

ANDER

Hogar y Santuario

GURRUTXAGA ABAD

1. *Introducción*

Intenté explicar a un profesor extranjero la utilidad del Puente Colgante que une las dos orillas del río Nervión, entre Portugalete y Las Arenas. No era una tarea sencilla. En pleno apogeo de la sociedad del conocimiento, estábamos plantados debajo de uno de sus pilares intentando comprender que hacía allá esta mole de hierro que se abre hacia el pasado, mira a la comarca industrial y se abre hacia el futuro. Mira hacia «alta mar», por encima del urbanismo que lo abraza pero es, sobre todo, un símbolo, un símbolo funcional que sigue transportando mecánicamente viajeros y vehículos de una orilla a otra.

No parece que sea un icono plantado en medio de la nada esperando ser contemplado por aquellos que hasta allá se acercan !No, el Puente sigue vivo; Habla de una época en la que la burguesía vizcaína, henchida de éxito quiere, con la conciencia de su éxito en el bolsillo, recordar que una ciudad debe tener emblemas, símbolos y que hay que representar el progreso. Su tarea, en la fase final del siglo XIX, no sólo es extender a lo largo y ancho de la ría su riqueza industrial, sino crear signos y símbolos de su presencia. Unir las márgenes al final del siglo XIX no es, todavía, una cuestión estratégica sino la necesidad del viajero que

debe ir y venir a trabajar en el sector servicios que el desarrollo urbano de la margen derecha genera. Es una necesidad para todos aquellos que quieren ver el deambular de la ría, los barcos que suben y bajan, que entran y salen por el puerto o hacia el puerto. El Puente permite que las dos grandes líneas de ferrocarril, la que transcurre por la margen derecha y la que transita por la izquierda se unan a través de él. El ferrocarril articula los fragmentos del territorio que la ría separa y que el Puente permite reconocer.

Las preguntas de aquella conversación tenían fundamento. Las más sugerentes eran las siguientes, ¿el Puente tiene una función económica? Mi respuesta fue sí la tuvo pero modesta e insuficiente ¿Tenía una función social? Sí, une y separa a la vez, se reconoce entre dos mundos sociales que sólo encuentran su definición identitaria reconociéndose como miembros de la comunidad a la que la ría da sentido; la margen izquierda y la margen derecha. En este caso la derecha y la izquierda no son puntos geográficos sino emergencias sociales que describen estilos de vida. Luego, ¿el Puente es un símbolo? Sí, pero sobre todo, es el icono de la historia de la modernidad vizcaína. Otra cosa es que los avatares de la historia condicionen esta obra civil y pueda contemplarse desde su privilegiado lugar su sustitución, quienes son los sustitutos y el nuevo lugar que comienza a ocupar porque nada escapa a la industria del ocio y al consumo de los iconos.

2. Hogar, santuario y modernidad

El Puente es testigo de la pugna del territorio por encontrar su mejor definición, contempla la separación social entre ambas márgenes de la ría, ve como se implanta el mundo industrial y ve como éste desaparece, asiste atónito a las estrategias que lo relegan al papel secundario, porque entrado el siglo XXI otros signos se interponen en la conciencia colectiva de los pobladores de la región y el agotamiento de la

FIGURA 1
Modernidad y funcionalidad entre las dos orillas del Nervión.





FIGURA 2
Símbolo de
la moderna
industriali-
zación.

modernidad señala que otros símbolos están dispuestos para el relevo e incluso asiste a su destino turístico sabiendo que nada escapa a los acontecimientos de la historia o a la espectacularización de la cultura.

Comprender el significado y los sentidos del Puente es comprender el significado y los sentidos de la modernidad en el territorio de Bizkaia, es decir, entender el destino del progreso que aquí se expresa a través del entramado industrial que los Astilleros y las industrias siderúrgicas representan, es comprender el urbanismo de nuestras ciudades, pero es también comprender los conflictos sociales, las rupturas de las que la ría ha sido testigo, es comprender que la modernidad llega y sale de nuestro territorio por la ría. La ría es así nuestro santuario y nuestro hogar. Como recordaba John Ruskin, «he ahí la verdadera naturaleza del hogar; se trata de un hogar de paz, el lugar en donde refugiarse no sólo de todo mal, sino de todos los terrores, las dudas y las divisiones. Mientras no sea precisamente esto, no será un hogar; mientras las ansiedades de la vida exterior penetren en él, mientras la sociedad inconsistente, odiada u hostil que hay en el mundo exterior tenga libre acceso gracias, bien al marido, bien a la mujer y franquee el umbral, dejará de ser un hogar, y será solamente una parte más del mundo exterior, una parte, eso sí, techada, con un buen fuego en la chimenea. En cambio, mientras se trate de un lugar sagrado, de un templo vestal, de un templo de lo doméstico...sí será un hogar».

El Puente nace —1893— con la Revolución Industrial y ésta hizo crecer un gran anhelo de santuario, un gran anhelo de tener a disposición de los individuos refugios donde hallar aquello que la exposición pública les negaba, un «hogar» donde sentirse a gusto con los demás. Espacios donde los grupos se encontraban, «espacios de camaradería» donde los individuos se reconocían entre sí como miembros de esos grupos.

El «Puente Colgante» mira y distingue una comarca que es uno de los símbolos del modelo de industrialización que se gestó en España en la segunda mitad del siglo XIX. Abrazando al Puente se creó el entramado industrial a cuya cabeza estaban la industria siderúrgica —Altos Hornos de Bizkaia— y la industria de construcción naval —Astilleros—. Estas grandes empresas gestaron más empresas y de esta manera, a su alrededor, nació la clase trabajadora tradicional, la cultura obrera-industrial y una estructura urbana característica.

En los comienzos del siglo XX, la región urbana que contiene al Puente se configura como una entidad de población que crece demográficamente, como producto del impacto de las fábricas. Se gesta, a la vez, una dinámica económica que descansa en el sector

secundario y que se asienta sobre la relación entre el centro y la periferia: la lógica industrial que domina el territorio fabril es lógica total donde la economía, la política y el sistema institucional se articulan con la cultura obrera-industrial. La región se supedita a la dinámica económica de las grandes empresas —Altos Hornos, Astilleros—, y al entramado de fábricas que se constituyen en la periferia industrial del municipio.

La historia de todos estos pueblos está asociada a la tradición industrial y a los estilos de vida que provoca la cultura obrera. La estructura urbana está condicionada por la lógica industrial que describen Altos Hornos y las empresas que la auxilian. Toda la comarca se supedita a la lógica social que le impone ese modelo industrial.

La región que alberga el Puente replantea el modelo de desarrollo cuando en la década de los ochenta del siglo xx, el santuario industrial, basado en la industria siderúrgica y el sector naval, entra en quiebra. Para nuestra explicación, el dato más importante es la desaparición física del monumento y del símbolo de la industria que fue Altos Hornos de Vizcaya y con él una concepción, incluso vital, de lo que la comarca había sido y de lo que podía ser en el futuro. A partir de este momento es como si el Puente Colgante se quedara sin agarres, como si su mirada se extraviara porque no sabe donde posarla. Sus referentes, aquellos que le acompañaron en su singladura histórica van poco a poco dejando de estar, ellos ya no se reconocen en el Puente y el Puente mira pero ya no puede ver porque sus compañeros de singladura «decidieron abandonar el barco».

El santuario industrial que había dependido de la defensa de la tradición siderúrgica, abandona el sueño que le había prestado la seguridad que le daba su ubicación industrial. Las consecuencias del proceso no son inocuas, se trata de la pérdida de miles de puesto de trabajo directos, muchos indirectos, miles de trabajadores sin futuro y toda la comarca que había representado su identidad a través de la identificación con la industria, con la cultura obrero-comunitaria, con los ritos del tiempo (como, por ejemplo, el comienzo de la jornada laboral mediante el «cuerno de Altos Hornos»), con el concepto del espacio, con el manejo cotidiano de la identidad de que es ser «de las márgenes de la ría».

En estas circunstancias, la historia de la comarca se transforma; ya no es un relato exclusivo de y para profesionales de la historia, sino que es la narrativa que recorre casi ciento cincuenta años de modernidad, es la historia narrada, vivida, la historia constituyente de la identidad de la región.



FIGURA 3
Residuos del viejo cargador

3. La Postindustria y los símbolos de la modernidad

La desaparición fáctica de la gran estructura industrial en el último tercio del siglo XX y la recomposición laboral que generó en cascada obliga a replantear los términos del significado de la ría, pero mientras esto no ocurre y mientras la vida de la ciudad fabril depende del modelo originario de crecimiento, el desarrollo socioindustrial que el Puente presencié estuvo basado en cinco soportes: 1) el crecimiento demográfico. La transformación de la población es dependiente del peso que adquiere la inmigración procedente, inicialmente a finales del XIX y a comienzos del XX, de las provincias limítrofes castellanas y más tarde, en la década de los cincuenta y sesenta del siglo XX, de otras regiones españolas; 2) la estructura industrial basada en el sector secundario —siderurgia y sector naval— y en las empresas auxiliares que nacen para dar servicios a los grandes motores del desarrollo industrial; 3) la estructura urbana con un centro destacado y desarrollado y una periferia que crece a medida que se incrementa la población; 4) el estilo de vida, articulado por el sentido obrero-industrial y por la cultura basada en la idea del trabajo como vocación, en los compromisos comunitarios y en la solidaridad de grupo; 5) la lógica política e institucional que gobierna el municipio está supeditada al juego industrial y a la hegemonía que sobre las instituciones mantienen las grandes empresas.

FIGURA 4
Residuos del viejo
barco.



Altos Hornos es el ejemplo vivo del paisaje industrial y del modelo imperante en España durante ese largo periodo; tan alejada de los retos que impone la competencia en mercados abiertos, con la productividad de la empresa que tenía una lectura tanto política como económica. Primero fue protegida por los gobiernos de la restauración y luego, inmediatamente después de la guerra civil española, por la estatalización de las empresas después de la creación del INI (Instituto Nacional de Industria), lo que, en gran medida, la transformó en invulnerable a los vaivenes habituales del mercado. Unos y otros se acostumbraron a sobrevivir, incluso a expansionarse en la época del desarrollismo español de la década de los sesenta, merced a la protección que le otorgaba la estatalización de la producción y los mercados cautivos, pero a lo que no se acostumbró fue a competir ni a innovarse tecnológicamente con el ritmo exigido por la competencia en mercados abiertos. La conclusión es que los beneficios de la empresa fueron utilizados para menesteres ajenos a la innovación tecnológica y a la formación de nuevos productos y nuevos procesos en la propia empresa.

Altos Hornos, visto desde la perspectiva del presente, es un «gigante con pies de barro», como la coyuntura posterior se encargó de demostrar. Sin tradición en la competencia con otras economías y con otros productores

siderúrgicos y sin gran capacidad para competir en mercados abiertos, con tecnología eficaz pero progresivamente obsoleta y con una competencia cada vez mayor, tanto dentro como fuera del Estado, se encontró incapaz de abordar la revolución tecnológica y la revolución en la organización que los mercados internos y externos demandan.

La conclusión es evidente, en la década de los setenta del siglo xx la empresa «descubre» que no está preparada para incrementar la productividad por carecer de cultura empresarial y de cultura productiva para trabajar en mercados abiertos. La innovación tecnológica pasa por delante de su puerta sin que pueda subirse de manera eficaz a ella, entre otras razones porque los beneficios obtenidos a lo largo de su historia casi no revertieron en la mejora de la organización y de la competitividad. La empresa se defendió de la mala coyuntura disminuyendo el número de empleados, aplicando algunas mejoras tecnológicas, produciendo nuevos productos, profesionalizando la gestión e intentando arribar a nuevos mercados, pero las dificultades eran ya, a esas alturas, insalvables.

La desaparición de Altos Hornos es la historia de «una muerte anunciada», pero lo que no estaba previsto del todo son las consecuencias que deparó su desaparición ni el significado que adquirió en toda la comarca, probablemente porque pocos habían comprendido en toda su dimensión y con todo su radicalismo el ligamen que la empresa mantenía con la región donde se ubicaba. Su desaparición progresiva fue un terremoto derivado. El impacto tuvo efectos multiplicadores; con él cayeron pequeñas y medianas empresas que habían nacido para servirla y que mantenían con ella relaciones de dependencia estructural, otras que no pudieron soportar el ritmo que impuso la apertura a los mercados exteriores, ni la innovación tecnológica que demandaba el ritmo de la competitividad.

Algunas de las consecuencias más significativas fueron que miles de trabajadores transformaron su estatus, se convirtieron en prejubilados o jubilados anticipados, otros miles de jóvenes que creían que su entrada natural al mundo del trabajo, al igual que había ocurrido con sus padres o sus abuelos, era la «fábrica» se vieron expulsados de este universo de expectativas y colapsaron las tasas de parados sin haber llegado siquiera a entrar en el mercado laboral que en otros tiempos había brindado la comarca.

La desaparición de Altos Hornos, como ocurre siempre en este tipo de procesos, no llegó solo; otras industrias de la comarca sufrieron un impacto significativo. Ocurrió en el sector naval donde la mayoría de las



FIGURA 5
Residuos de la vieja fábrica

FIGURA 6
Actividad portuaria con estructuras.



empresas decidieron cesar su producción y unas pocas que pudieron mantenerse miniaturizaron su presencia; otras comenzaron un ciclo decadente que las hizo desaparecer en un corto plazo de tiempo y algunas, que quisieron sobrevivir, se encontraron con que debían adaptarse a los nuevos tiempos, provocando recortes significativos en sus productos y en sus procesos.

Los resultados son diversos, pero la tendencia general está escrita; primero sobrevino la crisis y después la reestructuración industrial. La interdependencia entre uno y otro proceso señaló el punto y final del modelo histórico del desarrollo económico, basado en el sector siderúrgico y en el sector naval, que había convertido a los municipios de la margen izquierda en uno de los emporios industriales básicos para el crecimiento económico vasco y español. La década de los noventa del siglo xx puso el punto y final a más de cien años de historia de un modelo de desarrollo económico.

Los datos no dejan lugar a dudas, la facturación descendió en casi un 60% desde mediados de los años setenta hasta 1993. Su plantilla se redujo en más de un 50%, lo que implica, en valores absolutos, pérdidas de algo más de 6.600 empleos directos, a lo que tras el cierre definitivo en 1995 habría que añadir otros 3.000 más. Otra de las grandes empresas —Babcock & Wilcox— experimenta una reducción sustancial

de plantilla; pasa de los 4.739 trabajadores que prestaban sus servicios en 1978, a 1.509 en 1994.

Otro indicador es la pérdida de población. Por ejemplo, Barakaldo tenía en 1986, 114.094 habitantes. En el año 2.003 había descendido hasta las 94.743 y lo mismo había sucedido con los índices de juventud y envejecimiento; en 1.986 sólo el 9% de la población tenía más de 65 años; en el año 2003 ésta se elevaba hasta el 21%. Por el contrario, en la evolución de los menores de 19 años nos encontramos con que en el año 1986 éstos tenían un peso sobre la población global del 28,6%. En el año 2003, representaban el 14,5%. El resultado de la evolución demográfica es contundente; descenso de la población, crecimiento significativo del índice de envejecimiento y menor presencia —decrecimiento— del índice de juventud.

La conclusión es llamativa; la evolución demográfica refleja tres procesos que están presentes en los procesos de desindustrialización: 1) decrecimiento demográfico, 2) incremento significativo del índice de envejecimiento de la población, 3) decrecimiento significativo del índice de juventud. Dicho de otra manera; pierde población, ésta envejece y en las generaciones jóvenes el repuesto generacional disminuye significativamente, con lo que el dinamismo demográfico no asegura las tasas de sustitución necesarias para mantener la tasa de crecimiento.

FIGURA 7
Tradición y modernidad patrimonial.



Lo mismo ocurre con el empleo. Hay dos tendencias marcadas: 1) pérdida de la población ocupada en los sectores industriales (se pasan de las 11.293 en 1991 a las 8.146 del 2.001); 2) incremento significativo de los ocupados en el sector servicios y en la construcción (en el primero se pasa de las



FIGURA 8
Símbolo de la modernidad 1.

16.920 personas en el año 1991 a las 22.351 diez años después — 2001—), lo que significa que el empleo creado lo aporta el sector servicios o el otro gran sector en alza; la construcción (en 1996 se empleaban en este sector en Barakaldo, 2.529 personas; en el 2.001 eran 4.300 individuos). El significado de los datos es elocuente; el lugar fabril que siempre fue Barakaldo pierde presencia y en su lugar emerge el sector servicios y la construcción como relevos «naturales» en el proceso de reconstrucción del paisaje laboral del municipio.

De hecho, la política de captación de inversiones empresariales parece que tiene éxito en los sectores de ocio y servicios y como producto de la terciarización de la economía y de la creación de puestos de trabajo en empresas de ocio y servicios, con trabajos flexibles en organizaciones flexibles y en el segundo caso como producto de la actividad que la regeneración urbana provoca en el mundo de la construcción y las obras públicas.

El Puente Colgante que contempla el desarrollo del siglo xx asiste atónito a otros de los grandes problemas que se plantean en la década de los años noventa del siglo xx, no se sabe con precisión, se trata de una experiencia nueva, como reconvertir el área industrial que ha dejado suelo, mucho suelo, pero del que no se sabe con precisión que hacer con él. Lo que sí detecta, tanto en las frías estadísticas como en la vida cotidiana, son las consecuencias de la crisis del modelo: paro, deterioro urbano, crisis cultural, ritmos de socialización rotos por los efectos del impacto industrial o miniaturización de las empresas.

El final de la era moderna sale a escena pero lo hace para promulgar su crisis y su desaparición. Los ritmos sociales y el entramado institucional de este universo de expectativas comienza su particular proceso de derribo. En poco tiempo lo que se ve son los escombros de la era industrial clásica y las consecuencias del desmantelamiento del entramado socioindustrial. No obstante, no aparecen en un primer momento, sustitutos funcionales del modelo tradicional. Desde el Puente Colgante se puede contemplar estupefacto el final de una época, pero lo que no termina de diseñarse es el nuevo futuro.

Las dificultades del empeño no son pocas, podríamos citar, por mencionar algunos ejemplos: 1) el desmontaje de la industria tradicional deja fuera de la órbita laboral a miles de trabajadores y lo que es más preocupante, a miles de jóvenes que confiaban en la sustitución generacional que había funcionado en los últimos cien años. El paro juvenil llega a ser angustioso; 2) la desindustrialización pone en el mercado de bienes inmuebles miles de metros cuadrados de suelo a la espera de un proyecto que pueda

revitalizar la zona; 3) el punto y final de la socialización obrera industrial deja sin marcos de referencia a la población de esta región. Esto es más sentido entre la población joven que no puede reconocerse en el espíritu cultural de sus mayores. La falta de sustento de los valores obrero industriales pone al descubierto un vacío que en ocasiones roza la anomia, sin que la población sepa muy bien por qué se están produciendo estos hechos; 4) en estas circunstancias, el mecanismo básico para innovar la zona sólo puede proceder de la respuesta institucional y del trabajo que las instituciones puedan llevar a cabo ante este estado de cosas, contando con el conocimiento experto adquirido en otras zonas que han padecido antes procesos de crisis similares..

4. El parque comercial frente a la generación del horno alto

Parece que nace una nueva época, pero lo que ha pasado es que, en este período, además de la desaparición del modelo industrial de desarrollo económico desaparecen unas formas de hacer y estar. La Margen Izquierda se queda sin modelo industrial que exportar o exhibir. En poco más de cien años se transforma en una estructura que ya no depende de la industria pesada o de los barcos, sino que vive de la economía de servicios, del trabajo flexible, de la memoria de lo que fue y de un futuro que hay que erigir desde soportes distintos a los que proporcionó la gran industria siderúrgica o el sector naval. La cultura obrero industrial es sustituida por el trabajo flexible, la praxis del consumo y el individualismo estructural de la economía de ocio y servicios. Si los datos no dejan lugar a dudas, la pregunta a hacerse es, ¿cómo es el nuevo espacio que se vislumbra desde el Puente Colgante? Seguramente ésta es la pregunta porque la búsqueda de las raíces, de lo que había sido, queda en manos de la arqueología industrial y de la historia.

Lo que ocurre es que el capital simbólico que la comarca acumuló en los más de cien años de historia de Altos Hornos, La Naval, etc., y que permitió gestar la tradición fabril, está siendo sustituida por identidades menos definidas y por sectores económicos que nada tienen que ver con la herencia que el modelo industrial depositó sobre el suelo baracaldés. Es como si la comarca reconociéndose en esta tradición supiera que ésta es la arqueología de un pasado, que la ha definido, que traza el devenir histórico, que la dota de una identidad pero de lo que sólo queda la memoria y algunas industrias residuales.

Otra cosa es si los sustitutos pueden jugar el mismo papel. La respuesta me surge muy rápida: No ¿Cómo puede representar, por ejemplo,

FIGURA 9
Símbolo de la modernidad 2.



IKEA...la historia contenida de Altos Hornos, si precisamente surge a sus espaldas, sin reconocerse en ella, sin saber siquiera que existió. La nueva economía es y está desterritorializada, no funde identidades sino que recrea estilos de vida basados en el individualismo estructural y en la praxis del consumo. Son laboratorios rodantes, si las cosas no salen como esperan cogen la instalación y se trasladan a otro lugar. Lo suyo no es jugar con el lugar, no están para fijar ciudadanos al territorio ni para generar identidades durables, lo suyo es la exhibición de la desterritorialidad y el triunfo social de los juegos del estatus. El consumo, la flexibilidad, el descompromiso con el territorio y con sus gentes ¿Son estos los recursos culturales para la región que se atisba desde el Puente Colgante?

La transformación del modelo económico e industrial de la margen izquierda del Nervión toma un sesgo institucional. Son las políticas institucionales, desde arriba, las que introducen los «aires innovadores» en la comarca. Esto es significativo porque no son los intereses privados, ni las estrategias empresariales las que rediseñan el futuro tras la crisis industrial sino el trabajo político de las instituciones representativas. Estas se constituyen en el eje que articula y regula la innovación de la comarca, como si los diversos agentes hubieran entendido que era el momento de las instituciones electivas.

La etapa postindustrial produce y recrea una lógica cultural individualizadora. Es evidente que la individualización se transforma en el hecho estructural en las sociedades sometidas a los ritmos que impone la sociedad industrial del conocimiento, pero es notable este cambio en lugares como el que estamos analizando porque su rapidez impide a los ciudadanos reciclar con garantías sus sistemas de referencia. La individualización significa que el personaje central de nuestro tiempo es el ser humano capaz de escoger, decidir y crear, que aspira a ser autor de su propia vida. La individualización trae a un buen número de hombres y mujeres una libertad de hacer y decidir, pero a su vez descompone con suma rapidez referencias asentadas en el tiempo y el espacio de la tradición.

En el entorno donde se encuentra el Puente, hogar y santuario de la clase trabajadora, las nuevas generaciones, protegidas por los entornos sociales del ocio y del consumo, deciden sobre su vida desde los marcos comprensivos que les ofrece los procesos de individualización, también es evidente que las generaciones maduras viven «atrapadas» en entornos tradicionales, recreando vínculos de raigambre comunitaria, pero sin el apoyo que les prestó el entramado institucional que protegía a la tradición industrial. Para estas generaciones, la innovación es el regreso

imposible a la tradición en la que se socializaron y en la que encuadraron toda su vida, pero ésta no puede presentarse en exclusiva como la fuente inagotable de innovación. Para las primeras —generaciones jóvenes— la individualización es su marco de socialización, sus grupos de referencia, los encuentros con la comunidad en la que se miran siguen los parámetros recreados en el uso de la estructura cultural que les presta la estructura del consumo en la que ellos se ven como el centro y como los operadores cotidianos de la red a la que pertenecen.

Por eso, la innovación que ofrece la economía del conocimiento y las empresas de ocio y servicios es vista como respuesta a las preguntas que sus entornos les trasladan. La generación joven no se refugia en valores ancestrales, sino en el valor de uso que tienen éstos para ellos, por eso la innovación y el pragmatismo funcional aparecen como realidades que van unidas, pero no solo en el orden del discurso sino en la praxis de lo cotidiano, en la praxis con la que funciona todos los días.

La innovación de la región adquiere carácter pragmático funcional, es reinterpretada a la luz de la lectura que de ella hacen los individuos. De hecho, cuando la tradición se presenta y surge es para retraditionalizar algún entorno o alguna institución que sólo la mirada individualizadora es capaz de ordenar y de producirla con sentido.

La comarca de la ría vive esta escisión aunque a veces dé la impresión que quiere ignorarla aunque sepa que existe, pero conociendo que los recursos culturales son, a la vez, recursos generacionales y que la generación del «horno alto» y la generación del «centro comercial» se miran y se reconocen, pero no se comunican. Es como si hubieran pactado firmar un contrato de no agresión. Por eso, renovar la comarca es para algunos producir la melancolía del que cree que la tradición sigue viva, que es el encuentro con el pasado por más que vea a pasos agigantados que ésta desaparece, es salir a la calle y no reconocer el «santuario» que en otros tiempos fue posible. En este sentido innovar, para esta generación educada en la tradición obrero industrial, significa «enterrar el pasado» y acostumbrarse a vivir con sus escombros.

Para las generaciones jóvenes, alejados del concepto tradicional de pueblo, tal y como lo definen sus mayores, innovar es aprender a manejar el ritmo del tiempo que les marca la sociedad del conocimiento, es jugar con el empleo en empresas flexibles, es asumir la virtud del cambio y del movimiento, es reconocer que sus referencias transitan por las virtudes que les ofrecen los santuarios del consumo alojados en los centros comerciales, es reinterpretar lo que pasa y lo que les pasa desde el valor adquirido por los procesos de individualización. Para estos

grupos, Altos Hornos es historia, pero no es «su» historia. La industria tradicional es la memoria de sus mayores, los vínculos comunitarios tradicionales son reinterpretados desde sus necesidades y desde la respuesta cultural que prestaron a sus mayores y ésta tienen mucho más que ver con el tiempo generacional que con la melancolía que representa el cierre de la tradición industrial. Para ellos identificarse, por ejemplo, con empresas que emiten valores como Ikea es muy fácil. Es, por utilizar una metáfora la generación IKEA.

FIGURA 10
Síntesis entre hogar y patrimonio industrial.



5. Final de trayecto: IKEA como metáfora del nuevo santuario

IKEA es la metáfora de la ría que reinterpreta el valor simbólico que tuvo el Puente Colgante y toda la modernidad a él asociada. Recordemos que IKEA se presenta ante sus clientes como una «empresa amiga», se expresa en valores «amigables», en códigos que la gente corriente puede comprender, en colores cálidos. La fuerza de IKEA se encuentra en el «catálogo de bricolaje» que entrega a todos los que quieren verlo, es la «santificación» del supermercado; «hágalo usted mismo», «confíe en sus posibilidades» «nosotros confiamos en usted».

El éxito de IKEA no está asociado a qué venda mejor y más barato o a que ofrece el servicio más eficaz a los clientes, tampoco porque el comprador se encuentra en espacios amables, sino en que ser socio de IKEA te permite ser y siendo estás. Acceder a IKEA es jugar con el presente, encontrarse con una empresa «ideologizada» que explica lo

que eres, o te permite soñar con los límites de tus posesiones. Para eso, el modelo empresarial de la empresa sueca es una organización que da cualidad al producto, por más que la cualidad sea inmaterial, cualifica al cliente y le autoriza a vivir en la ensoñación de que formas parte de un club que todos conocen y al que todos reconocen.

Otro rasgo que entronca con estos tiempos es la imaginaria estética que acompaña al éxito, es saber que estás comprando a una empresa «robusta», que no es anglosajona ni norteamericana y que, sin embargo, con sus instrumentos compite, está en todo el mundo y lo hace, además, desde una filosofía protectora.

El éxito del mundo social que IKEA exhibe se ocupa de «nosotros». Vende, compite, puede expresarse en idiomas múltiples. Ser políglota no es una consecuencia, es una condición del mensaje multicultural, multiétnico y multirracial de este mundo, porque si algo tiene la empresa es que da protección a todos los credos, expresa un estilo amplio, indefinido, plano, donde todo puede ser dicho o expresado. Es una empresa acogedora, celebra el éxito, celebra a sus clientes con un «happening» ininterrumpido. En su entrada podría colgarse un eslogan; «Todos sois bien acogidos».

IKEA transporta, transfiere conocimiento cuando adosa valores a sus productos. El producto —el muebles que adquieres, la cubertería que compras, la alfombra que vas a instalar en tu casa— no son nunca «simplemente» compras, son compras «de IKEA». Son productos reflexivos que te permiten ser y que te autorizan a entrar en escenarios donde lo que prima es el reconocimiento de que eres diferente aunque, paradójicamente, para serlo debes particularizar la homogeneidad.

El producto no huye del campo estricto de las paradojas. Sabe que cuanto más universal es el producto, cuanto más se parezcan unos a los otros, cuanto más homogénea la propuesta, más diferentes se sienten los clientes. El mundo socioempresarial de IKEA interioriza que en el tiempo presente para ser necesitas estar y para estar necesitas reconocerte y que te reconozcan. Los signos del reconocimiento deben jugar con esta paradoja; para ser diferente hay que ser homogéneo, hay que parecerse a los demás. Para ser universal, nada mejor que particularizar y particularizarse.

Empresas como IKEA han aprendido que la ética vende, que la diferencia es casi todo y la homogeneidad todo. El club que la estrategia de la marca diseña permite que te sientes en sofás dispuestos de manera distinta, de distintos colores, de diferentes tamaños y formas; lo que no

permite es que te empeñes en no sentarte o en que no utilices el asiento asignado. Dicho de otra manera, lo que no se digiere es la no interiorización del código homogéneo de la diferencia, el no invertir en el club de los iguales que aspiran a la diferencia.

IKEA demuestra que el consumo no es el patrimonio de casi nadie, que el interclasismo es la medida de todas las cosas en las sociedades del siglo XXI, que casi todo el mundo puede entrar a este club, que excepto las periferias sociales más extremas de la sociedad todos pueden ser de IKEA. Curioso invento éste que trasciende cualquier discurso de clase —las clases sociales como configuraciones sociales han desaparecido del catálogo social de IKEA, pueden tener o no existencia externa, pero no cotizan en la bolsa de valores de la empresa—. Sus catálogos de objeto están elaborados «para todo el mundo».

IKEA eleva a rasgo antropológico la igualdad ante el objeto, no es el enunciado de la igualdad de oportunidades, ni el igualitarismo de la tradición de la izquierda occidental, ni tan siquiera —pese a los primeros orígenes de la empresa— de la socialdemocratización del universo de la compra, no, no se trabaja en esa clave. Su discurso es, como ya he sostenido, el de la universalización, la homogeneidad, el reconocimiento a través de la marca, la flexibilidad para adaptarse a los nuevos tiempos. Desde este código universal que es, y como tal se presenta, el valor de la empresa, se soporta casi todo, la responsabilidad social de la empresa, los códigos de empresa, la forma de hacer negocios, el trato a los clientes, las compras primarias en países alejados de la implantación de IKEA, las relaciones con las necesidades del mundo a través de los apoyos financieros a organizaciones no gubernamentales, el respeto al medio ambiente. En una palabra, desde aquí se soporta el catálogo material y el catálogo de los intangibles de la marca. Pero, no olvidemos que uno y otro están en interacción y que la marca lo es porque al producto material le adosan el juego del valor y el juego de valores es porque detrás los productos materiales están asociados con la marca.

6. Conclusión

El tiempo presente se representa como si la modernidad que se recogió sobre la ría, sobre la cultura obrero industrial, sobre la escisión y la separación social, estuviese en tránsito hacia su disolución, como si las miradas se hubiesen abierto y la ría ya no fuese capaz de contener el torrente de transformaciones que la transforma a ella. El Puente Colgante contempla la ría pero si tuviese palabra preguntaría por el final de la modernidad industrial, seguramente se interroga por su futuro y expresa el

temor a dejar de ser el icono de la modernidad para transformarse en la pieza del engranaje del parque temático al que las industrias del ocio destinan a este tipo de iconos

El Puente Colgante sabe que en la nueva escala jerárquica del interés social no puede competir con símbolos de la economía como IKEA. No sé si podría establecerse un ranking interno o la jerarquización del grado de importancia e interés de unas cosas u otras, pero lo que parece es que en el club interclasista, homogeneizador y diferente que representa la marca sueca no pueden sustentarse estrategias comerciales al margen del juego de intangibilidad que la marca propone. Por eso, es por lo que IKEA es más que la suma de sus productos materiales, es más que la estrategia comercial y es más que sus clientes o que los precios de los productos; es un universo que combina criterios materiales, producto, clientes y cuenta de resultados con el catálogo de valores, con el universalismo, el igualitarismo extremo y la homogeneidad de la diferencia.

IKEA, con sus criterios de responsabilidad, con su fe en el optimismo del consumidor satisfecho esconde un concepto envolvente; su carácter de empresa global de aldea que quiere combinar negocios, cercanía, confianza, conocimiento y compromiso con la cuenta de resultados.

La estrategia comercial de IKEA se soporta desde este concepto; el de ser una empresa global con la de ser una aldea; la sociedad con la comunidad; la gessellschaft con la gemeinschaft, hogar y santuario de los convulsos tiempos postindustriales. Si el Puente es la industria, es la modernidad clásica. IKEA es la segunda modernidad, la modernidad reflexiva. Claro está que ni la sociedad es equivalente a un concepto omniabarcante, ni la comunidad que la empresa transpira responde a parámetros característicos de los discursos tradicionales sobre esta forma de organización social. Las empresas globales de aldea como IKEA reinventan con su catálogo esta conceptualización, tan propio del acervo sociológico y tan usado en el nuevo argot generacional. Ciertamente estamos en otro paradigma cultural, simbólico y materialmente muy diferente del que la tradición obrera industrial diseñó, construyó y expandió en la sociedad industrial de la margen izquierda. La innovación enlaza con este tipo de productos, pero su estructura cultural solo puede fundarse cuando la estructura social tradicional ha dejado de ser y solo queda la escisión entre la referencia tradicional y la generación del parque comercial que ejemplifica muy bien la metáfora de IKEA., pero mientras tanto productos de la modernidad como el Puente Colgante siguen observando la ría, quizá a la espera de otros tiempos. No tiene prisa.

Getxo, Noviembre 2006.

FOTOGRAFÍAS DE MARCOS BADOSA.