

## EL VALOR DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

Josep Ballart i Hernández\*, Josep M.<sup>a</sup> Fullola i Pericot\*\*,  
M.<sup>a</sup> dels Àngels Petit i Mendizábal\*\*

*RESUMEN.*- Los autores parten de la pregunta ¿para qué sirve el patrimonio histórico?, para hacer una reflexión sobre los distintos tipos de valores que la sociedad otorga al patrimonio histórico, desde los valores más utilitarios en los que incluyen el valor de información que sirve al conocimiento, a los valores estrictamente formales que alimentan el gusto y el placer estético, hasta los valores comunicativos que se organizan en torno al carácter de signo y símbolo que todo objeto histórico tiene.

*ABSTRACT.*- The authors ask themselves what is the historical heritage for, to think about the different types of values that society confers to such heritage, from the most utilitarian values, where is included that of information which is useful to knowledge, to the strictly formal values that help to build the sense and the aesthetic pleasure; and also the communicative values, organized according to the sign and symbol character that every historical object has within itself.

*PALABRAS CLAVE:* Patrimonio histórico, Patrimonio cultural, Museología.

*KEY WORDS:* Historical heritage, Cultural heritage, Museum studies.

### 1. INTRODUCCIÓN

La idea de patrimonio —los bienes que poseemos— así como la idea de “bien” nos sugieren que estamos ante algo de valor. El concepto de valor, hablando en términos generales, es un concepto resbaladizo, difícil de manejar porque nos remite a abstracciones que caen dentro del campo especulativo de la filosofía. Por lo tanto hace falta precisar que en este trabajo vamos a hablar de valor en el sentido de estimación en que una cosa se tiene por su mérito o utilidad. En este sentido el valor o la falta de valor no es algo inherente a cualquier objeto del pasado —los bienes del patrimonio son objetos del pasado— como lo es, por ejemplo, en tanto que cosa tangible, el color o la forma. El valor es una cualidad añadida que los individuos atribuyen a ciertos objetos que los hacen mercedores de aprecio. Estamos, pues, ante un concepto relativo que aparece y desaparece en función de un marco de referencias intelectuales, culturales, históricas y psicológicas, que varía según las personas, los grupos y la épocas.

El valor instrumental, o dicho de otra forma, el valor como recurso de un bien del patrimonio

histórico, pongamos un castillo medieval, es distinto en el contexto actual de como podía serlo unas décadas atrás, cuando apenas existía turismo. Como cosa útil no tiene nada que ver con la idea que se podía haber tenido del mismo, digamos hace un siglo y medio, cuando era habitado, medio en ruinas, por unos pastores. No es exactamente igual, pongamos otro ejemplo, aquella mansión antigua, tan céntrica que se levanta entre edificios modernos en la zona comercial de la ciudad que no está incluida en el registro de monumentos históricos y que es comprada por una empresa para instalar en ella su sede, de aquella otra que sí está incluida y que es ocupada por una administración ministerial. En los dos casos puede pesar un valor de uso, aunque también un valor simbólico y hasta un valor estético; la diferencia reside en el grado de libertad en la disposición y uso de la propiedad.

Vamos a interesarnos por el valor como recurso de un objeto histórico, es decir, vamos a preguntarnos para qué vale un objeto del pasado. El antropólogo norteamericano W. D. Lipe (1984: 2) sostiene que todos los objetos del pasado que han aguantado el paso del tiempo configuran un depósito de re-

\* C/Secretario Coloma 133, 3, 3. 08024 Barcelona.

\*\* S.E.R.P. (Seminari d'Estudis i Recerques Prehistòriques). Departamento de Prehistoria, Historia Antigua y Arqueología. Universidad de Barcelona. C/Baldri Reixach, s/n. 08028 Barcelona. E-mail: fullola@trivium.gh.ub.es.

cursos potencialmente útiles, que permanecen sobre el terreno a la espera de que sean utilizados, en el presente o en el futuro. No obstante, ya que las circunstancias sociales cambian con el tiempo y también la manera de ver las cosas, no se puede *a priori* establecer una analogía entre recursos potenciales y recursos efectivos. Además el valor efectivo de determinados objetos del pasado para la sociedad o para los distintos grupos de la sociedad, sólo puede establecerse en función de determinados contextos. Estos contextos se configuran en torno al tipo de relaciones económicas predominantes, a los criterios del gusto dominantes, o a las ideas y creencias que la mayoría profesa, y también en torno al tipo de investigación a que se somete la materia que proviene del pasado. El potencial de los bienes históricos como recurso ha de ser evaluado en cualquier caso a la luz de contextos específicos, ya que la atribución de valor sólo puede existir en función de situaciones reales y socialmente determinadas. Dado que estamos hablando de los bienes patrimoniales como recurso, hay que concluir situando estos "valores" en un contexto económico, que es el contexto en el que se desarrolla la vida real, y considerar un valor económico que debe entenderse como valor de mercado.

## 2. SOBRE UNA TEORÍA DEL VALOR DE LOS BIENES DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

Al no disponer de un paradigma ideal para resolver el problema de la categorización de los valores, se ha optado por aceptar la solución convencional que ofrece la epistemología y distinguir entre un valor de uso, un valor formal y un valor simbólico. Esta tríada, aún en su simplicidad, da mucho juego en el asunto que nos ocupa, ya que admite incluir y categorizar todas las posibilidades razonables de atribución de valor que los individuos acostumbran a otorgar a los objetos históricos. Así, podríamos pensar en diversos subvalores que adjudicaremos rápidamente a alguno de los tres valores propuestos.

### a) Valor de uso

Nos referiremos a valor de uso en el sentido de uso para algo, para satisfacer una necesidad material, un deseo de conocimiento o un interés mundano. Es la dimensión estrictamente utilitaria del objeto histórico.

### b) Valor formal

Responde al hecho indiscutible de que determinados objetos son apreciados por la atracción que

despiertan en las personas por razón de su forma y por las cualidades inherentes que presentan.

### c) Valor simbólico/comunicativo

Entenderemos por tal, la consideración en que se tiene a determinados objetos históricos en tanto que son sustitutos de algo que no existe, es decir, de algo del pasado y no del presente, sea ésto una persona, una historia, un hecho o una idea. Hay que precisar en este punto que, ya que todo objeto histórico es un vehículo portador de un mensaje, es aconsejable consultar las aportaciones de la semiología a la teoría de la comunicación. En este sentido más que de valor simbólico hablaremos de valor de signo, ya que el signo sirve para la comunicación, o más directamente de valor comunicativo.

## 2.1. El valor de uso de los bienes del patrimonio histórico

Todos los objetos materiales producidos por el hombre obedecen siempre a algún fin y sirven de hecho para usos muy diversos, además de poseer distintas cualidades y propiedades; en otras palabras, valen siempre para algo. El entorno cultural que rodea al ser humano es un entorno artificial. El *homo faber* creador del artificio humano y fabricante del mundo (Arendt 1974: 170) ha realizado su trabajo a costa de la naturaleza y contra la naturaleza. Por ello la materialidad de los objetos ha sido la propiedad más apreciada por el individuo fabricante, por lo que esta característica se nos aparece como la primera fuente de valor de los objetos. El primer objeto significativo que ha perdurado de la especie humana consiste en un instrumento hecho de piedra.

Que los objetos puedan acumularse es otra razón de peso para adjudicarles un valor. Históricamente la acumulación ha jugado un papel esencial en la evolución de las sociedades. Los seres humanos han sido unos pertinaces acumuladores de objetos, fundamentando de esta manera el concepto primigenio de riqueza. Es interesante constatar como en el fondo del fenómeno uno descubre un valor de uso a la espera de ser activado. Acto seguido aparece el elemento tecnología, que añade posibilidades al valor de uso de un objeto. Todo esto tiene una repercusión social; es en este terreno donde situamos una abstracción que llamamos "mercado", que concede más o menos valor a los objetos producidos. Los economistas clásicos establecieron hace mucho tiempo que, en realidad, los bienes producidos por el hombre tenían un valor doble: un valor de uso y un valor de cambio.

El valor de uso más general e inmediato se refiere a la cualidad del producto en tanto que sirve

para hacer algo o en tanto que da satisfacción a una necesidad humana. Nadie puede negar que un vaso sirve para beber, un coche sirve para ir de un lugar a otro y que una casa satisface una necesidad de habitación. Por tanto el valor de uso de un palacio del Renacimiento puede muy bien ser el servir de sede a una empresa. O una casa pompeyana puede servir de techo al empleado encargado de vender las entradas para el recinto de Pompeya. Se ha dicho y probado que la mejor cosa que puede hacerse para conservar un edificio histórico es usarlo. En este mismo orden de cosas se puede considerar la necesidad de contemplar el Patio de los Leones de la Alhambra de Granada como asimilable a la necesidad de consumir una jarra de cerveza. Y situar al mismo nivel la pulsión que mueve al coleccionista a comprar en una subasta determinada obra de arte. Hay necesidades que se fabrican, tal como vemos en el mundo de la moda, por lo que es concebible una moda de consumo de patrimonio, cosa que puede tener importantes consecuencias económicas. También podría aceptarse que exista un uso puramente contemplativo como es el caso del objeto estético, cuya razón de ser es el placer que proporciona al observador y el deseo de poseerlo que despierta. O que aparezca un uso de carácter simbólico. Sin embargo, aunque puedan considerarse usos como los dos últimos descritos, estos casos concretos no connotan claramente el elemento de utilidad práctica y, a menudo, en cierto modo efímera, que queremos adscribir al apartado de los valores de uso, por lo que serán estudiados aparte.

*Pero aún hay otra utilidad intangible, que puede ser pertinente en este apartado, que presenta un carácter inmaterial: la que proporciona el conocimiento. Un objeto histórico puede ser apreciado en tanto que sirve para incrementar el conocimiento. Así el valor de uso inmaterial de un bien del patrimonio se fundamenta en el examen detenido que sobre el mismo puede hacerse. De este examen sale una información que contribuye a incrementar el conocimiento humano. Dado que como historiadores nos interesa especialmente este particular valor de uso, vamos a extendernos en algunas reflexiones pertinentes al respecto.*

### 2.1.1. Las "utilidades" del conocimiento

La utilidad inmaterial del conocimiento es un aspecto del valor de uso de los bienes patrimoniales a considerar con detenimiento. Es un hecho incontestable que mediante la investigación aplicada a tales bienes aumenta el conocimiento humano. Se trata de un simple proceso de recuperación, en el sentido de extraer hacia afuera información que está dentro, en el bien. El bien actúa así de transmisor de

conocimientos. Un objeto histórico es obra del conocimiento humano que incorpora lógicamente conocimiento humano. De alguna forma incorpora también investigación. Este conocimiento se transmite en forma de información que es captada parcial o totalmente (?) por el observador. Un objeto histórico incorpora a menudo información cuyo origen queda muy lejos en el tiempo; este aspecto de la cuestión constituye por sí mismo un hecho destacable.

Toda información es por definición un activo potencialmente útil para el ser humano que la recoge, en cualquier momento de su existencia. Esta utilidad tiene una dimensión económica aparte de una dimensión meramente intelectual, porque desde una óptica economicista cualquier información puede ser útil para generar riqueza. Los bienes del patrimonio que pasan de una generación a otra pueden dejar un rastro de conocimiento y esto puede tener consecuencias. Como objetos sociales del pasado que incorporan conocimientos y prácticas, los objetos históricos pueden acarrear consecuencias en el sentido de que tales conocimientos y prácticas puedan incorporarse implícitamente en los nuevos productos sociales, sobre todo si media una utilización creativa de la información generada. De este proceso acumulativo, que podrá repetirse, saldrá una ganancia, como sucede en cualquier proceso de inversión de valor (valor de conocimiento, valor de esfuerzo...) en cualquier rama del conocimiento.

Un ejemplo de este enfoque es considerar que hay una relación lógica entre los logros materiales del Renacimiento italiano y el valor que hoy tiene el diseño italiano. Visto en perspectiva podrá especularse sobre el valor que podría alcanzar la renta generada históricamente por un activo como ese que ha permanecido en manos de los italianos tantos años. J. K. Galbraith abunda en esa idea cuando en una obra reciente comenta los logros del milagro económico italiano de las últimas décadas. Escribe:

*Finalmente, y éste es el punto más importante, está la tradición artística italiana. Inspirándose en esa herencia, los productos de consumo italianos poseen una notable ventaja en cuanto a su diseño. Y ello ilustra una dinámica universal a la que no se ha prestado la suficiente atención: una vez se ha logrado que los objetos de consumo tengan una duración razonable y funcionen bien, hay que hacer que tengan un buen aspecto, deben entrar por los ojos y seguir las modas. Tras el ingeniero aparece el artista. Éste es el auténtico origen de los logros italianos. Más que ninguna otra etnia, los italianos se han dado cuenta de que el arte no es simplemente algo de lo que puede gozarse, sino que, indus-*

*trialmente hablando, puede ser enormemente funcional* (Galbraith 1994: 186-187).

### 2.1.2. Acerca del valor en la investigación sobre el patrimonio

Hay dos prejuicios enraizados en la sociedad sobre el valor de la investigación en el ámbito de las humanidades: uno, que no es una actividad directamente útil a la sociedad; y dos, que no produce apenas ganancias materiales. Frente a ellos hay que señalar que, etimológicamente, investigar significa añadir valor. Los procesos que sigue la inteligencia inquisitiva tienen siempre como objetivo añadir valor a algo, aunque por el camino no se recojan fácilmente “utilidades”, en el sentido de ganancias prácticas ni rendimientos a corto plazo. Sólo la acumulación subsiguiente al proceso inquisitivo (datos, esfuerzos, conocimientos...) conlleva al final la posibilidad de dar saltos cualitativos hacia adelante. La investigación teórica en sí misma hay que presumir que es rentable socialmente, aunque no se detenga a recoger utilidades (Pérez-Ramos 1990: 15) ya que está en la base, en la causa podremos decir, de cualquier producto fruto del trabajo del ser humano, sea ese producto un simple jarrón de cerámica o un gran libro. Cualquier obra de la cultura, como lo son el jarrón o el libro que nos llegan de la historia, es el resultado de un proceso de acumulación de esfuerzo y de conocimiento y el sólo reconocimiento de este hecho es en sí mismo positivo, en el sentido de que contribuye a que socialmente se acumule más conocimiento.

Pero la investigación sobre los objetos del pasado puede ser objetivamente positiva, también en tanto que la acumulación de conocimiento que de la misma sale es potencialmente generadora de valor añadido en el contexto de la vida económica presente y futura, que es lo mismo que decir, generadora de valor de riqueza para hoy y mañana. Veamos como se produce esta acumulación de valor. Decíamos que el valor de uso inmaterial de un bien cultural viene dado por la investigación que incorpora. Es correcto suponer que el resultado del proceso de producción de conocimientos —un estudio, una exposición, una sala de un museo— sobre el patrimonio histórico tiene como destinatarios naturales una demanda formada por estudiantes y profesores, aunque también son parte de esta demanda instituciones públicas y privadas, profesionales y empresas, y el público en general. Este activo a disposición del público se transformará en renta cuando determinados conocimientos adquiridos sean incorporados a otros productos, generalmente nuevos productos intermedios (nuevos libros, manuales, diseños, procesos audiovisuales...) y acaben en la calle.

### 2.2. El valor formal de los bienes del patrimonio histórico

Hemos visto que la materialidad y el hecho de que puedan acumularse hace de los objetos cosas de valor. Pero se pueden acumular cosas más o menos valiosas. En los “tesoros” de los santuarios griegos se guardaban objetos especialmente apreciados: ex-votos labrados en piedras duras, objetos de oro o marfil... Hay un elemento añadido en ciertos objetos que los hace más apreciados: la materia con la que están hechos, la cual llama a los sentidos y los hace objetos de deseo. Oro, piedras preciosas, perlas, marfil, todos estos materiales despiertan el deseo por las cualidades intrínsecas que muestran: brillo, dureza, belleza. Pero además estos materiales son escasos y difíciles de obtener, lo que añade valor al hecho de su posesión.

Singularidad y exotismo constituyen otras dos cualidades que despiertan el deseo. En el Renacimiento las “cámaras de maravillas” eran el reducto sacralizado donde se exponían los *naturalia*, rarezas de la naturaleza, y los *artificialia*, obras del ingenio humano. Constituían claros exponentes del deseo por el preciosismo de la obra de artificio que mostraban o porque tenían el atractivo del objeto exótico y raro. La combinación de ambas cualidades proporcionaban a su propietario un aura de poder y prestigio extraordinarios. La antigüedad y la unicidad añaden nuevos alicientes a cualquier obra humana, y también de la naturaleza, que incrementan su valor. La posesión de la pieza más antigua o de la pieza única son cuestiones que nunca pasan desapercibidas.

La obra de arte, protagonista de las galerías de pinturas y de los jardines de esculturas en el Renacimiento y el Barroco, poseía un valor especial. A la belleza la obra de arte une el carácter excepcional del acto de creación humana. Ésta trasciende la pura funcionalidad para convertirse en algo único e insustituible. Pero al margen de esta capacidad que tiene de metamorfosarse la realidad y de trascender, aquí interesa considerar un factor adicional de valor que la obra de arte pone de manifiesto: el artificio humano. Cuanto más artificio, más alto ha parecido ante los ojos de los hombres el valor de una obra de arte.

Así, pues, empieza a quedar delimitado el marco conceptual que rodea el valor formal de los objetos. Pero, ¿qué proceso se sigue para poner de manifiesto el valor formal de los objetos? En principio el contexto de atribución de valor más reconocido es el académico, con el museo como extensión, aunque también se actúa desde la sociedad indiscriminadamente, a partir de determinados catalizadores que emergen naturalmente del tejido de las relaciones so-

ciales, como los liderazgos, la opinión pública o los poderes políticos y económicos.

### 2.2.1. El proceso de atribución de valor

La naturaleza humana es sensible a las formas, texturas, colores, olores, en definitiva, a las cualidades físicas diferenciadas de los objetos. El proceso que debe seguir cualquier evaluación formal pasa principalmente por atender a todo aquello que objetivamente inquieta la percepción sensorial del observador. El punto de partida es constatar que todos los objetos son fragmentos de materia que ocupan espacio y que pesan. En segundo lugar se observa como la materia sólo es perceptible realmente al ojo humano a través de las formas. Color, dureza, textura y composición (en el sentido de diferenciar las partes del todo) constituyen otras propiedades o condiciones que son captadas por la vista y el tacto. En resumen, el estudio formal de los objetos pasa en sus primeras fases por describir sus características físicas y atender a la forma. El examen formal permite inmediatamente acceder a información de carácter tecnológico. Pero a este nivel a menudo el estudioso arqueólogo o historiador se ve obligado a buscar la colaboración de especialistas de otras disciplinas como la física, la química o la biología.

La evaluación estrictamente formal tiene como objeto la consideración de la forma. La forma sólo es aparente por contraste con el vacío y provoca que se establezcan asociaciones entre los objetos, al tiempo que despierta sensaciones en el examinador. En tanto que objetos fruto del artificio humano, los objetos del pasado tienen partes y componentes o inducen a establecer discriminaciones que parcelan el todo en partes diferenciadas, o incluyen formas distintas que incorporan niveles de trabajo diferentes. El valor formal de los objetos a menudo se incrementa en relación al artificio que un objeto incorpora, y sobre todo en relación a su calidad. Por calidad debemos entender pericia en el trabajo, talento, o genialidad, cualidades humanas que atribuimos al artífice, pero también perfección, un término difícil de explicar toda vez que expresa un ideal que escapa a todo intento de formalización y que para salir al paso llamamos ideal platónico.

El historiador del arte ha sido tradicionalmente el tipo de profesional que se ha ocupado del valor formal de los objetos históricos. Al pretender capturar aquello que es específicamente puro artificio, en el sentido que damos a esta palabra, de obra del trabajo humano que tiende a plasmar la perfección formal, el historiador del arte separa los objetos útiles de los objetos bellos. Un objeto tiene valor estético en la medida en que su contemplación produce

emociones y placeres, independientemente de cualquier otro beneficio añadido que también pueda proporcionar. Así cualquier instrumento puede ser una obra de arte pero no todas las obras de arte son instrumentos.

Las preferencias estéticas de los individuos están condicionadas por muchos factores. La investigación científico-médica ha establecido que hay elementos biológicos que actúan en la conformación de lo que nos gusta y lo que no nos gusta a las personas. Así pues debemos suponer que el aprecio estético de cada individuo está condicionado por las preferencias individuales, cuestión ésta muy compleja, pero que de alguna forma condiciona siempre las relaciones persona-objeto. Con todo, las inclinaciones personales están a su vez siempre enmarcadas de algún modo por las preferencias que emanan del contexto social y cultural dentro del cual el individuo evoluciona. En este contexto social y cultural el historiador y el crítico del arte contribuyen a fijar criterios comunes de valor estético que se contrastan con las ideas de belleza y estilo tradicionales que permanecen ancladas en la historia, e influyen y son influidas por la moda y el mercado. Por todo ello el cambio de gusto estético es una función del tiempo.

Finalmente cabe añadir algunas ideas sobre las interacciones que existen entre la forma y la función. Se trata de dos caras de una misma moneda, la realidad objetiva del objeto. Al respecto Hanna Arendt ha escrito:

*Todo lo que existe ha de tener apariencia, de ahí que no haya ninguna cosa que no trascienda de algún modo su uso funcional, y su trascendencia, su belleza o fealdad se identifica con su aparición pública (Arendt 1974: 230).*

El diseño pretende poner de manifiesto ambos aspectos de la realidad del objeto al tratar de combinar la estricta funcionalidad con el efecto estético. Las culturas tradicionales no distinguían entre lo que es estético y lo que es funcional (Mosterín 1993: 124) y verdaderamente algunas de las más altas realizaciones del diseño, a lo largo de la historia, se encuentran en cosas tan sencillas y completas como algunos vasos de cerámica neolíticos o determinadas puntas de sílex del hombre cazador. En concreto, el hallazgo de la simetría en el caso del bifaz representa el primer ejemplo de diseño humano que combina a la perfección lo útil con lo estético. Hoy en día lo que se conoce comúnmente por diseño es producto de un determinado contexto histórico: la industrialización. El diseño industrial nació como una necesidad para hacer plausible el arte en la industria.

Entre los bienes patrimoniales las interacciones forma-función tienen una gran importancia y

a menudo determinan el destino futuro de un objeto. La mayor parte de los bienes del patrimonio histórico fueron creados para ser utilizados; sin embargo hay museos que no parecen entenderlo así. La autonomía de que goza el valor formal de un objeto hace que a veces sea percibido de forma independiente y en ocasiones en franca contradicción en relación al contexto histórico. Son un lugar común las críticas a la museología que expone objetos del pasado para destacar únicamente su dimensión estética, de acuerdo con una tradición que descansa sobre la interpretación puramente formal de la cultura material. Así, objetos de uso cotidiano creados por la revolución industrial son expuestos en los museos más diversos: artes decorativas, diseño, ciencia y técnica, textil, museos locales de historia, etc... En su tránsito hacia el museo, a menudo estos objetos pierden parte de su significado cuando al llegar a su destino sólo son contemplados en función de la estricta obediencia disciplinar del museo: el diseño, la utilidad, el nivel técnico o la calidad de la decoración, por ejemplo.

Con todo hay que dejar claro que el poder del estímulo estético es muy fuerte, tal como nos muestra la historia del conservacionismo. Por lo tanto no hay que caer tampoco hacia el otro lado de la balanza y desatender el poder de la belleza, para realzar únicamente las otras dimensiones de todo objeto histórico. Habría que caer en la cuenta de que el poder del estímulo estético es tan importante para despertar la curiosidad y crear interés como el poder de simbolización.

### 2.3. El valor comunicativo de los bienes del patrimonio histórico

En el mundo moderno el museo ha sido consagrado como el lugar idóneo para conservar determinados objetos a los que la sociedad adscribe un valor especial: los objetos del patrimonio cultural. En nuestra sociedad existe el convencimiento de que este tipo de objetos merecen conservarse porque valen alguna cosa más que la pura impresión que producen al encararlos; es decir que atesoran otros méritos y propiedades que los hacen merecedores de respeto y que esconden un sentido oculto o no, directamente evidente que tienta al descubrimiento; y también, más concretamente, porque contienen información.

De algunas de estas cosas ya se ha hablado, pero falta considerar el objeto histórico como vehículo de comunicación. Las sociedades humanas aparte del lenguaje verbal o el lenguaje corporal utilizan para comunicarse un lenguaje social formado por signos y símbolos que se vehicula a través de los objetos. Por ejemplo, el automóvil es hoy un soporte evi-

dente de ese lenguaje social. El universo material con el que nos rodeamos sirve a los fines de la comunicación de una manera muy efectiva, hoy como ayer.

¿Qué nos comunican los objetos del pasado? O dicho de otra forma, ¿qué significan los objetos del pasado? El significado de un objeto ha de ser aquello que el objeto transmite y da a entender. Pero se trata de un lenguaje no verbal, más o menos explícito, más o menos velado, según sea el receptor. El emisor de este mensaje ya no existe, sólo queda el vehículo que es el objeto y el receptor que somos nosotros, la sociedad actual. Si un objeto significa es que es signo de alguna cosa. Un signo, según la semiología, es algo que está en el lugar de otra cosa. Los objetos del pasado, como tantos otros objetos, son signos porque significan cosas diferentes de ellos mismos. Pero ¿signos ¿de qué cosas?

Escojamos como hace S. Pearce (1992: 24-29) un objeto de museo para ver cómo funciona el proceso de comunicación. Dado que no tenemos ahora ningún objeto de museo a mano, en favor de una explicación didáctica inventaremos un objeto de museo que pudo haber existido: la mesa sobre la que se firmó la Paz de los Pirineos entre los representantes de Felipe IV de España y los de Luis XIV de Francia el 7 de noviembre de 1659. Esta mesa que aparece ante nuestros ojos en medio de la sala de un museo es signo de un acto histórico que ocurrió, porque sustituye aquella realidad que fue, el acto de la firma de la paz, de la cual fue parte constitutiva.

Así pues el objeto histórico, en tanto que signo, ocupa el lugar de una abstracción que llamamos pasado. El objeto es, dicho de otro modo, historia materializada que se hace presente ahora mismo. Pero veamos como el objeto histórico se puede convertir también en símbolo. Es un hecho que, con el paso del tiempo, los objetos históricos tienden a ser asociados a nuevos significados respecto a los cuales ya no podemos decir que existe una relación constitutiva. Gradualmente, alrededor de los objetos históricos va formándose un abanico de significados respecto de los cuales habrá que admitir que mantienen una relación ya no esencial, sino más bien convencional, en algunos casos derivada de una cierta relación de tipo analógico, pero que en otros será de carácter totalmente arbitrario. Ésta es la condición del símbolo; porque símbolo es según la semiología aquella entidad sensible que se toma como representación de un objeto, de una idea o de unos hechos, por medio de una asociación de carácter arbitrario o convencional. Nuestra mesa también con el tiempo se transforma en símbolo, quizá de una renuncia, o quizá del inicio de la decadencia política y militar de un país, en este caso de España.

Es importante constatar como aquel objeto, que mantiene su carácter de signo a través del tiempo, porque es parte constitutiva de unos hechos que han pasado, va a seguir actuando en el imaginario social conforme pasa el tiempo, para suscitar a su alrededor nuevos significados, nuevas visiones, nuevas interpretaciones. Ya no será sólo la mesa de la paz, sino la mesa que evoca los diplomáticos diálogos de unos empolvados personajes, o la mesa de la humillación o la mesa de la renuncia...

Los objetos del pasado son la única cosa absolutamente cierta que tenemos del tiempo que ya pasó. Más allá de las palabras o los recuerdos, de forma diferente a como los documentos cuentan el pasado, estos objetos representan la única oportunidad de la que nos podemos valer para mantener viva una relación tangible con el pasado. Ellos son verdaderos fragmentos de pasado o si se quiere, extensiones del pasado que se hacen físicamente presentes en el hoy, porque como dice W. D. Lipe (1984: 4), en su materialidad estos objetos participan al mismo tiempo del pasado y del presente. Por lo tanto no hay nada que los pueda sustituir.

Como símbolos los objetos del pasado adquieren una carga comunicativa enorme. La riqueza de las interpretaciones y reinterpretaciones simbólicas hace de ellos un vehículo insustituible para recrear el presente. El paso del tiempo hace variar como se ha dicho la gama de interpretaciones simbólicas, porque el caudal de conocimientos acumulado en relación al objeto, fruto de la investigación, procura nuevas visiones que influyen en las interpretaciones simbólicas. Así, un objeto simboliza cosas diferentes en diferentes momentos históricos y entre grupos humanos diferentes. El hecho es que la carga simbólica adquiere connotaciones distintas en cada momento histórico, produciéndose al fin y al cabo una secuencia en el tiempo de figuras interpretativas distintas.

El símbolo tiene no obstante un punto débil: el mismo paso del tiempo. Para que el símbolo manifieste todo su poder comunicativo no puede haber mucha separación temporal, ni geográfica claro está, entre el significante y el significado, entre la imagen y el concepto, entre el símbolo y lo simbolizado. Cuando alguien observa un bien patrimonial, la visión del pasado que saca del mismo depende de los conocimientos y de la experiencia que tenga. Los objetos del pasado hacen evocar ciertamente imágenes del pasado, como signos que son, pero el nivel y la calidad de la experiencia de comunicación que pueda darse depende del bagaje cultural que el individuo aporte. Hoy día el pasado es algo que queda muy lejos de la experiencia diaria y personal de la gente. El poder de simbolización de los testimonios del pasado

se desdibuja y se aleja la capacidad de comprender para la mayoría de los hombres de nuestro tiempo, que no gustan de complicidades de este tipo en su obsesión por el cambio y el progreso. Por ello el poder de seducción del patrimonio histórico puede estar en entredicho. Por otro lado, dada la fragilidad del símbolo, se agudiza el problema de que el patrimonio histórico pueda ser objeto de fáciles manipulaciones con fines ideológicos.

### 3. EL CONTEXTO ECONÓMICO

El ámbito de la economía es la producción y distribución de la riqueza, como se sabe. ¿Pero qué relación existe entre bienes patrimoniales y economía? ¿Es que aquellos bienes producen riqueza? ¿Existe una dimensión económica de los bienes del patrimonio histórico?

Hay diversas maneras de valorar económicamente los bienes del patrimonio, como el resto de bienes producidos, no obstante hoy día todo tiende a valorarse en relación al medio de cambio por excelencia, el dinero. En este caso el valor de cambio de un objeto se concreta en la cantidad de dinero que alguien está dispuesto a pagar para disfrutar del mismo. El ejemplo más claro sería el del coleccionista que va a comprar una determinada obra de arte a una subasta. Hay necesidades que se fabrican, tal como vemos en el entorno social consumista, se compran y se venden. Es concebible, como ya apuntábamos anteriormente, una moda de consumo de patrimonio. En estos casos el patrimonio presenta un valor de cambio regulado por el mercado, que se traduce en dinero contante y sonante. También lo presenta en relación a la obligación que existe de asegurar los objetos del patrimonio que se exhiben en museos y exposiciones. Por todo ello, en términos generales se puede afirmar que fundamentalmente por sus valores estéticos, simbólicos o utilitarios una parte de los bienes del patrimonio histórico son susceptibles de valoración económica por el mercado. Decimos una parte porque no todos los bienes del patrimonio salen al mercado. Hay bienes patrimoniales que han sido apartados del mercado y no pueden valorarse por el mercado: la Alhambra podrá visitarse pero no puede comprarse. El Partenón puede verlo cualquiera que visite Atenas pero nadie puede llevárselo. Pero aún si se pudiera, la suma de intangibles que atesora haría casi imposible una valoración por parte del mercado; por lo tanto sólo podrá valorarse desde consideraciones externas a las fuerzas del mercado.

¿Cómo, entonces, el análisis económico aborda los bienes del patrimonio? Habrá que verlo.

### 3.1. Análisis económico y bienes culturales

Diversas corrientes del pensamiento económico se han planteado la cuestión de cómo abordar el estudio económico de los bienes culturales. Pigou, un destacado representante de la escuela neoclásica, durante los años 1930, se planteó estas mismas cuestiones, que parecían dejadas de lado —el arte, se decía, es una ocupación improductiva— y concluyó que, ya que los bienes culturales tenían un valor *per se*, independiente de su valor en el mercado, no podían ser tenidos en cuenta por los economistas. Keynes, por su parte, criticó duramente la mercantilización de la cultura. En cualquier caso la idea recurrente era que la cultura sólo se debía a la cultura. Visto de otra manera, se venía a decir que si el sistema capitalista a través de las formas políticas de la democracia y mediante el consenso social, eran incapaces de garantizar los valores de la cultura, y hacer de los mismos participar a la mayoría, entonces habría que hablar de fracaso del sistema y apelar a los usos del Despotismo Ilustrado.

Tras la II Guerra Mundial la pregunta propuesta vuelve a plantearse. La construcción del estado del bienestar lo exige. Los términos del debate que levanta la cuestión vienen entonces determinados por las demandas sociales de adjudicación de recursos públicos entre los distintos usos alternativos. La cultura es un sector, se dice, que contribuye al bienestar social general pero que precisa de subsidios para sobrevivir. Para no malgastar hay que establecer prioridades en la adjudicación de recursos a la cultura. Durante los años 1950 a 1980 el Estado interviene activamente en el fomento de la cultura al margen de las opciones ideológicas que orientan su acción, como no lo había hecho hasta entonces. Pero a partir de finales de los años 70, al reflujó de la crisis económica, empieza a hablarse de crisis del modelo de intervención. El modelo proteccionista-paternalista que funciona en países como España, Italia y Francia, herencia del Estado Ilustrado, es criticado por ineficaz y malgastador. Frente a este modelo se ofrece como recambio un modelo liberalista, que propugna la inserción de la cultura en el mercado. Los países anglosajones ya se han decantado por esta opción como tabla de salvación para la cultura, ante el retraimiento de la Administración Pública.

Pero como el mercado no resuelve por sí solo todas las demandas sociales de cultura; el discurso de los economistas busca justificaciones a la intervención del Estado desde la lógica de la eficiencia en la asignación de recursos. En esta tesitura a las industrias culturales se les supone una cierta capacidad

de estimular el gasto por consumidor y sobre todo se les adjudica un papel en el progreso de la industria turística. En este contexto, la línea de pensamiento que más convence es la que parte de la lógica del mérito intrínseco del sector cultural. Así, los productos de la cultura, como los bienes del patrimonio, tendrían un valor *per se* muy alto en la escala de valores sociales, independientemente de las preferencias puntuales de los individuos en cada momento. Musgrave (1981) introduce el concepto de los *merit wants* como aquel tipo de necesidades de las personas —sería el caso de la formación, por ejemplo, y de la cultura— que merecen especial consideración porque pertenecen a un nivel diferente y superior en relación a otras necesidades. Los *merit wants* comportan unos *merit goods* que se caracterizan porque siempre, y por encima de las leyes del mercado, han de ser ofertados públicamente.

Los bienes de mérito pueden ser de origen público o privado. Según el punto de vista que representa Musgrave, un museo, sea público o privado, presenta la característica de bien público en tanto que el disfrute de las colecciones que guarda no implica rivalidad de un usuario respecto a los otros, ni exclusividad en favor de nadie. Existen hoy día diversos modelos de pensamiento que abordan las relaciones bienes patrimoniales-economía. En síntesis responden a los siguientes casos:

1. La versión que niega el papel de la economía en los asuntos culturales. Responde al viejo modelo proteccionista-paternalista que predomina en los países de gestión pública del patrimonio cultural, por el cual el Estado delega la gestión de los bienes del patrimonio a técnicos y a burócratas que no reciben generalmente suficiente dotación económica para ir más lejos que el mero trabajo rutinario de conservación. Aquí los bienes de la cultura son puro valor en abstracto y representan siempre un peso muerto, un imponderable al que no se puede renunciar y que hay que aguantar.

2. La versión que considera a los bienes culturales como una categoría económica más, sujeta a algún tipo de intervención del Estado. Los bienes del patrimonio tienden a contemplarse como parte de los bienes que fomentan el bienestar social en una sociedad democrática. El orden de prioridades de la acción política que los valora (en mayor o menor grado) sale de la dinámica social creada por las fuerzas políticas y los medios de comunicación social; es en definitiva un resultado del consenso social. La suerte de los bienes culturales fluctúa en el tiempo a merced de las corrientes de pensamiento dominantes y hasta cierto punto de las modas, siempre más efímeras.

### 3.2. Bienes públicos y mercado

Según el pensamiento actual dominante los bienes culturales son bienes públicos, aunque su gestión pueda realizarse de forma privada. Los bienes públicos se caracterizan por tener un consumo no rival. La sociedad acostumbra a considerar a los bienes públicos como caídos del cielo: se dan por garantizados; es más, los economistas dicen que ante un bien público la gente tiende a comportarse como si "alguien" pagara por él. Esto es así porque el público no muestra disposición a pagar por un bien público.

¿Qué puede estar dispuesta a pagar una persona para entrar a ver la Alhambra? No se sabe, ya que se paga lo que se pide en la garita de entrada, si es que tal garita existe. Generalmente para entrar a visitar los monumentos no se pide lo que realmente vale su conservación. Por ello la conservación y la puesta en valor de los bienes culturales exige habi-

tualmente la asignación de fondos externos. El hecho de que no se exija a los usuarios o consumidores de tales bienes, es decir al mercado, que iguale el coste que se deriva de su gestión, no es visto por la sociedad como un problema grave ya que en tanto que bienes públicos se asume que conlleven desajustes de mercado. La provisión de fondos para los bienes públicos se ha de ajustar forzosamente mediante mecanismos de asignación de fondos de origen público. La decisión última que regula el proceso de asignación de fondos se produce por lo tanto como resultado de un mecanismo político que responde a alguna forma de consenso o por medio de la plasmación de fuerzas político-sociales hegemónicas que resuelven en un sentido más o menos restrictivo el problema, en función de situaciones coyunturales. En definitiva, es la sociedad, por medio de sus portavoces sociales, quien asume la responsabilidad de valorar en mayor o menor grado este recurso público.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARENDRT, H. (1974): *La Condición Humana*. Barcelona, Scix Barral.
- CLEERE, H. (ed.) (1984): *Approaches to the archaeological heritage*. Cambridge, NY. Cambridge University Press.
- CLEERE, H. (ed.) (1989): *Archaeological Heritage Management in the Modern World*. London, Unwin Hyman.
- CROWTHER, D. (1989): Archaeology, material culture and museums. *Museum Studies in Material Culture* (S. Pearce, ed.), Leicester: 35-46.
- FREY, B.; POMMERHNE, W. (1989): *Muses and Markets. Explorations in the Economics of the Arts*. Oxford, Basil Blackwell.
- GALBRAITH, J. K. (1994): *Un viaje por la economía de nuestro tiempo*. Barcelona, Ariel.
- GRILLO, P. J. (1975): *Form, Function and Design*. New York, Dover Publications.
- HODDER, I. (1988): *Interpretación en Arqueología. Corrientes Actuales*. Barcelona, Crítica.
- HODDER, I. (ed.) (1989): *The Meaning of Things*. London, Unwin Hyman.
- KAVANAGH, G. (1989): Objects as evidence, or not? *Museum Studies in Material Culture* (S. Pearce, ed.), Leicester: 125-137.
- KEYNES, J. M. (1982): Art and the State. *The Collecting Writings of J.M. Keynes*, XXVIII. London, McMillan.
- LEON, P.; CAUSI, M. (1990): La politica economica dei beni culturali. *Notediricerca Cles*, 3: 3-8.
- LIPE, W. D. (1984): Value and meaning in cultural resources. *Approaches to the archaeological heritage* (H. Cleere, ed.), Cambridge: 1-11.
- LUBAR, S.; KINGERY, W. D. (eds.) (1993): *History from Things. Essays on Material Culture*. Washington & London, Smithsonian Institution Press.
- MARCOS, M. A. R.; MARTÍNEZ, A. C. (1994): Desarrollo científico, una apuesta en momentos de crisis. *El País*, 16 de Febrero de 1994, Suplemento Futuro: 10.
- MOSTERÍN, J. (1993): *Filosofía de la cultura*. Madrid, Alianza Editorial.
- MUSGRAVE, R. A.; MUSGRAVE, P. B. (1981): *Hacienda Pública Teórica y Aplicada*. Madrid, Instituto de Estudios Fiscales.
- PEARCE, S. M. (ed.) (1989): *Museum Studies in Mate-*

- rial Culture*. Leicester University Press.
- PEARCE, S. M. (1992): *Museums, Objects and Collections*. Leicester University Press.
- PÉREZ RAMOS, A. (1990): Atalanta en la Escuela. *El País*, 25 de Junio de 1990: 15.
- QUIMBY, I. M. G. (ed.) (1978): *Material Culture and the Study of American Life*. New York and London. Norton & Company.
- VALENTINO, P. (1988): Per un'analisi della redditività dei prodotti del settore culturale: lo stato dell'arte. *L'Ippogrifo*, 1: 1-22.