

EL VALOR INCALCULABLE DEL ARTE

Dra. Ana Vico Belmonte

En el inicio del curso 2022-23, el rector de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España) me invitaba a dar la lección inaugural del Acto de Apertura de Curso de las Universidades de Madrid (España). Un discurso que quise centrar en nuestro patrimonio histórico y la actividad coleccionista que a tantos nos apasiona y nos lleva a colaborar en el cuidado y admiración de los bienes histórico-artísticos. La Lección, titulada “El valor incalculable del arte”, decía así:

Educar en la belleza. educar, eso es lo que hace nuestro patrimonio histórico-artístico cada día. Y lo hace cada vez que recorremos los rincones y parajes de nuestra geografía rodeados por él, envueltos por nuestro arte que, como reflejo de nuestra historia, nos instruye de forma silenciosa, sin apenas darnos cuenta.

De esta forma, nos atraiga o no el arte, todos los edificios, monumentos, restos arqueológicos o antigüedades nos enseñan a través de su funcionalidad, diseño y estética. Y nos enseñan a distinguir estilos artísticos, elementos arquitectónicos, períodos históricos y un sinfín de detalles a los que, de no estar rodeados por este extraordinario patrimonio cultural, no tendríamos un acceso directo.

A lo largo de la Historia, el ser humano ha diseñado objetos atendiendo a su función, pero también teniendo en cuenta ese diseño y estética. Siendo en su búsqueda cuando, ha concebido innumerables creaciones de tal calidad que, en la actualidad, cuando han perdido esa funcionalidad pasada aún son demandados y comercializados. De hecho, algunas de esas reliquias de otros tiempos, son justamente los que han dado lugar a nuestros mercados, inicialmente de trueque o intercambio y posteriormente a cambio de otros objetos dinerarios como son las monedas.

Permítanme en este punto que haga un especial inciso en las monedas, porque son un gran ejemplo de cómo el arte perfecciona los objetos. Las monedas, fueron creadas a finales del siglo VII a.C. por la fuerza constitutiva del Reino de Lidia y posteriormente del resto de las ciudades-estado griegas, como reflejo del poder político que las respaldaba. Nacieron siendo el último eslabón dentro de la cadena de trueque de metales preciosos. Inicialmente como pesados lingotes que evolucionaron y se transformaron en moneda fraccionaria, ajustando sus pesos e incorporando la identidad de sus Estados emisores.

Y es en este punto donde el arte hizo su labor, fusionando en ellas esas características de funcionalidad, estética y diseño. Ya que, al surgir la necesidad de diferenciar entre sus distintos valores, se añadieron escenas y se convirtieron en bellas piezas que representaban un valor intrínseco y cumplían con su función de pago. Pero que, al mismo tiempo también, desempeñaban otra eficiente labor, utilizando el arte como si de una herramienta actual de marketing se tratara, mostraban diferentes comunicaciones propagandísticas de su poder emisor, con distintos mensajes en sus superficies de temática política, económica o religiosa y siempre atendiendo a los diferentes públicos o usuarios que tendría en virtud del metal en que se habían acuñado.

Gracias a estas representaciones las monedas son hoy día una fuente documental inigualable para la Historia. De unas pequeñas piezas de metal inferimos eficiencia en

su diseño; calidad en su concepción y belleza en su creación; Características que captan nuestra atención hoy, como captaron la de nuestros antepasados coleccionistas, que ya las demandaban para sus colecciones, a cambio de un precio en moneda de curso legal.

Las obras de arte no son de un valor incalculable sino todo lo contrario. Porque, aunque en muchas ocasiones es difícil poner precio a estos objetos, lo cierto es que no es imposible. En este contexto, la tan manida frase “obras de valor incalculable” no es acertada, aunque le pese a los medios de comunicación que tanto la utilizan, pues siempre se ha podido calcular ese precio, teniendo en cuenta el valor histórico y artístico de la pieza, y sobre todo su calidad. De hecho, es importante que podamos reconocer y dar ese valor. Porque el patrimonio cultural tiene una gran valía, y seguramente no dárselo provoca no respetarlo, ni reconocerlo en su justa medida.

El arte, siempre ha sido puesto a disposición de la sociedad. Al remontarnos en el tiempo, ya en época del gran Miguel Ángel podemos encontrar un mercado del arte contemporáneo, contemporáneo al propio Miguel Ángel, con marchantes, subastas y anticuarios. Un mercado muy desarrollado. En algunos aspectos incluso más que el actual, enmarcado en una Florencia renacentista que ya percibe el arte como un gran recurso para su desarrollo económico y político. Y es que aquella Florencia recogía el testigo de aquella gran Roma, la capital del imperio, en la que ya se había desarrollado también, un intenso intercambio comercial de objetos artísticos.

Son muchas las referencias que encontramos en las fuentes clásicas sobre ello. Sabemos por ellas, que en la ciudad de Roma se podían adquirir obras de arte en diversos lugares, como en la Sigillaria, lugar donde fabricaban las figuras que tradicionalmente se regalaban en los festivales con el mismo nombre, celebrados en diciembre, y que han consolidado la tradición de regalar en esas fechas.

El poeta Marcial nos informa cómo en la Saepta Iulia del Campo de Marte, se encontraba un mercado de bienes lujosos en el que se ofrecían esculturas de grandes artistas como Policeto, piezas de bronce, manuscritos y hasta antigüedades arqueológicas. Fíjense “antigüedades” en la Roma clásica.

Aulo Gelio en su obra Noches Áticas relata cómo paseando por uno de estos mercados, Fido Optato un gramático de gran renombre en Roma, le mostró un antiguo ejemplar del segundo libro de La Eneida que acabó adquiriendo a cambio de veinte áureos. En otro pasaje se narra cómo en época cesariana, los vendedores de piezas artísticas tenían la visita de un coleccionista afamado llamado Mamurca quien destinaba largas horas a la búsqueda de fallos y deterioros en las obras de arte que le sirvieran para reclamar reducciones en el precio de adquisición.

Desde entonces, en esta relación comercial, la calidad o valor artístico, siempre ha sido la cualidad que ha actuado de referente para su demanda. Diferenciar lo que hizo un artista de lo que hizo un artesano, es centrarse en su calidad para diferenciarla, y es lo que nos lleva a admirarla, en su concepto y dentro de sus parámetros de forma y significado.

Las obras de arte, en este contexto, son producto de una creación que tiene un valor cuantificable. Pero, para poder valorar correctamente una obra de arte no podemos prescindir de esa educación a la que hacía referencia al iniciar esta exposición. Esa educación artística, también histórica, que se retroalimenta de los objetos que nos rodean. Sin ellos no podríamos configurar nos como una sociedad culta, porque es a

través de las Industrias culturales y creativas como nos identificamos con nuestra historia y con nuestros valores.

Las Administraciones públicas, garantes de la conservación y enriquecimiento de nuestro patrimonio cuentan, sin duda, con grandes aliados en ello: los coleccionistas y mecenas, que son quienes actualmente con capital privado las ayudan en esta tarea. Sin ellos el coste de conservación sería infinitamente superior y en casos como el del Patrimonio Cultural Español, rozaría la insostenibilidad. Es esta la razón por la que las políticas de mecenazgo y el mayor reconocimiento a la labor coleccionista es tan importante.

El cuidado de nuestro patrimonio debe ser una competencia pública y privada. De hecho, a lo largo de nuestra Historia, el enriquecimiento y cuidado de nuestro patrimonio cultural siempre ha combinado la labor de las administraciones y la labor del capital privado; no tenemos más que atender al origen de nuestros grandes museos y pinacotecas. Nacidos a partir de colecciones privadas adquiridas a través de los diferentes canales y mercados, conformando así, en nuestra España actual, un potente sector económico, el de las industrias culturales y creativas.

Éste es el valor del arte y en este aspecto trabaja la Economía de la Cultura. Una rama de la Economía que estudia la creación, distribución y consumo de las obras de arte. Y que, en fechas relativamente recientes, el profesor Bruno Frey de la Universidad de Zúrich, ha convertido en una disciplina de estudio, de gran interés para distintas ramas tradicionales del conocimiento. Logrando extender así, un reconocimiento académico en el que la investigación interdisciplinar ha conjugado interesantes acciones, en pro del valor y rentabilización del arte y el patrimonio cultural, por parte de las sociedades actuales.

Dentro de las industrias culturales y creativas, el arte es la principal materia de estudio, del cual irradian o se entrelazan otras disciplinas académicas. La Universidad Rey Juan Carlos ha apostado por la enseñanza de esta emergente materia, ofertando varias titulaciones en las que los estudiantes pueden profundizar en los estudios de Economía de la cultura y la gestión cultural. Entendiendo este trabajo como una prolongación de los programas educativos escolares o de los que llevan a cabo museos e instituciones culturales, fomentando el reconocimiento del extraordinario valor de nuestro patrimonio.

De esta forma, tiempo pasado y tiempo presente confluyen en la universidad para materializar el tiempo futuro. La experiencia y el conocimiento adquirido son la base del desarrollo venidero, ese desarrollo del que nuestros alumnos son nuestro máximo exponente, hoy como miembros de la universidad y mañana como artífices del futuro de nuestra sociedad. Y lo hacemos desde la Comunidad de Madrid, que custodia un patrimonio histórico-artístico de gran relevancia, en gran parte también gracias a las importantes colecciones de arte privadas que se encuentran en nuestra Comunidad, lo que demuestra lo necesario y principal de esa labor coleccionista.

Sigamos fomentando pues, las políticas culturales para que la cultura se convierta en uno de nuestros grandes recursos económicos. Y sigamos fomentando también, un turismo cultural que representa ya una parte importante del PIB de nuestra comunidad autónoma. Tenemos uno de los patrimonios artísticos más ricos del planeta tanto por su volumen como de nuevo, por su calidad. Y es nuestra responsabilidad cuidarlo y

transmitir a las generaciones futuras la necesidad de que lo conserven y admiren como merece.

Esta Universidad, siempre fiel a responder a las necesidades que una sociedad en evolución exige, avanza en el estudio de la industrias culturales y creativas, pues sin duda el arte y la cultura son un recurso económico esencial en nuestro país, que cuenta con un patrimonio cada vez más demandado, respetado y codiciado por terceros, y que, por tanto, necesita ser gestionado desde el conocimiento y la eficiencia.

Finalizo ya destacando, cómo el arte ha fomentado siempre e incluso retado a la creatividad. Nos ha llevado a buscar mejores formas para alcanzar la eficiencia, combinando estética y diseño, buscando la perfección. Desde esas primeras monedas pasando por lienzos, fotografías, performances y actualmente los llamados NFTs, el arte explica la Historia y nos acerca a las sociedades que lo crean, relata sus valores y así también sus preferencias. Pero en los mercados y en la actualidad, la oferta y la demanda de arte generan un precio cierto. Razón por la cual el valor incalculable del arte se debe referir, entonces, a lo que aporta a nuestro conocimiento. Es decir, que el único valor incalculable que le demos al arte sea el de su poder para educar.

Muchas gracias

Estas líneas pretenden expresar el valor e inferencia cognitiva del Patrimonio Cultural sobre todos nosotros, día a día y, por ello, la necesidad de conservarlo para generaciones futuras. mi agradecimiento a la Universidad rey Juan Carlos, por la oportunidad y confianza dada al responsabilizarme de impartir esta Lección, la cual puede visualizarse en el siguiente enlace: <https://tv.urjc.es/video/63285e4f5b0c0e2404107c82>



Dra. Ana Vico Belmonte

Directora del Máster Universitario en Gestión del Mercado del Arte

Coordinadora de Prácticas Grado Marketing

Dpto. Economía de la Empresa

Universidad Rey Juan Carlos

Campus de Madrid (Madrid), España

Teléfono: 91 488 8042