

EL COLECCIONISTA Y SU TESORO: LA COLECCIÓN

Isabel Pinillos Costa

ABSTRACT

Sorprende, al revisar la literatura sobre coleccionismo el reducido interés que parece haber despertado el tema, cuando se trata de una actividad de tanta relevancia, que mueve un volumen espectacular de negocio y que ejemplifica una especial vinculación de lo económico con los aspectos más específicamente individuales del ser humano.

Partiendo de una revisión de la literatura sobre coleccionismo, desde una perspectiva psicológica se observa la necesidad de poner en correlación los factores de personalidad, valores, nivel de activación del sistema nervioso, motivaciones y biografía emocional del coleccionista y los diferentes perfiles en la forma de coleccionar; así como analizar las diferencias con el perfil de quienes no son coleccionistas.

1. DEFINICIÓN DEL TÓPICO

La idea de la colección como tesoro se remonta a la propia historia del hombre, mostrando la colección como una forma de acumulación que produce prestigio por la exhibición de lo poseído y, al mismo, tiempo ligada a lo oculto de los templos, palacios reales y criptas. Es un fenómeno del que se tienen referencias desde 5000 años A.C.

De hecho, el origen del coleccionismo de objetos refleja la transfiguración que sufrieron los objetos al circular dentro de una sociedad y entre sociedades como bien personal, tesoro, género, botín de guerra o como parte del patrimonio cultura. Hemos de concluir que es por tanto una actividad muy ligada a la naturaleza social del hombre.

Otro aspecto de la actividad es la relevancia dentro del ámbito económico, moviendo importantes cuantías de dinero.

Uno de cada cuatro españoles son coleccionistas. Y uno de cada tres americanos también lo son (McIntosh y Schmeichel, 2004). Hay que tener en cuenta que muchos de ellos están dispuestos a pagar importantes sumas por obtener el objeto deseado de su colección.

También el coleccionismo promueve diversidad de negocios donde desarrollar la actividad: rastrillos, desembalajes... y las tiendas dedicadas a este género, anticuarios, almonedas, rastros benéficos, subastas, ferias, van en aumento progresivamente.

Y esta actividad se adapta a las nuevas tecnologías y modos actuales al utilizar como vehículo de expansión del coleccionismo Internet. Crece la comunidad de coleccionistas a partir de sitios de compra y venta por Internet. Este es un mercado que en nuestro país se encuentra en pleno crecimiento, y que en otros países como Estados Unidos ha desarrollado una base de coleccionistas que llegan a pagar sumas estratosféricas por las cosas más extrañas y raras. La venta de productos coleccionables ha sido en parte responsable del éxito de sitios de compra y venta, como el caso de eBay, el sitio de comercio electrónico más grande del mundo y que surge en un principio como una página en Internet que buscaba colocar una plataforma para que los coleccionistas encontraran personas con intereses similares y pudieran intercambiar productos.

Asimismo, hay que considerar que debido a su valor histórico, cultural y/o científico algunas colecciones pasan a formar parte del patrimonio nacional de un país. Otras pasarán a formar parte de algún museo, donde serán accesibles al público, y cuidadas por profesionales especializados.

Esta patrimonialización progresa desde la constitución de productos culturales integrados por una forma histórica de acumulación, hacia bienes patrimoniales de una sociedad. Y luego sobreviene la expansión mediante la educación institucional y su perfeccionamiento por la investigación.

Todo ello conforma un proceso constituido por las acciones del Estado, los movimientos sociales y el sector privado.

Por último, según Baudrillard (2003) apunta, el coleccionismo puede avanzar y convertirse en la mitología que, en sustitución de la religión, permita dar una respuesta al hombre frente a la angustia del tiempo y de la muerte.

Está emergiendo un nuevo tipo de personas que basa el valor de su vida en una nueva cosmología centrada en lo material. Surge un nuevo sistema de significado de forma que nuestro sistema económico actual se convierte cada vez más en el sistema de los valores y ser el cauce donde el sentido del yo intenta hacerse real, objetivizarse simbólicamente por medio de la posesión repetida de objetos.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Sorprende, al revisar la literatura sobre el tema del coleccionismo y en especial en lengua castellana, la inexistencia de publicaciones e investigaciones sobre el tema.

Y resulta más curioso todavía que, en un mundo donde a los factores económicos se les presta un considerable interés, no se haya prestado atención a esta actividad que tiene tanta relevancia, moviendo un volumen tan espectacular de negocio.

El coleccionismo, ejemplifica según mi criterio, una especial vinculación de lo económico con los aspectos más específicamente individuales del ser humano.

El coleccionar se caracteriza por ser una modalidad de posesión y relación con los objetos que implica un fuerte involucramiento emocional.

Freud considera que esta fascinación que los objetos generan tiene relación con un significado simbólico que le atribuye el poseedor del mismo y que de alguna manera se transfiere, al poseerlo, al mismo poseedor. El mismo Freud, sacrificó importantes sumas en su colección de arqueología y reconoció en un momento de su vida que había leído más de Arqueología que de Psicología.

El concepto de que el objeto de colección tiene un valor subjetivo para el coleccionista es algo repetido. Y son este tipo de objetos la base sobre la que se asienta una colección.

Muensterberger (1994) considera que la afición por coleccionar puede entenderse como la selección, adquisición y posesión de objetos de valor subjetivo.

El coleccionista considera su colección como una especial clase de tesoro por el que siente una especial fascinación. Pero suele acudir a racionalizaciones para explicar su conducta, en vez de dar sus verdaderos motivos, en muchos casos ocultos para ellos mismos.

Es precisamente la necesidad de acceder a esta parte oculta en el coleccionismo la que sustenta la necesidad de abrir nuevas y originales vías que expliquen el porqué acerca de la afición de coleccionar cosas.

Belk (1991) ha estudiado el misterio de la posesión de objetos desde la perspectiva del hombre. Revisando la literatura, encuentra que desde Descartes se explica el coleccionismo a través de argumentos racionales. En muchas disciplinas científicas se plantea como el motivo de la adquisición de objetos la anticipación de sus beneficios y el subsiguiente placer.

Pueden ser razones de tipo lógico o hedonista las que se esgrimen para explicar el porqué de la posesión de objetos por el hombre. En algunos casos incluso parece que la posesión de algo, más que proporcionar placer, reduce el malestar.

Incluso en determinado nivel cultural, las razones de tipo lógico, sirven más para justificar el elevado consumo, que como explicación de su causa.

A lo largo de la Historia, se ha recurrido a diferentes teorías para explicar las razones últimas en la conducta coleccionista.

Partiendo de James (1892) algunas de estas teorías explican el coleccionismo, como extensiones del “yo” (*self*).

Las Teorías psicoanalíticas se centran en explicar la conducta del coleccionista tanto en función de instintos sexuales como agresivos. Establece una relación con las circunstancias sexuales, de forma que permiten la compensación de problemas derivados de las fases críticas de la evolución sexual. Esto constituye una regresión hacia la etapa anal que se traduce en conductas de orden, acumulación y que lleva a una intensa satisfacción, donde el objeto cobra el sentido del objeto amado. Lerner (1961) realizó un estudio con 15 coleccionistas de sellos y una muestra de control y encontró evidencia empírica de la presencia de un conflicto anal y su sublimación en la conducta coleccionista.

Wolf (1980) abre una vía nueva al plantear que en la base de la motivación para coleccionar pueden encontrarse necesidades tempranas de apego sin cubrir.

Khust (1984) de alguna forma vuelve a retomar el concepto del *self*, y explica la pasión de coleccionar en relación a las necesidades de explorar, de estar en contacto con otros y de búsqueda de estabilidad personal.

Lowenstein (1988) vuelve a explicaciones anteriores al considerar el coleccionismo como una derivación del impulso de agresión, ya que en muchos aspectos se parece a la caza: localizar la presa, planear el ataque, cobrar la presa realmente o en imaginaria competición, en unión de sentimientos de logro. La presa es un trofeo que simboliza la agresión y el progreso.

Belk *et al.* (1990) en una amplia investigación con coleccionistas encontraron diversas motivaciones: a) En relación al *self*, puede constituir una defensa frente a emociones negativas, o como necesidad de cambio, deseos de experiencias, de conocimiento o competencia y como una función narcisista esencial para el mantenimiento de la autoestima; b) En relación a otros, permite desarrollar el deseo de pertenencia e inclusión; c) Como sentido de preservación, restauración, historia y continuidad; d) como inversión financiera; e) como adicción.

Sin embargo, no encontraron evidencia de sublimación de impulsos como sostienen las teorías psicoanalíticas y que Lerner (1961) evidenció en su investigación. Debido a la gran diversidad de motivaciones encontradas, sugieren que el coleccionismo puede tener en cada personalidad una función específica y puede servir para la satisfacción de las necesidades que un individuo tiene en diferentes momentos.

En este sucinto recorrido, se muestran vías que explican el coleccionismo como un medio de satisfacer necesidades sin cubrir como las de apego, de pertenencia e inclusión con otros, de estabilidad personal, autoestima y también como medio de desarrollar otro tipo de necesidades del desarrollo como pueden ser las de cambio, conocimiento, exploración y en último término es el intento por construir una totalidad ideal que satisfaga el deseo de plenitud (Muensterberger, 1994).

3. DELIMITAR EL CAMPO DE INVESTIGACIÓN

Una Colección es el resultado de un impulso humano claramente dirigido a la creación de algo nuevo, que considera las cosas como fragmentos de una cierta totalidad, constituida por criterios

únicos. Tiende a la permanencia. Despierta un sentimiento amoroso en el coleccionista. Es una actividad siempre viva. Si se interrumpe una colección, se suelen emprender otras. Suelen especializarse.

Es un ejercicio que implica observación y búsqueda. (Muensterberger, 1994)

Estudiar el fenómeno de Coleccionar implica hacerse una serie de preguntas en profundidad acerca de la persona que colecciona, que nos lleva a profundizar en los rasgos de su personalidad, motivaciones y valores.

También es importante atender a los aspectos que determinan la elección de tema y entender la función del objeto de colección y de la serie a la que se remite.

Y por último, introducirnos en el conocimiento del proceso de coleccionar y de las variaciones que se producen en la forma en que las personas coleccionan.

El posterior estudio para buscar relaciones entre todas estas variables, puede ir acercándonos a este misterio de la posesión de objetos.

4. EL COLECCIONISTA

El plantearnos responder a la pregunta de cómo es la persona del coleccionista nos lleva a tener que estudiar cuáles son los rasgos de su personalidad, sus valores, actitudes y motivación.

No parece que se hallan realizado estudios referentes a alguna característica de la personalidad del coleccionista. Estudios realizados en el ámbito del consumo, partieron de la hipótesis de que es más plausible suponer que las propiedades de la motivación o de la personalidad y la elección de productos son más fuertes cuando la compra, o el producto, es importante para el consumidor y cuando el porcentaje de la utilidad social o psicológica es mayor. Pero las investigaciones parecen desechar la influencia de rasgos de personalidad específicos en la conducta del consumidor de productos habituales.

Se ha estudiado y especulado más sobre los aspectos motivacionales subyacentes de la personalidad en la determinación de la conducta. El estudio de la motivación en el hombre conecta con su nivel de activación y con sus necesidades. La motivación es la causa del comportamiento de un organismo y explica el porqué un organismo lleva a cabo una actividad determinada.

Ninguna teoría de la motivación ha sido universalmente aceptada. En primer lugar, muchos psicólogos, dentro del enfoque del conductismo, plantearon que un determinado nivel de estimulación hacía que un organismo se comportase de forma tal que trataba de eliminar dicha estimulación, ocasionando un estado deseado de ausencia de estimulación. De hecho, gran parte de la fisiología humana opera de este modo.

Sin embargo, las recientes teorías cognitivas de la motivación describen a los seres humanos intentando optimizar, antes que eliminar, su estado de estimulación. Con ello, estas teorías resultan más eficaces para explicar la tendencia humana hacia el comportamiento exploratorio, por la variedad, las reacciones estéticas y la curiosidad.

En los seres humanos, la motivación engloba tanto los impulsos conscientes como los inconscientes.

Las teorías de la motivación, en psicología, establecen un nivel de motivación primario, que se refiere a la satisfacción de las necesidades elementales, como respirar, comer o beber, y un nivel secundario referido a las necesidades sociales, como el logro o el afecto. Se supone que el primer nivel debe estar satisfecho antes de plantearse los secundarios. Ambas corresponden a necesidades básicas del ser humano.

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow diseñó una jerarquía motivacional en seis niveles que, según él explicaban la determinación del comportamiento humano.

Necesidades básicas o de carencia: relacionadas con necesidades psicológicas inferiores, innatas. De abajo arriba, se encuentran las de seguridad, pertenencia, amor, respeto y autoestima.

Necesidades de desarrollo o metanecesidades: es el vértice del crecimiento después de la liberación de las necesidades básicas y de la motivación de carencia. No es punto final. Los valores del ser están en la base. Verdad, belleza, justicia, perfección, creatividad, compromiso con una vocación, satisfacer la curiosidad, experiencias nuevas.

Este orden de necesidades sería el siguiente: (1) fisiológicas, (2) de seguridad y protección, (3) amor y sentimientos de pertenencia, (4) prestigio, competencia y estima sociales, (5) autorrealización, y (6) curiosidad y necesidad de comprender el mundo circundante.

Comprobó el hecho de que personas autorrealizadas vivían los valores esenciales a través de sus actividades concretas. Estos valores del ser formaban parte de su Yo, estaban introyectados.

Cuando las necesidades básicas, se encuentran sin cubrir, por carencias en el proceso de desarrollo como la falta de aceptación, amor o integración en el grupo familiar o fallos en el grado de libertad y disciplina con que se dieron las relaciones del niño con sus padres, se producen importantes patrones en la conducta interpersonal que contribuyen a la formación de rasgos estables de la personalidad.

La Teoría de Schutz (1978) plantea la hipótesis del “Simbolismo Interpersonal”. Según la teoría, estas necesidades básicas sin cubrir se relacionan con algunos rasgos del perfil de personalidad, de forma que la Inclusión está relacionada con los rasgos de Extraversión/Introversión, el Control con el rasgo de Dominancia/Sumisión y el Afecto relacionado con el rasgo de Afectividad/Frialdad

En relación a las necesidades interpersonales de Inclusión, Control y Afecto (I/C/A) se describen tres prototipos de personalidad o formas que tiene la persona de satisfacer sus necesidades:

- Excesiva*: la persona intenta constantemente satisfacer sus necesidades.
- Ideal*: satisfacción de la necesidad
- Deficiente*: la persona no intenta satisfacer directamente sus necesidades.

Profundizando un poco más dentro del conocimiento de la persona del coleccionista, hemos de seguir estudiando la motivación que, como ya se planteó, conecta con su nivel de activación y con sus necesidades. La necesidad y el deseo subyacen en la motivación de la conducta. El deseo se halla conectado a una experiencia de satisfacción que produce una imagen determinada. Tal imagen será siempre evocada en un estado de *necesidad* y constituye por sí misma el deseo.

La motivación resulta de la activación de un deseo en un estado de necesidad.

Los valores son objetivos que se espera alcanzar para satisfacer un deseo en un estado de necesidad. La actividad permite satisfacer un necesidad.

De todo ello se deduce que rasgos de personalidad, valores e intereses derivan de necesidades.

Como se ha ido mostrando, la tesis de que el coleccionismo responde a muy diversas necesidades, ha sido una constante. Pero no se han dado respuestas que aclaren cómo las distintas necesidades, de carencia o desarrollo, rasgos de personalidad, valores, se relacionan concretamente con el tipo de objetos y la forma concreta de coleccionar. Y del estudio del tipo de necesidades concretas, de los valores, los rasgos de la personalidad del coleccionista, de la forma de coleccionismo que practique, así como las relaciones entre todos estos aspectos, pueden dar un poco de luz, en este hasta el momento, mar de especulaciones.

5. EL OBJETO DE COLECCIÓN

El Objeto coleccionable

El deseo ha sido objeto de muy diversos análisis en distintos campos de la cultura, pero es en la doctrina psicoanalítica de Sigmund Freud y Jacques Lacan donde ha tenido un mayor desarrollo. En Freud, el deseo se refiere fundamentalmente al deseo inconsciente, que está ligado a determinadas experiencias infantiles represivas o traumáticas.

La necesidad conduce a la acción y la acción conduce a estilos de conducta o rasgos que buscan la consecución de objetivos formulados en términos genéricos (valores) o específicos (intereses).

Los intereses son actividades específicas y objetos por medio de los cuales los valores pueden ser alcanzados y las necesidades cubiertas” (Nevill y Super, 1987, p.3). Los objetos relacionados con el deseo, simbólicamente representan una imagen conectada a la satisfacción.

Freud considera que la fascinación procede de que el poder asignado al tesoro por parte del poseedor le hace creer que lo tiene él mismo.

Según Ondina Rodríguez: “El Objeto de colección trata sobre un modo de reescritura del sujeto, gracias a un desplazamiento semántico que se da en la relación sujeto-objeto y que por supuesto tiene un tinte pasional.

El valor del objeto es realmente el resultado de una relación de tensión entre el sujeto y el objeto. El sujeto otorga valor a los objetos y por tanto los transforma inmediatamente en objetos coleccionables, pareciendo obvio que se trata de las sombras de valor que se crean en torno a los mismos objetos y que en el fondo parten del sujeto y que al final reposarán en la figura del sujeto: reconocimiento, saber, hedonismo, etc.”

Los objetos tienen por tanto, en el coleccionismo, un profundo sentido que hace referencia al propio sujeto que colecciona, permitiéndole el acceso a un recinto mental en el cual es el rey.

Baudrillard (2003): “Ciertamente existe una amplia gama de variaciones personales entre el tipo de objeto coleccionado, las formas de coleccionarlo y guardarlo, sin embargo, a estas particularidades subyacen prácticas que están ligadas a una particular valoración del objeto, se lo inviste de poderes especiales y se lo convierte en un sustituto simbólico en el que se transfieren deseos que difícilmente podrían expresarse en otros planos”.

Muensterberger (1994) sostiene que esta especial forma de involucramiento con los objetos tiene relación con disposiciones inconscientes cuyos orígenes se pueden rastrear en la infancia temprana. De acuerdo con esta postura el coleccionista asigna a sus objetos un valor especial, ya que su posesión cumple la función de modificar estados de angustia, ansiedad o incertidumbre”.

Como resumen, en primer lugar los objetos en el coleccionismo parten del sujeto que les otorga un poder que está conectado con una representación simbólica que remite a necesidades o valores del propio sujeto. En segundo lugar ese valor simbólico asignado al objeto, revierte en el poseedor del mismo, dotándole de alguna manera de esos atributos y deseos. Los objetos son espejos perfectos de imágenes deseadas. El “objeto”, según Rheims (1961), es para el hombre una suerte de perro insensible que recibe caricias y las devuelve a su manera o más bien las remite como un espejo fiel no a las imágenes reales, sin a las imágenes deseadas.

Del objeto a la serie

La búsqueda progresiva y permanente es otro aspecto característico de las prácticas de los coleccionistas, que les lleva a buscar en un ciclo recurrente nuevos objetos. Es decir, el objeto del coleccionismo es la serie.

Según Baudrillard (2003) el “objeto de colección” es una posesión donde ha sido abstraído de su función práctica y vuelto relativo al sujeto.

De esta manera todos los objetos poseídos pertenecen a la misma abstracción y se remiten unos a otros, siendo en último término la referencia el propio sujeto.

Pero no basta con uno solo, se requiere la repetición de objetos que remiten unos a otros, de forma que la organización crea una abstracción que permite la recuperación por el sujeto del objeto de posesión, que en suma, le remite a sí mismo. A través de la “*totalización abstracta del sujeto*” la organización de los objetos, los remite unos a otros y hace de cada objeto una abstracción suficiente para que pueda ser recuperado, en esa otra abstracción que significa el objeto de posesión”.

Cabe preguntarse qué tipo de función tiene la serie en orden al propio sujeto que no se conforma con la posesión de un objeto singular. Baudrillard (2003) la responde planteando que el goce proviene de que la posesión juega sobre la singularidad absoluta de cada elemento que lo hace equivalente de un ser y en el fondo del sujeto mismo y también porque expresa la posibilidad de la serie que permite la sustitución indefinida y del juego. El hombre es señor de un serrallo secreto en el seno de sus objetos. Tienen el encanto de la serie en la intimidad y de la intimidad en la serie. El objeto por tanto permite la exaltación de la persona, el control y el juego.

Funciones básicas en las relaciones humanas donde el dominio, control y el juego adquieren un papel relevante. En este sentido el coleccionismo podría ser un sustituto de carencias en las relaciones interpersonales donde buscar dominio, pertenencia, valoración.

En la relación con los objetos, no hay conflictos, al contrario que en la relación humana, por lo que tranquilizan aunque a cargo de maniobras como la abstracción y según algunos autores como la regresión hacia la etapa anal. Se invierten a los objetos de todo aquello que no pudo lograrse en la relación. En el campo de la relación humana, su calidad de dominio y juego. (Baudrillard, 2003)

Otro aspecto que han considerado varios autores es su función de dominio del tiempo. La continuidad del tiempo puede ser angustiada. Los objetos en su integración discontinua en series, clasificables, reversibles y repetitivas a voluntad, nos sustrae a la angustia. Nos ayudan por su inserción en series mentales a dominar el tiempo. La problemática temporal es esencial para colección. La colección expresa el perpetuo recomenzar de un ciclo dirigido en el que el hombre juega a cada instante partiendo de cualquier término y seguro de regresar, el juego del nacimiento y de la muerte (Baudrillard, 2003).

Aristóteles dijo que hay algo en la psique humana que obliga al hombre a moverse siempre con una avidez que no tiene límite. Y cabe hacerse la pregunta de hacia dónde vamos y cabe responder que hacia parte alguna sino desde algo, nuestra sombra de carencia, la huida de la muerte o del vacío de la vida.

Heidegger conceptua la muerte por un lado como una amenaza de la no existencia y por otro como una condición previa para el entendimiento pleno de nuestra vida y como base de liberación de la ansiedad.

Neimeyer y Chapman (1980) conectan la ansiedad ante la muerte con la autorrealización. La muerte reduce a cada uno a su propia esencia, que es su pasado, lo que uno ha sido. Una persona que ha realizado en gran medida sus proyectos vitales es menos probable que esté ansiosa ante la muerte.

Varias teorías psicológicas (Maslow, 1968, 1970; Rogers, 1980) apoyan este planteamiento al considerar que para las personas que funcionan plenamente, autorrealizadas, la muerte puede ser una experiencia interesante.

El modelo de los dos factores de ansiedad ante la muerte postulan que la ansiedad ante la muerte está determinada por dos factores. Un factor refleja la salud psicológica global y el otro refleja experiencias vitales específicas que tienen que ver con el tema de la muerte. Resultados indican una correlación negativa entre autoestima y ansiedad ante la muerte.

La teoría del Control del Terror mantiene que la gente está motivada a participar en actividades culturales porque reduce la ansiedad ante la muerte. Los objetos de una colección pueden tener una función amortiguadora frente a nuestra conciencia de vulnerabilidad y mortalidad.

A la vista de lo anterior cabe plantearse si a través del coleccionar, el coleccionista intenta dominar el tiempo y ofrecer una defensa frente a la conciencia de vulnerabilidad del hombre y su ansiedad ante la muerte.

6. EL PROCESO DE COLECCIONAR

Parece que el coleccionar y el coleccionismo giran en torno a la relación entre: la acción o conducta (coleccionar), el sujeto que ejecuta la acción (el coleccionista) y el objeto como perteneciente a una serie organizada, abierta permanentemente a la introducción de nuevos elementos. En la colección, la serie es más importante que el objeto mismo, ya que en ella se expresan, a través de la manipulación de objetos, la necesidad de control sobre un mundo imaginario. En tanto el objeto no resiste a la clasificación, ordenación y manipulación, se convierte en el medio privilegiado mediante el cual se expresan deseos del propietario (Baudrillard, 2003).

La colección no es solamente un conjunto más o menos ordenado de objetos, es principalmente una forma de pensar y concebir relaciones significativas entre objetos y de estos con el "mundo" o el contexto social al cual pertenecen. Coleccionar implica constituir también una forma de apreciación y de ordenación racional para ese conjunto de objetos y, como diría Barbara Kirshenblatt-Gimblett (1991), constituir una actitud que haga posible la apreciación del conjunto de fragmentos como un todo coherente (Kirshenblatt-Gimblett: 1991).

Fases del proceso

Según McIntosh, y Schmeichel (2004) podemos distinguir ocho fases en el proceso de coleccionar. En primer lugar la gente decide coleccionar cierto tipo de cosas. Luego busca información acerca de ello. Después eligen uno o más objetos para empezar y diseñan un plan para hacerse con ellos. Seguidamente inician la búsqueda del o de los objetos. Los adquieren. Por último, colocan, organizan, clasifican lo adquirido.

La Formación del Objetivo puede tener una razón pasional, espontánea, mientras otras veces es un proceso razonado y en otras es un accidente lo que inicia el proceso como puede ser recibir un regalo, una herencia o una compra. Sea cual sea el inicio, razonado o pasional, se activa un proceso caracterizado por el esfuerzo en conseguir un objetivo.

Sostienen McIntosh, y Schmeichel (2004) que el coleccionismo refleja una pluralidad de motivaciones sociológicas, psicológicas, económicas y posiblemente biológicas.

El siguiente paso es buscar información y conocimiento con respecto al objetivo. Este conocimiento tiene importantes consecuencias para el sentido del yo del coleccionista, ya que debe ser capaz de distinguir entre lo bueno y lo malo y hacer progresos rápidos en el camino hacia sus objetivos. Ello contribuye a la autodeterminación y a la autonomía de las necesidades en el coleccionista.

También el hecho de interactuar con otros coleccionistas ayuda a formar un nuevo grupo con el que identificarse, siendo éste es un importante factor en las motivaciones del coleccionista.

A través del conocimiento en el área de la colección que ha elegido emprender, puede reducir complejos elevando la autoestima al obtener los objetos que desean.

El tercer paso es la planificación y cortejo. Después de la fase anterior, los coleccionistas están preparados para formular un plan para la adquisición de los objetos de su colección. En esta fase, en paralelo, aparece un proceso de tipo afectivo, una especie de cortejo o noviazgo, donde el coleccionista establece un tipo de apego hacia el objeto de su deseo o más apropiadamente con la idea de ser el propietario del objeto deseado. La formación de este vínculo de apego con el objeto, puede explicar el porqué los coleccionistas refieren emociones positivas referentes a la idea de poseer el objeto deseado. Procesos de condicionamiento clásico pueden contribuir a la relación de apego a través de la asociación de la idea de propiedad sobre el objeto deseado con un afecto positivo.

Anteriormente planteamos cómo para construir esta relación con el objeto empieza por asignarle un especial significado. El coleccionista saca al objeto del mundo de lo consumible y le eleva de rango dándole un contenido simbólico. Puede percibirlo como un talismán de la suerte (Belk, 1995).

Belk (1995) observó que el coleccionar produce una separación de otras personas. Quizás las emociones que la gente dirige hacia otras personas, en este caso, se dirigen hacia los objetos deseados.

Este objeto está casi siempre dentro de su dominio y alcance, y esto puede ser provocar un tiempo de ansiedad (Formanek, 1991).

Durante esta fase de cortejo, les suele producir rumiaciones, procesos obsesivos, repetitivos relacionados con el objetivo.

El proceso de conseguir el objetivo, puede entenderse como un proceso cibernético. El ciclo de test, operación, test y salida (TOTE) se refiere al proceso de comparación del yo con un estándar relevante. El yo opera para reducir las discrepancias entre el estado actual y el estado deseado o meta, testarlo, y continuar el proceso hasta que se consigue el objetivo (Carver y Scheier, 1981). Los coleccionistas tienen un concepto del coleccionista ideal y se imaginan que cuando posean una colección relevante, se enriquecerán con la identificación con ese coleccionista ideal.

este coleccionista ideal es usado como meta para la comparación mientras persiguen los ejemplares de su colección. Las fases dirigidas hacia la meta deseada producen un estado de vigilancia, que incluyen sentimientos de carencia, lo que encausa hacia reducir esa discrepancia. En función del progreso, se producen emociones positivas o negativas. Si la deseada meta no se puede conseguir, el coleccionista puede reducir su idea de coleccionista ideal o abandonar el objetivo.

Las rumiaciones y la promesa de elevar la autoestima ayuda a explicar los altos precios que los coleccionistas a menudo ofrecen pagar por conseguir el objeto de sus deseos, que les permite reducir la tensión y la rumiación y provocar una emoción positiva a la vez que eleva la autoestima, lo cual les compensa.

Esta esperanza de amortización no es enteramente inconsciente, ya que el mayor motivo para coleccionar según los coleccionistas, es elevar los sentimientos de competencia, éxito y triunfo (Belk, 1991).

La gente tiene un ligero conocimiento de los procesos que dirigen su conducta.

Se produce una excesiva rumiación en torno al objetivo que pueden generar sentimientos negativos y en último extremo, infelicidad (McIntosh, y Schmeichel, 2004).

Este proceso de generar un estado de tensión puede parecer masoquista. Pero también la gente se siente aburrida y apática cuando no hay cambios y esto les permite generarlos, aunque un cambio demasiado grande puede producir ansiedad. (Csikszentmihalyi, 1990).

Pero esta conducta permite un control y un feedback cuando se consigue el objetivo.

El siguiente objetivo reside en la búsqueda (caza) del objeto deseado. El objetivo está claramente identificado y sirve como un motivador. Encontrar el objetivo y hacer lo posible para conseguirlo es uno de los más valorados aspectos del proceso de coleccionar. (Belk *et. al.*, 1990). Produce una experiencia de flujo que genera un estado emocional positivo (Csikszentmihalyi, 1975,

1990) y se experimenta en momentos en los que las personas se encuentran totalmente implicadas en la actividad que están realizando, hasta un punto en el que nada más parece importarles. Las personas que experimentan fluidez sienten que controlan sus acciones y que son dueñas de su destino, sienten júbilo y una profunda sensación de satisfacción, más allá del mero divertimento. Es tan placentera esta experiencia que lleva a continuar la actividad a pesar de la presencia de obstáculos.

Se produce cuando la habilidad de la persona está en equilibrio con el desafío que la actividad plantea. En estas circunstancias, la atención se concentra en la consecución de una meta realista, la retroalimentación que se obtiene sobre el nivel de ejecución es inmediata y uno llega a olvidarse de sí mismo (Vecina, 2006)

Con la adquisición del objetivo, se produce un incremento del sentido de competencia y autonomía que produce sentimientos positivos (Deci y Ryan, 1985; Gecas, 1989; Olmsted, 1991). Con este paso se produce una ola de sentimientos positivos y por eso se ha considerado esta afición en términos de adicción.

Por medio del feedback, el coleccionista evalúa su posición actual con respecto a la posición de coleccionista ideal. Le permite a linear el objeto de posesión con su autoestima (Belk *et al.*, 1990).

En la fase de postadquisición, cuando el coleccionista vuelve a casa con el objeto para examinarlo, se produce la primera exaltación. En este punto el objeto está claramente alineado con el autoconcepto y la línea entre "yo" y "mio" está abolida.

También la relación con otros coleccionistas ha sido considerada como uno de los más relevantes aspectos del coleccionismo (Christ, 1965), aunque Tessers (1988) sugiere que la comparación con otros coleccionistas puede producir efectos diversos en función de la situación concreta. Si el coleccionista se compara con otros que coleccionan lo mismo pero tienen una mejor colección, su autoestima puede resultar perjudicada, mientras que si uno posee un objeto singular puede proporcionar evidencia de ser único y autónomo.

Con la posterior manipulación/organización/catalogización se obtiene control sobre los objetos deseados, incrementando los sentimientos de seguridad y competencia, al ser manipulado conforme a los deseos del coleccionista. (Danet y Katriel 1989/90). Permite una evaluación concreta del progreso efectuado que le proporciona mucho placer. Se ha argumentado que este feedback referente al progreso en la consecución del objetivo permite cubrir las necesidades del yo y llenar el tiempo.

Y por último se reinicia el proceso al volver de nuevo a la fase de generar un nuevo apego y pasar por las mismas fases anteriores.

Cabe preguntarse si este perpetuo recomenzar del coleccionista, simboliza el juego del nacimiento y de la muerte (Baudrillard, 2003), permitiéndole exorcizar el paso del tiempo y la inevitabilidad de la muerte.

Formas de coleccionar

Uno de cada cuatro españoles colecciona. Pero hay diferencias significativas en cuanto a la forma cómo se colecciona.

Hay que diferenciar el coleccionista pasivo (no implica búsqueda, ni organización y la colección tiene un fin) del coleccionista activo (busca, organiza, crea y nunca se acaba). En España un cuarto de los coleccionistas son activos.

También otra diferencia a tener en cuenta si coleccionan temas específicos o relacionados o si coleccionan temas muy diversos y sin conexión.

Por último, otro aspecto que puede generar diferencias son el tipo de inversión, si es alta o baja.

De estas diferencias, se pueden establecer tipos de coleccionistas, que denominaremos del 1 al 8

y que viene reflejado en el cuadro 1.

Donde los términos que se utilizan representan:

PASIVA: se adquiere una colección realizada (fascículos, etc)

ACTIVA: se elabora la propia colección

PI: pequeña inversión

GI: gran inversión

Cuadro 1. Formas de coleccionar

CONTENIDOS RELACIONADOS				CONTENIDOS DIVERSOS			
PASIVA		ACTIVA		PASIVA		ACTIVA	
PI	GI	PI	GI	PI	GI	PI	GI
1	2	3	4	5	6	7	8

7. CONCLUSIONES

Está comprobada la influencia de los grupos (familiares, culturales, etc) sobre la actitud y la conducta coleccionista. El coleccionista tiene una actitud positiva ante la actividad. Y aunque es un requisito necesario, se conoce que no es suficiente. Se requieren otras magnitudes de influencia intrapersonal en el coleccionista.

Son las características específicas del coleccionista como los rasgos de personalidad y las motivaciones, los aspectos clave que se requiere conocer para explicar el misterio de la afición de poseer objetos.

La motivación depende de la activación y de las necesidades.

Con respecto a la activación, hay que recalcar que el ser humano, a diferencia de otros organismos, intenta optimizar, antes que eliminar, su estado de estimulación. Ello puede explicar la tendencia hacia el comportamiento exploratorio, hacia la variedad, las reacciones estéticas y la curiosidad, elementos que pueden estar implicados en las motivaciones de ciertos coleccionistas.

Un aspecto a investigar del coleccionista es su nivel de activación en relación al tipo de características de su sistema nervioso, que puede medirse en el rasgo Ajuste/Ansiedad.

El otro aspecto que incide en la motivación son las necesidades. Hay que distinguir necesidades básicas o de carencia y necesidades de desarrollo. Estas necesidades básicas tienen su origen en la infancia temprana y suelen estar ligadas a la pérdida o vulnerabilidad.

Parece que las necesidades de carencia están detrás de muchos coleccionistas.

Son necesidades relacionadas con motivaciones como medio de obtener control y seguridad, como acto compensatorio de debilidades y carencias, y conseguir autoestima, como camino para obtener afecto y amor, y alcanzar sentimientos de apego, inclusión y pertenencia.

Pero también se encuentran necesidades de desarrollo en coleccionistas que buscan el cambio, el conocimiento, la exploración, el altruismo, el arte, la creatividad, afán de poseer o gozar de lo bello, deseo de perpetuar ciertos hechos, compromiso con la vocación, etc.

Con respecto a las necesidades, parece que el coleccionismo es un medio de satisfacerlas.

Pero hay muchas incógnitas que despejar sobre la manera cómo la motivación ligada a la satisfacción de necesidades, incide en el coleccionismo.

¿Son sólo necesidades de carencia o necesidades de desarrollo las implicadas fundamentalmente? ¿Puede ser una combinación de los dos tipos de necesidades? ¿Se buscan satisfacer las mismas necesidades de diferentes modos en las distintas fases del proceso? ¿O es una combinación de distintas necesidades que se buscan satisfacer en diferentes fases del proceso? ¿Se relacionan distintos tipos de necesidad con diferentes tipos de coleccionismo?

Los rasgos de personalidad del coleccionista son otra incógnita. Es necesario investigar si existen semejanzas entre los coleccionistas que los diferencian de los que no lo son. O si existen relaciones específicas entre un tipo de coleccionismo y rasgos de personalidad.

¿Existen rasgos de personalidad comunes en algún tipo de coleccionismo?

¿Es el nexo de conexión el prototipo de personalidad “Excesivo” que se caracteriza por la búsqueda incesante de satisfacer necesidades? Según la teoría, este prototipo se relaciona con rasgos del perfil de personalidad como “Extraversión, Dominancia y Afecto”.

La forma de satisfacer las necesidades es a través de los objetos en su función de “objetos de posesión” que conectan simbólicamente con deseos (impulso conectado a la satisfacción que produce una imagen).

Al incorporarse a la colección, los objetos sufren una transfiguración en la serie que remite de un objeto a otro y convierte la relación entre objetos en el foco principal de interés. El origen de esas relaciones está en los vínculos que los sujetos establecieron con los objetos y a través de ellos con otros hombres y mundos, mediados por sus concepciones, valores, prácticas e intereses.

Al analizar las distintas funciones que se ponen de manifiesto en el proceso de la relación con los objetos, parece que hay algunas repetidas y que tienden a favorecer la autodeterminación, la autonomía, la identificación, la autoestima, el control, dominio y juego.

Muchas de las motivaciones en tono al coleccionismo se desarrollan en relación con el desarrollo e incremento del sentido del yo, que se produce a través del progreso en su colección.

También el dominio, control y el juego adquieren un papel relevante en las relaciones humanas. En este sentido el coleccionismo podría ser un sustituto de carencias en las relaciones interpersonales donde buscar dominio, pertenencia y valoración.

Por tanto la colección es en primer lugar, un discurso para sí mismo, aún cuando se pueda convertir en un discurso para otros.

La presencia del “otro” es importante, la referencia del que conoce de colecciones, pero también el otro que tiene lo que no tenemos. Esta sucesión de términos que es la colección termina en la persona del coleccionador. Encerrado en los celos de la posesión se satisface con el valor que puede tener el objeto para los demás y en frustrar al otro por no tenerlo.

Curioso resulta este proceso circular y repetitivo en pos de una meta que parece al mismo tiempo asociada a la imposibilidad de lograrla.

Puede que en el caso de que en la base de la motivación de la conducta coleccionista se encuentren necesidades de carencia, la respuesta sea que al intentar satisfacerlas a través de una defensa, lleve implícita la imposibilidad de lograrlo. Y puede que otro factor implicado sea un tipo de personalidad que busca constantemente la satisfacción de necesidades.

En el caso de que sean necesidades de desarrollo las implicadas como base motivadora del coleccionismo, es lógico esperar este proceso repetitivo y en aumento creciente, ya que este tipo de necesidades de desarrollo siguen un proceso ascendente sin existir períodos de latencia.

Pero cabe preguntarse también si las personas que buscan cubrir las necesidades de desarrollo por medio de la cultura, están buscando una respuesta al anhelo de inmortalidad.

Por último, al igual que con toda conducta, ésta se refuerza o inhibe en función de las consecuencias que obtenga. Consecuencias positivas para el coleccionista mantienen el interés por la colección y consecuencias negativas disminuyen la motivación para ello. La diferencia entre beneficio o perjuicio del coleccionar no está en la realización de dicha actividad, sino en los objetivos que subyacen, que conectan con las causas por la cual se realiza. Control, amor, pertenencia, autoestima, respeto, belleza, conocimiento, creatividadetc.

De todo lo anterior se deduce la necesidad de hacer una investigación que busque correlaciones entre factores de personalidad, valores, nivel de activación del sistema nervioso, motivaciones y biografía emocional del coleccionista y los diferentes perfiles en la forma de coleccionar.

Es importante asimismo comparar estos datos del coleccionista con otros perfiles de personas no coleccionistas y con los de otras personas, que teniendo tanto similares carencias emocionales como necesidades de desarrollo asimilables, no coleccionen.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, B.F. (1968). Estructura de un experimento psicológico. Valencia: Marfil.
- Baudrillard, J. (2003). El sistema de los objetos. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI, 17ª edición.
- Belk, R.W. (1991). The Ineluctable Mysteries of Possessions. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 6, 17-55.
- Belk, R.W.; Wallendorf, M; Sherry, J.F.; Holbrook, M.B.(1990). Collecting in a consumer culture. En Belk, R. (Ed.), *Highways and buyways: Naturalistic research from the consumer behaviour odyssey*. Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Bishop, R. (2003). It's Not Always About The Money: Using Narrative Analysis to Explore Newspaper Coverage of the Act of Collecting. *Communication Review*, 6, 117-127.
- Campbell, D.; Standley, J. (1978). Diseños experimentales y cuasi experimentales en la experimentación social. Buenos Aires: Amorrortu.
- Creswell, J.W. (2002). *Research Design*. London: Sage .
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey Boss.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: Thology of optimal experience*. New York: Harper and Row.
- Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: domestic symbols of the self*. Chicago: University of Chicago Press.
- Diehl, J.M. (1982). *La Investigación de la Motivación en el Ámbito de la Conducta del Consumidor*. Barcelona: Herder.
- Fierro Bardají, A. (2002). *Personalidad, persona, acción. Un tratado de Psicología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Formanek, R. (1991). Why They Collect: Collectors Reveal their Motivations. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 6, 275-286.
- Hiriart, B. (2002). Colección de colecciones. Notas sobre nuestra afición a las cosas. México: Paidós Mexicana.
- Holland, B. (1996). Can a collector's house be a home? *New York Times*, 146, 35.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*, Vol. 1. New York: Henry Holt.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1991). Objects of Ethnography. En Ivan Karp; Steven Lavine (Eds.) *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Loy, D. (1991). El budismo y el dinero: la represión actual del vacío. *Buddhist Etthics and Moder Society*, 31, 297-312.
- Maslow, A. (1996). *Visiones del futuro*. Barcelona: Kairós.
- McIntosh, W.D.; Schmeichel, B. (2004). Collectors and Collecting: A Social Psychological Perspective. *Leisure Sciences*, 26 (1), 85-97.
- Muensterberger, W. (1994). *Collecting: An unruly passion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Nodelman, P. (1987). John Fowles's Variations in The Collector. *Contemporary Literatura*, 28 (3), 332-342.
- Nuttin, J. (1982). *Teoría de la motivación humana*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Rodríguez O. Coleccionar: Ordenar, manipular y re-escribir. En http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubeelectronicas/estetica/num7/ondina_rodriguez2.pdf. Fecha de acceso diciembre 2005.
- Pinillos, J.I. (1991). *Los deseos del hombre*. Madrid: Temas de Hoy.

- Prentice, D. (1987). Psychological correspondence of possessions, attitudes and values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 993-1003.
- Rheims, M. (1961). *The strange life of objects: 35 centuries of art collecting and collectors*. New York: Athenium.
- Sarabia Sánchez, F.J.; Schmidt, T.H. (2004). Un análisis del comportamiento de impulsividad del consumidor y propuesta de una escala para medir el comportamiento impulsivo. *EsicMarkert*, 119, 169-193.
- Seto Pamies, D. (2005). La relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y la fidelidad de servicio. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 14, 141-156.
- Todt, E. (1991). *La Motivación*. Barcelona: Herder.
- Vecina, M.L. (2006). Emociones Positivas. *Papeles del Psicólogo*, 27 (1), 9-17.
- Witt, L.A. (1988). Locus of Control and Success as a Professional Money Collector. *Journal of Social Psychology*, 128 (5), 703-704.