

Bienes culturales

Rodrigo Soto
ESCRITOR

Sin la pintura que la engalana, la carreta típica costarricense sería tan solo otra carreta más... con algunas particularidades técnicas, pero tan solo otra carreta más. Valoramos un grabado de Amighetti por las emociones, ideas y asociaciones que produce en nosotros, y no tanto por las horas de trabajo o los materiales que invirtió el pintor para hacerlo. La riqueza de *Gentes y gentecillas* radica en la representación que nos ofrece de la sociedad costarricense de mediados del siglo pasado y no en el movimiento económico producido por las ediciones que se han hecho de la novela de CALUFA. La Casona de Santa Rosa tiene para nosotros valor como vestigio arquitectónico de una época y por lo que representa en la historia del país.

El valor cultural. Más allá de su utilidad práctica y de su valor monetario, la importancia de ciertos objetos la determina lo que representan y lo que generan en no-

sotros. A esto llamamos *valor cultural* de ciertos objetos, a los que llamamos a su vez "bienes culturales". Si por las leyes del mercado fuera, la Casona de Santa Rosa habría sido demolida hace mucho y en su lugar se alzaría un hotel.

Los "bienes culturales" son aquellos productos de la actividad humana que valoramos ante todo por las representaciones del mundo que ofrecen y por los valores estéticos y éticos que transmiten o producen. Desde luego, los bienes culturales *además* suelen tener utilidad práctica y valor monetario, pero ni una ni otro constituyen la razón primordial de nuestro aprecio. La frontera que separa los bienes culturales de otros bienes es dinámica. Los fusiles y cañones de la Campaña Nacional tienen para nosotros valor cultural, aunque originalmente fueran producidos con la muy práctica finalidad de matar.

Lo que somos. Cuando afirmamos que algo tiene valor porque nos representa o por lo que nos produce, decimos algo acerca de nosotros mismos, afirmamos algo acerca de lo que somos y de quiénes somos. Cuando hablamos del valor

cultural de un objeto, necesariamente hay alguien, "un sujeto social" que concede tal valor a ese objeto y no a otros. En los siglos XV y XVI los españoles convirtieron en lingotes de oro toneladas de la más fina orfebrería indígena, mientras que hace pocos años el Talibán dinamitó en Afganistán dos antiquísimas esculturas budistas. Y, para no ir tan lejos, es probable que muchas de las más apreciadas poesías bribris nos dejen indiferentes a muchos costarricenses no indígenas, por carecer los elementos necesarios para comprenderlas y apreciarlas. Los bienes culturales son materializaciones de nuestra identidad y contribuyen a afirmarla y a definirla.

Lo cierto es que somos, al mismo tiempo, guanacastecos (o limonenses, o josefinos), costarricenses, centroamericanos y ciudadanos del mundo, y estos planos a menudo entran en contradicción. Así, por ejemplo, la representación o la idea de lo que es "ser costarricense" muchas veces excluye o riñe con la representación que un limonense o una guanacasteca tienen acerca de lo que es ser limonense o ser guanacasteca. De la misma for-

ma, la idea que un joven herediano criado en la era del Ipod y de la Internet tiene acerca del país y el mundo, con seguridad difiere de la de un campesino de la zona norte.

La diversidad. A diferencia de una sociedad regida por el poder teocrático o por cualquier otro poder centralizado —en donde toda desviación de la representación única u oficial del mundo es severamente sancionada—, la sociedad democrática moderna parte del reconocimiento de la diversidad de sujetos, visiones, historias e intereses que conforman cualquier comunidad humana.

Partiendo de este principio, las políticas culturales del Estado —y en general toda acción cultural suya— tienen como finalidad incidir en la producción, distribución y circulación de los bienes culturales en el territorio de un país. Ello supone articular los planos de lo local, de lo nacional y de lo global en una misma política: aquellos bienes culturales representativos de lo nacional deben existir y circular en el espacio local, de la misma forma como lo bienes culturales representativos de lo local deben existir y circular en el espacio nacional. Asimismo, lo global o internacional debe de existir y circular en el espacio local y en el espacio

nacional y, por último, lo nacional y lo regional deben de circular también en el espacio global.

De dónde venimos. Hoy existen bienes culturales cuya producción se realiza bajo el régimen industrial. Las llamadas industrias culturales —audiovisual, editorial, musical y, más recientemente, los videojuegos— son cada vez más importantes por su alcance y difusión masivos. Las naciones industrializadas y postindustrializadas tienen, en general, enormes ventajas en lo que respecta a su producción. Países poderosos como China o Francia ponen condiciones a la circulación de los productos extranjeros de tales industrias en sus territorios, argumentando que, si no, se debilitaría su sentido de identidad como naciones.

Puede que esta sea una sabia previsión. Pero en cualquier caso las identidades son dinámicas, se recrean incesantemente y, de permanecer fijas mirando tan solo hacia el pasado, corren peligro de convertirse en quebradizas estatuas de sal que el flujo del tiempo disolverá inexorablemente. Parafraseando al poeta y músico Jaime Gamboa, es indispensable mirar atrás, pero solo para saber de dónde venimos. No para saber quiénes somos, sino de dónde venimos. ■