas en la Historia” para luego acercarse a la institución encargada de realizarlas en nuestro país, “El Instituto Nacional de Estadística”, y a la serie elegida para ilustrar la muestra: “Las estadísticas de suicidios”; 2) El “Documento” sobre cómo fechar documentos, que primero recoge una definición sobre la cronología y luego sigue determinando qué son los “Calendarios y almanaques”, para acabar describiendo uno a uno, lo específico del calendario juliano, del musulmán y del gregoriano; y 3) el “Documento” dedicado a la restauración de documentos los deteriorados que, tras establecer las diferencias entre “Conservar y restaurar”, se analizan las “Patologías” que pueden afectar a los documentos, para luego definir y describir las “fases del proceso de restauración”.

Sin tratar de establecer, a partir de estas consideraciones, ningún tipo de conclusión, ni científica ni estadística, vemos que de los treinta “Documentos del Mes”, sobre los que ahora hablamos, seis (20%) tratan temas relacionados con los documentos y sus tipos; once (36,6%) estudian alguno de los fondos o algún aspecto histórico, ocho (26,6%) se centran en los instrumentos utilizados y en el entorno de actividades que se desarrollan en el archivo; mientras que, para acabar, cinco “Documentos” (16,6%) describen procesos archivísticos (los ingresos, los préstamos, la datación, la identificación de las escrituras o la formación de usuarios) (Tabla 3).

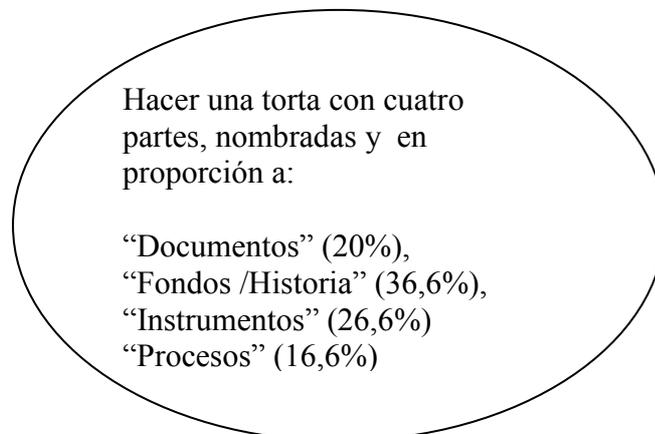


Tabla 3

Como cualquiera otra actividad divulgativa, las exposiciones de “El Documento del Mes” suponen un cierto esfuerzo para el Archivo. No olvidemos que doce veces cada año, el AHP-M planifica, organiza y desarrolla una actividad expositiva, lo que supone preparar y seleccionar los materiales a exponer, redactar los textos y las fichas descriptivas, maquetarlos, imprimirlos y recortarlos; hasta su colocación, el primero de cada mes, en su vitrina, dotando a ésta de los elementos necesarios para la conservación de lo expuesto en sus más adecuadas condiciones, etc... Y retirarlo todo al mes siguiente, devolviendo los documentos utilizados a sus respectivos lugares de conservación. Aunque la vitrina pueda parecer pequeña: un gran trabajo, que incluye la búsqueda de toda la documentación que, en cada caso será necesaria para ilustrar el tema del que se trate.

El presupuesto dedicado a estas doce exposiciones que se siguen cada año es de 0 euros. El número de visitantes, el de las personas que cada mes se acercan a la sala de consultas del Archivo Histórico Provincial de Málaga, o participan en alguna de las actividades formativas o divulgativas que el Archivo organice, pues para asistir a todo ello hay que pasar frente a la vitrina del “Documento”. La rentabilidad...

Hay un gasto, eso sí, que no se puede imputar a ninguna partida presupuestaria, y que sin embargo es fundamental para el éxito de la iniciativa y que garantiza su continuidad: la voluntaria participación de las archiveras, archiveros y demás personal del centro, casi siempre en horas fuera del horario laboral, casi siempre excediendo sus normales obligaciones y responsabilidades. Y sin retribución alguna. Esta implicación personal se da hasta el punto de que muchos de los temas que ahora se programan y colocan en “lista de espera” de un mes libre, lo son a propuesta de alguien en particular que, además, se ofrece voluntario para realizar la investigación necesaria, la selección de documentos y la redacción de los textos de acompañamiento, hasta producir un nuevo “Documento del Mes”. Esta iniciativa -que podría haberse considerado apenas como “más trabajo”- ha permitido a todos los que de una u otra forma estamos implicados en ella mirar de otra manera muchas de las actividades, muchos de los documentos, muchas de las historias, hasta ahora parte de un magma indiscriminable, que componen nuestro Archivo, y nuestro trabajo de cada día.

“El Documento del Mes” es un constante recordatorio de que en “un Archivo” hay muchas cosas que pueden interesar a muchas personas, siempre que se les presenten con una cierta calidad, con una adecuada presentación, en un contexto divulgativo y atractivo: con imaginación (y con ganas). Con lo que enlazamos con la parte inicial de este escrito donde decíamos que la tarea de comunicación es fundamental en toda institución u organismo; y que esa tarea sólo puede surgir de tener clara que imagen corporativa transmitir, reflejo de una determinada “Cultura de empresa”. Y nada mejor que sentirse parte del proyecto para poder difundir alguna de sus características más atrayentes.

6.- El “Documento del Mes”, en el Archivo Histórico Provincial de Málaga. Hacia el futuro.

Desde que este libro se diseñó y se contaron sus páginas han pasado varios meses. Pero en ellos, el “Documento del Mes” ha seguido acudiendo a su cita con los visitantes del Archivo Histórico Provincial de Málaga. Sin cambiar su nombre, los documentos de la segunda mitad de 2007 ya en poco se parecen a aquellos primeros -¿ingenuos?- “Documentos” de 2004 y 2005. Incluso aunque formalmente la vitrina siga definiendo y delimitando un mismo espacio expositivo, incluso aunque la luz siga iluminando de la misma forma aquel rincón del hall principal del Archivo, incluso aunque portadillas, cartelas y textos de acompañamiento hayan consolidado su forma y estructura; algo ha cambiado. Y ese algo es la forma de afrontar los contenidos -más científica, más profunda-; y con ello, los propios contenidos en sí.

Los “Documentos del Mes” que el lector de este libro no podrá encontrar en sus páginas son los que siguen:

Junio 2007: La censura. Documentos conservados en los archivos

Julio 2007: Instalación de la electricidad en Málaga. ¿Qué documentación conserva este Archivo?

Agosto 2007: Testamentos y disposiciones testamentarias. El testamento de Pedro de Mena

Septiembre 2007: La caña de azúcar en los documentos del AHP-M

Octubre 2007: Las primeras campañas de promoción turística de la Costa del Sol

Noviembre 2007: Francisco Ramírez de Madrid y Beatriz Galindo: fundadores del convento de la Trinidad

Diciembre 2007: Las “Casas Baratas” de Ciudad Jardín (1911-1961)

Enero 2008 (en preparación): Siempre han existido los archivos... planificación de un archivo administrativo (referido al de la delegación de Obras Públicas de Málaga, allá por los años 40).

Títulos todos que habría que encasillar, dentro de esa breve clasificación que establecíamos más arriba, dentro del apartado dedicado a la investigación histórica. Original, además. En el próximo libro sobre los treinta siguientes documentos del mes (que debiera aparecer hacia los primeros meses de 2010...), podremos establecer alguna nueva pauta de conducta de esta iniciativa. Por ahora, valga la satisfacción de haber contribuido a hacer más “visible”, en el mejor sentido de la expresión, la rica vida del Archivo Histórico Provincial de Málaga, que es como decir, la de cualquier archivo... las de todos los archivos.