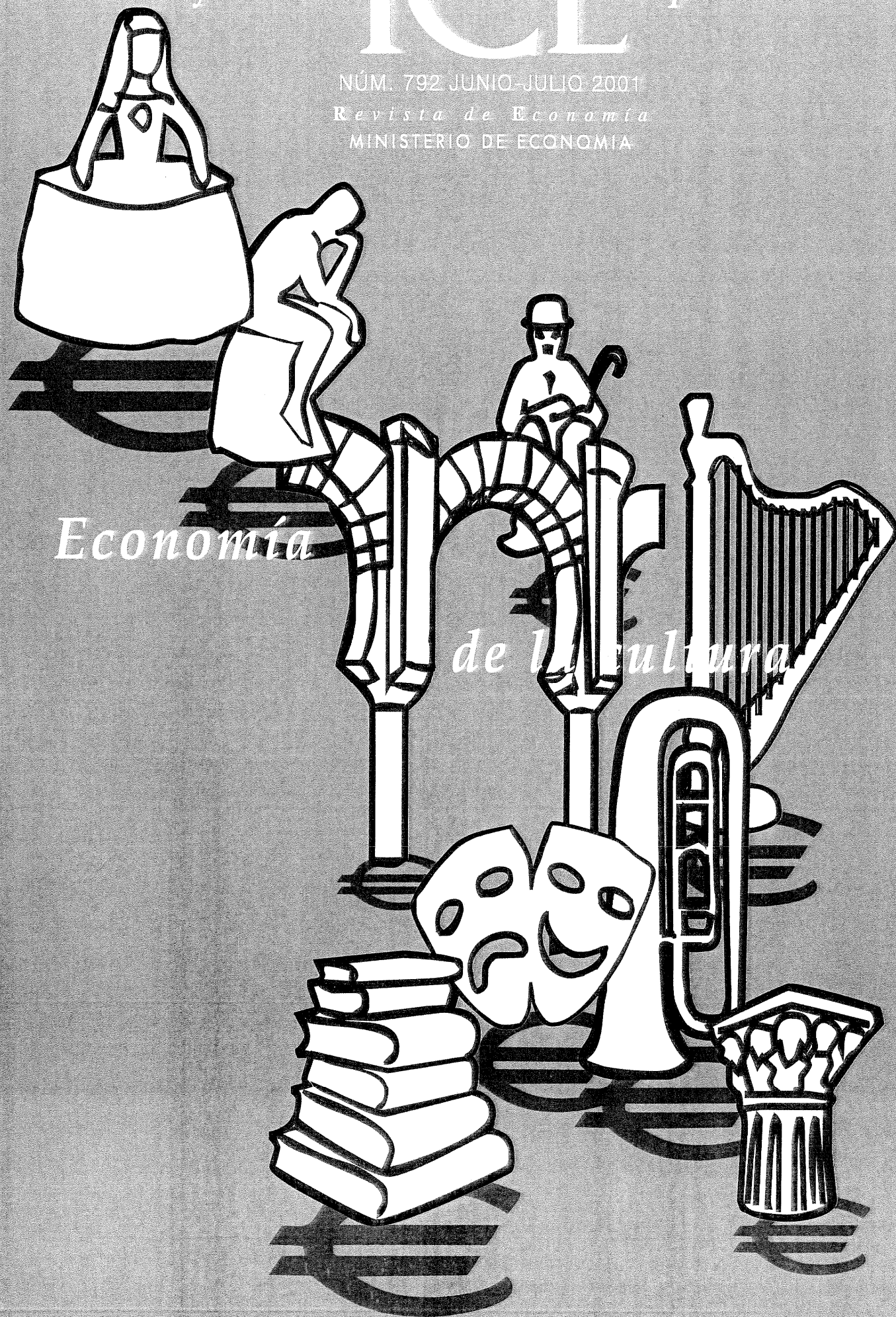


ICE

Información Comercial Española

NÚM. 792 JUNIO-JULIO 2001

Revista de Economía
MINISTERIO DE ECONOMÍA



Economía

de la cultura

ECONOMÍA DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

*Luis César Herrero Prieto**

El análisis económico del patrimonio histórico posee ciertas particularidades que lo caracterizan frente al de las industrias culturales o de las artes escénicas. En este artículo se exponen las bases analíticas de la economía del patrimonio histórico, abordando primero la proposición de una noción operativa de este concepto, para continuar con el cuerpo teórico del análisis económico tanto desde una perspectiva de economía positiva (comportamientos y mercados), como de economía normativa (asignación de recursos e intervención pública). Se finaliza con la revisión de algunos métodos y aplicaciones de valoración económica del patrimonio histórico.

Palabras clave: *economía de la cultura, patrimonio cultural, patrimonio histórico, economía del bienestar, bienes públicos, toma de decisiones, externalidades.*

Clasificación JEL: *D62, D70, H40, Z10.*

1. Introducción: concepto y ámbito analítico del patrimonio histórico

La protección y conservación del patrimonio cultural en cualquiera de sus manifestaciones, como son las obras de arte, los conjuntos históricos, los edificios emblemáticos, los lugares arqueológicos o el conjunto de las artes escénicas, constituyen un tema que ha permanecido lejos del interés y del campo científico tradicional de los economistas. Las decisiones referentes a la gestión, uso de los recursos, asignación de funciones y caracterización del patrimonio cultural han recaído, generalmente, en el campo de otros expertos que se consideran más relacionados con las bellas artes, como arqueólogos, historiadores del arte, arquitectos, etcétera. En este entorno existe, además, una creencia generalizada de que los términos *cultura*

y *economía* constituyen dos ámbitos incompatibles, en cuanto que los productos culturales agotan su razón de ser al pasar al análisis de la producción y del consumo; o, dicho de otra forma, como si la economía fuese una especie de contaminante que aniquila la emoción estética o la esencia de inteligencia de la cultura y de las artes, que pertenecen, por tanto, a un ámbito espiritual. Preguntarse, entonces, cuánto vale la belleza, cuál es el coste de oportunidad de una inversión cultural o cómo puede ser rentable el patrimonio histórico, no dejan de ser cuestiones, para muchos, bastante inconvenientes o que, al menos, degradan el sentido de la creación artística y del disfrute estético.

Frente a esta acusación de cierto intrusismo, no es menos cierto, como hemos dicho al inicio, que la atención de los economistas sobre el análisis de la cultura ha sido muy reciente, pues ya desde los clásicos, como Adam Smith, se consideraba que las profesiones dedicadas al arte, la cultura y el esparcimiento no contribuían a la «riqueza de las naciones» sino que,

* Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Valladolid.

por el contrario, constituían el ámbito por excelencia del «trabajo no productivo». De esta forma, Adam Smith escribía¹:

«[...] En la misma clase [trabajadores no productivos] deben colocarse otras muchas profesiones, tanto de las más importantes y graves, como de las más inútiles y frívolas: los jurisconsultos, los médicos, los hombres literatos de todas especies, clase muy importante y muy honrada; y los bufones, jugueteros, músicos, operistas, bailarines, figurantes, etcétera, que son de una ínfima jerarquía. El trabajo del mínimo de ellos [...] nada produce que sea capaz por su valor real y permanente de comprar o adquirir igual cantidad de otro trabajo; porque perece en el momento mismo de su producción, como la declamación de un actor, la arenga de un orador, o el tono de un cantarín» (Libro II, Cap. III, pág. 99).

No obstante, Adam Smith también reconoce que estas profesiones poseen determinadas peculiaridades, como el ingenio, la admiración o la habilidad, las cuales exigirían una mayor remuneración; y de esta forma señala:

«[...] La enseñanza en las artes de ingenio y profesiones liberales aún es más prolija y costosa. Por tanto, la recompensa de letrados y médicos, de pintores, escultores y arquitectos debe ser mucho más liberal y ventajosa, como lo es en efecto. [...] Las crecidas remuneraciones de los cómicos, operistas, bailarines, jugadores de manos y otras gentes de esta clase, van fundadas sobre estos dos principios en algunas partes; es, a saber, la rareza y mérito de una habilidad sobresaliente y el descrédito con que emplean sus talentos» (Libro I, Cap. X, págs. 171 y 178).

Resulta curioso comprobar que, para quien se considera uno de los primeros clásicos de la ciencia económica, las ocupaciones relacionadas con la cultura, el arte o el ocio no generan riqueza, es decir, valor añadido, ya que en sí mismas constituyen un servicio final que se acaba en el momento concreto de su producción y consumo. Sin embargo, las remuneraciones son excepcionalmente altas debido a los gastos acumulados en educación (capital humano), que procuran el ingenio y talento de estos profesionales; o bien resultan ser el pago por la habilidad y el descrédito social de algunas ocupaciones, especialmente las que tenían que ver con el entretenimiento y la diversión. Aun entendiendo el contexto de la época en la que se redactan estas aseveraciones y la puridad económica del primer argumento, no deja de ser paradójico encontrarnos con estas frases cuando, en la actualidad, las actividades relacionadas con la cultura, el patrimonio histórico, o sus explotaciones como empleos del ocio, constituyen un sector económico de enorme dinamismo²; y el interés por la cultura ha dado un salto cualitativo, de forma que constituye uno de los fenómenos más significativos de la denominada «civilización del ocio»³.

En este contexto, y sin pretender asignar el calificativo de «imperial» a la ciencia económica por su ambición de intentar explicar la mayor parte de los ámbitos de la conducta humana, existe un consenso científico, cada vez más generalizado, en aceptar el poder explicativo de la microeconomía en determina-

² Para el caso español, pueden verse los trabajos coordinados por GARCIA GRACIA (1997 y 2000) sobre la dimensión del sector cultural en términos de producción y de empleo así como el estudio de ALONSO HIERRO y SANZ MARTIN (2001) acerca del esfuerzo inversor público y privado en patrimonio histórico.

³ El consumo cultural representa uno de los múltiples empleos del ocio, dentro de una ética absolutamente hedonista de la sociedad contemporánea, que ha cambiado los valores de laboriosidad y producción típicos de la sociedad industrial del siglo XIX por los del disfrute del ocio y tiempo libre. Además, el individuo moderno trata de sujetarse a elementos de identidad cercanos en el tiempo y en el espacio, frente al desarraigo que impone el fenómeno de la globalización; y ésta es la razón del interés inusitado por la historia, el patrimonio cultural y el auge de lo local y lo regional. Para profundizar en la interpretación sociológica y antropológica de estos cambios de valores en la sociedad actual, puede consultarse BORDIEU (1984), RUIZ OLABUENAGA (1997) y DELGADO RUIZ (2000).

¹ Las citas siguientes están tomadas de la primera edición en español de la obra de Adam SMITH, *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, publicado en Valladolid en 1794 y reproducido en forma de facsímil por la Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León en 1996.

dos comportamientos, como es, en nuestro caso, el consumo y la producción cultural. De esta forma, la economía de la cultura aparece como una nueva rama disciplinar específica, que se está consolidando en un campo muy fértil para el razonamiento teórico y la verificación empírica acerca del comportamiento de los hombres y de las instituciones respecto de la cultura, presente y acumulada. Además, esta materia constituye un terreno excelente de aplicación de los nuevos avances de la ciencia económica en ámbitos más heterodoxos que el campo de estudio tradicional, como pueden ser los bienes no comerciales, la revisión del supuesto de racionalidad de los agentes económicos, la economía de la información y la incertidumbre, así como el análisis y evaluación del comportamiento de las instituciones públicas⁴.

De esta forma, y dentro del ámbito disciplinar de la economía de la cultura, podemos distinguir, en términos generales, tres grandes objetos de análisis: las artes escénicas, las industrias culturales y el patrimonio histórico. Todos los elementos componentes de estos tres grupos están cruzados por una característica común, que es su significado como creación artística, esencia de inteligencia o signo de identidad de una colectividad; y que contribuyen a lo que podríamos denominar el valor cultural de dichos elementos. Sin embargo, existen también características diferenciales que obligan a la particularidad del análisis en cada caso: en primer lugar, las artes escénicas constituyen un bien o un servicio que se agota en sí mismo, es decir, perece en el mismo momento en que se ofrece⁵; en segundo lugar, las industrias culturales consisten básicamente en la mercantilización de objetos reproducibles (industria del libro, del disco, del cine, etcétera); y, por último, el patrimonio histórico representa una creación cultural con carácter acumulado, es decir con una perspectiva histórica o con un sentido de heredad, donde no

cabe pensar en la reproducción, porque constituyen objetos únicos, sino a lo sumo en las labores de mantenimiento y conservación de estos elementos⁶.

Desde esta perspectiva, la economía del patrimonio histórico constituye una parte específica dentro del campo disciplinar general de la economía de la cultura, que requiere un análisis singular, tanto en la caracterización de los elementos integrantes, como en las condiciones de consumo y provisión de los mismos. A este propósito responde el objeto de estudio fundamental de este ensayo. Sin embargo, antes de acometer esta tarea, debemos hacer mención acerca de qué entendemos por patrimonio histórico. En esta cuestión, la vía más natural consiste en recurrir a la delimitación oficial que nos proporciona la Ley del Patrimonio Histórico Español, donde se señala: «integran el Patrimonio Histórico Español los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que tengan valor artístico, histórico o antropológico» (Ley 16/1985 de 25 de junio, art. 1.2).

Resulta evidente que la anterior es una definición por enumeración de los elementos integrantes del patrimonio histórico, pero que no alude ni a la utilidad de dichos elementos, ni a la significación cualitativa que contienen. Por otra parte, tampoco se refiere a la existencia de determinados valores intangibles, como la tradición, el conjunto de creencias heredadas, normas morales y elementos de identidad común, que constituyen también parte integrante del patrimonio cultural de una colectividad. Esta ampliación de las acepciones del patrimonio histórico ha sido recogida ya por distintos tratados y declaraciones de

⁴ Algunas obras de referencia sobre el ámbito y reconocimiento académico de la economía de la cultura como disciplina científica pueden ser URRUTIA (1989), HEILBRUN y GRAY (1993), THROSBY (1994), POMMEREHNE y FREY (1993) y BENHAMOU (1996).

⁵ Pensemos, por ejemplo, en la interpretación de una obra de teatro o un concierto de música, cuyo consumo y producción se realiza en un único momento, el de la celebración.

⁶ Lógicamente, pueden existir interrelaciones entre los tres objetos de análisis; por ejemplo, un festival de música, que constituye un producto cultural perecedero mientras se celebra, pero que puede utilizar elementos del patrimonio histórico para su realización y, así mismo, puede reproducirse en forma de CD como grabaciones de conciertos especiales. De esta forma, arte en vivo, uso del patrimonio histórico y reproducción de obras culturales, se producen simultáneamente en un mismo fenómeno cultural.

instituciones internacionales relacionadas con el patrimonio cultural⁷, resaltando como características comunes de los distintos elementos su sentido de heredad y su significado cualitativo como valor cultural⁸. Sin embargo, en pocas de estas definiciones se resalta la vocación de utilidad del patrimonio cultural y, por lo tanto, de trascendencia económica de estos objetos; de ahí que por nuestra parte retengamos la delimitación de patrimonio histórico que realiza Christian Koboldt (1997, pág. 53) como «colección de objetos tangibles y elementos intangibles relacionados con el desarrollo cultural de una sociedad, que provienen de las generaciones pasadas y que son estimados por los individuos contemporáneos, no sólo por sus valores estéticos o por su utilidad, sino también como una expresión del desarrollo cultural de una sociedad».

De esta forma, el patrimonio histórico posee un *valor cultural*, que puede ser jerarquizado mediante funciones de preferencia, al menos en el nivel de las convenciones sociales⁹; y un *valor económico*, que puede ser mensurable, bien en forma de precios, bien en forma de estimación de la disposición a pagar de los individuos cuando no existen mercados relevantes. Entonces, sobre la base de estas premisas y de esta definición, acometemos seguidamente la exposición de las bases analíticas de la economía del patrimonio histórico desde dos puntos de vista: primero, desde una perspectiva de economía positiva, examinando las características del comportamiento de los individuos

y las formas de expresión de la oferta y la demanda; y, en segundo lugar, desde una perspectiva normativa, contemplando la evaluación de las asignaciones de recursos y posibilidades de intervención pública, así como la medición de flujos y, consecuentemente, los efectos del patrimonio cultural sobre el desarrollo económico. Por último, y como apartado final, se mostrarán algunos métodos y aplicaciones reales sobre valoración económica de objetos prototipos del patrimonio histórico.

2. Economía positiva del patrimonio histórico

En este primer apartado de referencias al análisis económico positivo, vamos a abordar el estudio del patrimonio histórico desde una perspectiva tradicional, es decir, mediante el análisis de los comportamientos de demanda y de oferta. En última instancia, el propósito de esta reflexión sería responder a las preguntas clásicas que se realiza la economía política para cualquier tipo de mercado: qué bienes existen o se producen, cómo se expresa la demanda, con qué intensidad; cuáles son los precios relativos de equilibrio, qué tipos de mercados existen y cómo se organizan, etcétera. De esta forma, vamos a señalar, a continuación, las principales singularidades analíticas de cada componente del mercado: primero la demanda y luego la oferta.

Demanda de patrimonio histórico

Lo distintivo en este campo viene dado por la naturaleza específica de los objetos integrantes del patrimonio histórico y la dificultad de revelar su demanda de consumo en el mercado. De esta forma podemos apuntar las siguientes propiedades:

1. Los bienes relacionados con el patrimonio histórico pueden tener un carácter *aditivo*, es decir, que revela una utilidad marginal creciente, en contra de lo habitual en la mayor parte de los bienes característicos de la ortodoxia económica. Esto significa que el placer y las ganas de consumir los productos culturales crecen a medida que el nivel de consumo es mayor, y el gusto es, por tanto, insaciable. Esta propiedad se justifica por el hecho de que en el consumo de este tipo de bienes se

⁷ Ver, en este sentido, las distintas revisiones de textos y convenciones que se realizan en los trabajos de MORENO DE LA BARREDA (1997) y CAMPILLO GARRIGOS (1998).

⁸ El filtro de edad sobre lo que debería ser un legado patrimonial tendría que ser tan flexible como para poder comprender en la definición tanto las visiones tradicionales del patrimonio histórico, por ejemplo, la Catedral de Burgos o la Acrópolis de Atenas, como los casos de inversión en nuevo patrimonio cultural, es decir, los ejemplos del Museo Guggenheim de Bilbao o la Ópera de Sidney, que representan edificios emblemáticos de la arquitectura contemporánea y constituyen elementos de atracción indiscutible en estas ciudades.

⁹ Como, por ejemplo, la declaración de «bienes de interés cultural», en sus acepciones de conjunto histórico, monumento, sitio arqueológico, etcétera. Por lo que se refiere a la ordenación de las preferencias individuales, puede haber más controversia en las relaciones de valor, pues en ellas son determinantes, no sólo los gustos, sino también la dotación de conocimiento y capital humano de cada individuo.

valora no sólo la satisfacción presente, sino también el peso del pasado, en términos de acumulación de conocimiento y experiencia¹⁰.

2. En la demanda de cultura no se requiere un bien en particular, sino los componentes de valor que lleva incorporado o los servicios que puedan derivarse (Grefe, 1990). Esto es especialmente significativo en el caso de los bienes relacionados con el patrimonio histórico porque, en efecto, cuando se visita un museo, una catedral o un edificio histórico singular, no se demanda el bien en sí mismo, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados y que van, desde la emoción estética, hasta el valor cognitivo y de formación, el valor social como señal de identidad; y, obviamente, el valor económico de los productos derivados, es decir, la venta de entradas, catálogos, derechos de imagen, etcétera, así como los servicios de ocio y turismo que puedan relacionarse con la vista¹¹.

3. Los bienes del patrimonio histórico no son un *output* cualquiera, sino que comportan una experiencia cultural de carácter cualitativo (por ejemplo, la emoción estética de contemplar un cuadro o el sentimiento íntimo de reconocer las señas del pasado en la visita de un conjunto histórico), en la que influyen no sólo el cúmulo de conocimientos y experiencias, sino también el grado de incertidumbre y las «señales de información», como lo son, por ejemplo, las opiniones de expertos en el mercado del arte, la publicidad de las guías turísticas o la información asimé-

trica en las estrategias de venta de productos culturales y de ocio. Asimismo, los bienes relacionados con el patrimonio histórico también tienen un *valor de prestigio*, asociado al interés y a la preocupación por el mantenimiento del patrimonio como señal de identidad de los pueblos y de su historia, aspecto sobre el que los ciudadanos podrían estar dispuestos a pagar una cantidad, aun cuando no consumiesen el bien en sí mismo. Este tipo de demandas, denominadas de opción, de existencia y de legado, constituyen, junto con el punto anterior, un aspecto difícil de cuantificar o de transformarse en el mercado en forma de precios; porque, en realidad, de lo que se trata es de la economía de un intangible: el patrimonio histórico como proceso de identificación social.

4. En relación con el aspecto anterior, es decir, las dificultades para revelar la demanda de los bienes del patrimonio cultural, el problema se agrava aún más porque, generalmente, se trata de demandas colectivas, bienes conjuntos, y los precios que se pagan en muchas ocasiones están incentivados y, por lo tanto, no revelan auténticamente el grado de escasez o de deseabilidad de los bienes culturales. Esta es la razón por la que existen propuestas metodológicas específicas para la valoración económica de este tipo de bienes-no mercado, cuestión a la que volveremos con más detenimiento en el último apartado de este trabajo.

Oferta de patrimonio histórico

La oferta de patrimonio histórico es tan compleja como diversa es la tipología de posibles productos y servicios afines. Vamos a señalar en este apartado los principales problemas relacionados con la provisión de patrimonio y la caracterización del tipo de mercado más apropiado a las condiciones de existencia y producción del mismo.

1. Uno de los problemas más característicos de la oferta cultural, y que constituye un referente inicial de la economía de la cultura como disciplina científica, es el conocido como «enfermedad de los costes», a partir de la obra de Baumol y Bowen (1966). Estos autores plantearon la idea de que las artes escéni-

¹⁰ Pensemos, por ejemplo, en el gusto por la historia y por las bellas artes: el consumidor visita museos, monumentos o exposiciones de arte sin encontrar saciedad a lo largo de los años, y sus gustos son acumulativos en función del tiempo dedicado al conocimiento (capital humano) y las experiencias pasadas. Ver, al respecto, el trabajo de referencia de G. BECKER y G. STIGLER (1977).

¹¹ El hecho de que la demanda de bienes relacionados con el patrimonio histórico se refiera al conjunto de valores que proporcionan y no al objeto en sí mismo, hace que resulte apropiado el enfoque analítico de la «demanda de características» de K. LANCASTER (1966) para la interpretación del comportamiento del consumidor cultural; pero con la complejidad adicional de que muchos bienes culturales ofrecen siempre dos tipos de características: unas *ex ante*, relacionadas con las expectativas del bien deseado, y otras *ex post*, que «juzgan» la mercancía una vez realizado el consumo. En las primeras, el «mercado de críticas» cumple una función esencial en la formación de las preferencias.

cas (ópera, teatro, conciertos de música, etcétera) se hallan sujetas a unos costes continuamente crecientes, debido a que las remuneraciones del factor trabajo crecen más o menos al mismo ritmo que crecen los salarios en general, mientras que la productividad de la actuación artística es constante, ya que no se puede alterar básicamente el virtuosismo de los artistas, o el tamaño del espectáculo. A partir de este argumento podríamos entender que también determinados elementos del patrimonio histórico, sobre todo los sujetos a uso turístico, podrían tener el mismo «síndrome de los costes» si el ritmo de las visitas (o sea, de los ingresos pecuniarios) no crece sin cesar; situación que se agravaría en extremo si, además, se llega al «nivel de carga turística» del monumento, es decir, a la máxima capacidad de admisión de visitantes. Esta es la razón por la que, siguiendo a los mencionados autores, la oferta de cultura y, por tanto, también la provisión de patrimonio histórico, sólo puede mantenerse a largo plazo a cargo de los subsidios públicos que compensen la diferencia inevitable entre ingresos y gastos de la explotación¹².

2. Centrándonos más concretamente en la oferta de patrimonio histórico propiamente dicha, la particularidad reside en que se trata de un recurso fijo, pues los bienes relacionados, muebles o inmuebles, son únicos, irreproducibles y no tienen valor en sí mismos, sino por las rentas que procuran los servicios derivados. Esta es la dislocación básica con la que se encuentra la economía del patrimonio histórico pues, mientras que la demanda es una demanda diversa de servicios tal y como hemos visto con anterioridad, la oferta es rígida, correspondiente a la de un recurso fijo que sólo tiene un valor *ex post* en función de los servicios demandados. En definitiva, el valor econó-

mico inducido por el patrimonio histórico no es porque se venda el objeto en sí mismo, sino por las rentas que procura *a posteriori* y, por lo tanto, se trata de una economía de rentas y no de precios, como sería lo habitual en la mayor parte de los bienes de mercado. De este argumento se deduce una conclusión bien clara sobre el tipo de mercado relevante en relación al patrimonio histórico y es que, puesto que se trata de una oferta fija que rinde ganancias en función del flujo de servicios que pueden ser desarrollados, el titular del recurso (o quien lo explota) se apropia de todas las rentas derivadas en régimen de monopolio espacial, siendo el volumen de dichas rentas de mayor o menor tamaño en función de la fortaleza de la demanda¹³.

3. En todo caso, cabe decir que, cuando se incrementa de forma desmesurada la oferta de elementos culturales de un lugar, o consideramos una zona especialmente rica en patrimonio histórico, la situación se aproxima más bien hacia los mercados de competencia monopolística, puesto que los distintos recursos compiten entre sí, haciendo la oferta cultural del conjunto más elástica¹⁴. De igual modo, hemos de señalar también que, aunque los elementos singulares del patrimonio histórico son únicos y, por lo tanto, disponen de una oferta fija¹⁵, no ocurre así con los servicios derivados (usos turísticos, derechos de imagen, catálogos, etcétera), que tienen un carácter más sustitutivo y son reproducibles, por lo que pueden dar lugar a una economía de corte más ortodoxa, con competencia entre productos sustitutivos y donde los precios vuelven a desempeñar un papel importante. Por esta razón, la economía del patrimonio histórico no sólo ha de versar sobre el mantenimiento y la conservación del mismo, sino también sobre su puesta en valor a

¹² Probablemente ésta sea una de las principales justificaciones de la intervención pública en materia cultural, aun cuando cada vez se están demostrando más eficientes otras posibilidades de rentabilización del patrimonio histórico, a través del impulso de otros usos distintos al habitual (conciertos, convenciones, sedes sociales compartidas, etcétera), así como la mercantilización de objetos derivados (fotografía, imagen, catálogos, etcétera), de forma que constituyen vías complementarias para elevar el rendimiento y estrangular, por tanto, el denominado «síndrome de los costes».

¹³ Esta es una de las razones por las que numerosos legados patrimoniales, que permanecían en situación de olvido o de ruina, se hayan recuperado como explotación de uso turístico o como elementos de atracción de visitantes, en un contexto de creciente interés por el turismo cultural, turismo rural, interés por el pasado, etcétera.

¹⁴ Cabe pensar, en este sentido, en los denominados «distritos culturales» o en ciudades caracterizadas por la «congestión cultural», como Venecia, Florencia, Toledo, etcétera.

¹⁵ Esta es la causa por la que la buena parte de las riquezas artísticas han sido siempre objeto de coleccionismo privado, ya que se trata de bienes únicos y no sustitutivos.

través de la creación de servicios y productos relacionados que puedan demandarse en el futuro.

4. Por último, y en relación a las condiciones de provisión y atención de los elementos integrantes del patrimonio histórico, cabe decir que la mayor parte de éstos tienen el carácter de bienes públicos o semipúblicos, es decir, que manifiestan problemas de apropiabilidad de los resultados de su consumo o su producción y, por lo tanto, en una economía de mercado encuentran dificultades para su provisión óptima. Esta es la razón por la que, en una sociedad numerosa y anónima, se suele asignar al Estado la función de suministro y atención adecuada de estos elementos y evitar, así, el *fallo de mercado*. Sin embargo, esto no margina la posibilidad de otras fórmulas alternativas de provisión como pueden ser el mecenazgo empresarial, las labores de *sponsoring*, las formas de usufructos variables en el uso del patrimonio, el *matching* de fondos en las provisiones, etcétera¹⁶. No obstante, el conjunto de estas cuestiones se refieren ya a las posibilidades de intervención, pública o privada, en el patrimonio cultural para conseguir determinados fines, por lo que pertenecen al ámbito de la economía normativa, tal y como se recoge en la sección siguiente.

3. Economía normativa del patrimonio histórico

En efecto, nuestro propósito en este apartado no es la búsqueda de explicaciones positivas acerca del comportamiento de los individuos y la organización de los mercados, sino indagar en la evaluación de la asignación de recursos en relación al patrimonio histórico y estudiar los criterios y las posibilidades de intervención bajo la pauta de objetivos previamente determinados. El propósito de este apartado tiene, por tanto, un planteamiento teleológico y radica en la consideración del patrimonio cultural como un factor determinante del progreso humano, en general, y de una parte de las transacciones económicas, en particular.

Bajo este planteamiento, que manifiesta una voluntad de acción, hemos de hacer mención, consecuentemente, tanto al análisis de posibles elecciones alternativas y la preparación de estrategias, como al propio esfuerzo de la medición de flujos económicos derivados porque, en definitiva, de lo que estamos hablando es de desarrollo económico. En este apartado, al menos en el plano teórico, resulta congruente considerar al patrimonio histórico como una versión del *stock* de capital de un sistema económico, es decir, como un factor productivo. De esta forma y siguiendo a David Throsby (1999), el *capital cultural*, como conjunto de elementos tangibles e intangibles que son expresión del ingenio, la historia o el proceso de identificación de un pueblo, puede entenderse como un recurso fijo, un activo que rinde rentas en forma de flujo de bienes y servicios derivados, y que puede depreciarse si no se cuida o acumularse si se mejora y se invierte. Esta nueva versión de capital se diferencia del concepto tradicional de *capital físico* en que, aun cuando también está hecho por la mano del hombre, éste último no tiene significado como creación artística, al menos en el momento presente¹⁷. De igual modo, posee ciertas similitudes con el *capital humano*, en cuanto ambos representan una serie de elementos intangibles y experiencias acumuladas que determinan el comportamiento de los individuos; pero, sin embargo, el capital cultural no se limita a estos aspectos sino que contiene también elementos tangibles y físicos, como son las obras de arte, los edificios de interés artístico, los sitios históricos, etcétera. Por último, se diferencia del denominado *capital natural*, en que no constituye un conjunto de recursos libres de la Naturaleza, sino elementos heredados y realizados por nuestros antepasados; aun cuando, aquí, la concomitancia radica en el carácter compartido de bienes no renovables en muchos casos y, por lo tanto, en la idea de sustentabilidad del sistema a largo plazo.

¹⁷ Obsérvese cómo los útiles, herramientas y máquinas sólo alcanzan «valor cultural» conforme pasa el tiempo y se convierten en señal de identificación de un oficio o un sector económico. De este modo, la denominada «arqueología industrial» está constituyendo, en la actualidad, una fuente inagotable de inspiración de nuevos museos temáticos, a la vez que de incorporación de yacimientos, legados e instalaciones al inventario general del patrimonio histórico.

¹⁶ Ver *in extenso* FARCHY y SAGOT-DUVAROUX (1994) y HERRERO PRIETO (1998).

El patrimonio histórico, entendido como capital cultural, constituye, consecuentemente, un fenómeno económico, pues interviene en la función de producción de una economía, tiene usos alternativos y carácter sustitutivo con otras opciones o recursos y, por lo tanto, es susceptible de evaluación y elección colectiva debido a su probable contribución al desarrollo económico de una sociedad. El problema principal en este punto radica esencialmente en la asignación de valor al patrimonio histórico, puesto que pueden distinguirse dos acepciones mensurables: el *valor cultural* y el *valor económico*¹⁸. El valor cultural es susceptible tan sólo de rango ordinal, pues tiene un carácter cualitativo, ya que se refiere al contenido de creación artística, esencia de inteligencia o significado de identidad social de los objetos que integran el patrimonio histórico. Lógicamente, con esta noción surgen dificultades también en la forma de ordenación de las preferencias, sobre todo en el terreno de las elecciones individuales, pues dependen de factores personales, como los gustos, el grado de conocimiento técnico, el capital humano acumulado, etcétera; mientras que en el campo de las elecciones colectivas el asunto está más o menos resuelto a través del poder normativo de las administraciones públicas que determinan qué bienes y conjuntos son de interés artístico y cómo se protegen¹⁹.

Por lo que se refiere al valor económico del patrimonio histórico, éste viene dado por el conjunto de rentas generadas de la propia existencia del mismo (valor de los edificios, los terrenos, el trabajo acumulado en las obras de arte, etcétera), así como el flujo de bienes y servicios al que puede dar lugar (usos turísticos, objetos mercantilizables, empleo derivado, etcétera). Para muchas de estas operaciones, la valoración a través de los precios de mercado puede ser un buen punto de partida y, por lo

tanto, daría lugar a un rango cardinal. Lo que ocurre es que buena parte de los bienes relacionados con el patrimonio histórico, como ya hemos visto en apartados anteriores, poseen determinadas particularidades relacionadas con su condición de bienes públicos, con los requerimientos de preservación y control, con el significado social que comportan, etcétera, de forma que el valor de los elementos puede caer fuera del mercado o, al menos, no expresarse de forma conveniente a través de los precios. Esta es la razón por la que más tarde abundaremos en determinadas propuestas metodológicas de valoración indirecta que puedan resolver el problema de la asignación de valor al patrimonio histórico, cuando menos mediante jerarquías ordinales, pero que sirvan, por ejemplo, de criterio orientador para las políticas públicas de gasto y provisión de estos elementos.

Sin embargo, antes de acometer esta tarea y con el objetivo de ser sistemáticos en el análisis, vamos a resumir seguidamente cuáles son los principales componentes de valor económico del patrimonio histórico que, en última instancia, constituyen también argumentos para la justificación de la intervención pública en esta materia. De esta forma, los beneficios directos e indirectos de la existencia y promoción del patrimonio histórico pueden agruparse en los tres bloques siguientes²⁰:

1. *Valor de uso y valores de no uso*. El valor de uso se refiere a la estimación de la utilidad o del beneficio que proviene del consumo directo del propio bien o de los servicios que se derivan del mismo²¹. En estas motivaciones, los precios de mercado podrían ser, con las cautelas ya mencionadas, un referente adecuado del valor de uso; sin embargo, en relación al patrimonio histórico, los individuos también podrían estar dispuestos a pagar una cantidad por otros motivos no enlazados directamente con el consumo, sino con el valor asociado al patrimonio como atributo de identificación o elemento de prestigio de una

¹⁸ Véase KLAMER (1996) y KLAMER y THROSBY (2001).

¹⁹ Como ya se ha señalado, en España esto se realiza a través de la declaración de *bien de interés cultural* o la inclusión en el *inventario general de bienes muebles*. Se constata, así mismo, un esfuerzo normativo complementario por parte de las Comunidades Autónomas por crear instrumentos que agilicen estas declaraciones o arbitren nuevas figuras más flexibles, a fin de incrementar el espectro de elementos del patrimonio histórico susceptibles de protección y valoración.

²⁰ Véase, entre otros, KOBOLDT (1997), y FARCHY y SAGOT-DUVAROUX (1994).

²¹ El valor de uso puede estar acrecentado por la propia significación cultural del patrimonio histórico, como, por ejemplo, la diferencia de precio que pueda existir entre un hotel moderno y un hotel instalado en un edificio de interés artístico o histórico. Sin embargo, estas relaciones de valor pueden no darse siempre en el mismo sentido o ser permanentes en el tiempo.

colectividad. De esta forma surge el denominado *valor de opción*, definido como la disposición a pagar por la posibilidad de efectuar el consumo, no en el momento presente, sino en el futuro; *valor de legado*, asociado al deseo de garantizar el consumo para las futuras generaciones; y el *valor de existencia*, que refleja la valoración derivada del atractivo de que los elementos del patrimonio histórico simplemente existan, con independencia de que puedan usarse o no. Este tipo de valores no se registran generalmente en las transacciones de mercado y, por tanto, tampoco se expresan adecuadamente a través de los precios²².

2. *Externalidades positivas sobre la producción*. Este conjunto de efectos constituye una de las razones más usuales para justificar el apoyo público al patrimonio histórico, puesto que se está revelando como un factor importante de generación de rentas, empleos y actividades económicas relacionadas. Sin embargo, para la medición precisa de este tipo de efectos nos encontramos con dos obstáculos considerables: primero, la ausencia de una definición precisa del sector cultural propiamente dicho, tanto en el orden académico como en el uso estadístico; y, segundo, la constatación de que constituye un sector enormemente ramificado en otros subsectores productivos más consolidados en términos de contabilidad nacional. Esta es la razón por la que muchos de los estudios de dimensión del sector cultural no son comparables, pues se realizan *ad hoc*, en función de la fuente estadística consultada o del ámbito territorial y sectorial de la investigación²³. Con todo, una

definición estricta del sector más relacionado con el patrimonio histórico debería comprender tres grandes núcleos de actividades: el sector de conservación y mantenimiento, ligado, fundamentalmente, al sector de la construcción; las actividades orientadas al uso económico del patrimonio, entre las que destacamos tres esenciales, la gestión del acceso del público (animación, educación, etcétera), el turismo cultural y las actividades de usos complementarios (reutilización del patrimonio para usos administrativos, educacionales, etcétera); y, por último, los sectores de aprovisionamiento de todas las actividades anteriormente mencionadas²⁴.

1. *Externalidades positivas sobre el consumo*. Existe un consenso generalizado en afirmar que la valoración social del patrimonio histórico produce beneficios externos positivos en una colectividad, cifrados, por ejemplo, en el fortalecimiento de la identidad nacional o regional, el desarrollo de la educación y la investigación, la preservación del conocimiento a través de las generaciones y, en términos más generales, la mejora del bienestar colectivo. Esta es una razón para considerar al patrimonio histórico como un «bien preferente» (*merit goods* en palabras del hacendista Richard Musgrave), que debe proveerse públicamente porque redundaría en el beneficio del grupo como un todo, con independencia de las preferencias individuales. A este respecto cabe decir, de nuevo, que estas externalidades constituyen un tipo de efectos que tienen difícil canalización a través del mercado y, en todo caso, a la hora de su provisión pública, siempre cabe el peligro de que la Administración imponga sus propias preferencias, contradiciendo el principio de soberanía del consumidor o, incluso, puede dar lugar a comportamientos oportunistas tipo buscadores de rentas, asunto sobre el que luego abundaremos.

Llegados a este punto, entonces, de plantear el papel del Gobierno en la provisión y mantenimiento del patrimonio histórico resulta cada vez más claro que son tres los argumentos fundamentales que justifican la intervención pública en esta mate-

²² Resulta curioso entender, en este sentido, que los *donativos* al patrimonio histórico podrían considerarse como una prima de seguro para garantizar el valor del mismo, frente a la aversión al riesgo de que desaparezca o se degrade con el tiempo. Esta es la razón de la existencia de Asociaciones de Salvaguardia del Patrimonio, o la importancia de las donaciones privadas frente a las ayudas públicas, sobre todo en el mundo anglosajón. Véase THROSBY (1994).

²³ Ver, en este sentido, los trabajos de ámbito nacional ya aludidos de GARCIA GRACIA (1997 y 2000) para el caso español, o estudios similares para el caso británico (CASEY *et al.*, 1996), norteamericano (HEILBRUN y GRAY, 1993) o de la UNION EUROPEA (Comisión Europea, 1998). El trabajo de ZDIEMBOWSKA y FUNCK (2000) constituye un ejemplo de estimación del impacto local del sector cultural, mientras que el de ALONSO HIERRO y SANZ MARTIN (2001) se refiere más a la dimensión del sector del patrimonio histórico propiamente dicho. Por último, los libros coordinados por RICHARDS (1996) y HERRERO PRIETO (2000) abordan el estudio del turismo cultural en relación al patrimonio histórico.

²⁴ Puede verse un estudio exhaustivo sobre la caracterización de estos subsectores en GEP (1997).

ria: primero, el carácter de bien preferente para la sociedad; segundo, los efectos multiplicadores que genera; y, tercero, la condición de bien público de la mayor parte de los elementos integrantes del patrimonio histórico, que dificulta la apropiabilidad de los resultados de su explotación o consumo y, por lo tanto, cercena las posibilidades de provisión óptima en una economía de mercado. En consecuencia, el Estado interviene básicamente en el patrimonio histórico para corregir un fallo de mercado, aun cuando existen también justificaciones de orden distributivo en la formulación de sus medidas²⁵. En todo caso, este protagonismo tradicional del sector público en la regulación y provisión del patrimonio histórico no excluye la acción de otros agentes, como son las organizaciones no lucrativas e iniciativas de voluntariado, o la actuación del propio sector privado, que están adquiriendo una importancia cada vez más relevante en este campo; los primeros, movidos por el altruismo y el aprecio de la cultura, los segundos, porque también las inversiones culturales proporcionan riquezas objetivas y rentabilidad intangible para las empresas²⁶.

No obstante, es la actuación del Estado la que viene acumulando históricamente el conjunto más numeroso de instrumentos de intervención y experiencias comparadas en las tareas de preservación, mantenimiento y renovación del patrimonio histórico. La regulación del Estado, denostada por muchos economistas, y que a la postre resulta ser la intervención más usual, y a veces la más eficaz, consiste, básicamente, en requerir o hacer cumplir un determinado comportamiento, tanto a las empresas como a los individuos, en relación al patrimonio histórico. Desde esta perspectiva, podríamos distinguir entre regulación

fuerte y regulación débil, en función de que dichos requerimientos se hagan cumplir a través de la legislación, garantías y sanciones, en el primer caso; o a través de pactos, convenciones, marcos de actuación o estímulos económicos, en el segundo. La mayor parte de los Estados siguen una mezcla de ambas estrategias, de forma que suelen establecer normas más o menos estrictas sobre el uso y protección de edificios, terrenos, condiciones de venta y exportación de obras de arte, etcétera; e implementar distintos estímulos fiscales (subvenciones o exenciones) a favor del patrimonio cultural. No es nuestra intención, en este momento, proceder a una descripción exhaustiva de estas herramientas²⁷, sino señalar, más bien, cuáles son los problemas y críticas que se plantean, desde el punto de vista del análisis económico, respecto de la regulación del Estado como modo de provisión óptima del patrimonio histórico. En este sentido se pueden señalar las tres cuestiones siguientes²⁸:

- La intervención gubernamental genera sus propios costes, que tienen que ver con los gastos administrativos de la formulación de las normas, la vigilancia de su cumplimiento y, en su caso, la sanción por las posibles agresiones, así como toda la maquinaria de la administración tributaria en la recolección de impuestos o dispensación de subvenciones. A este respecto, pueden producirse los típicos fallos del gobierno, si los gastos en los que se incurre superan a los beneficios esperados de la intervención. Asimismo, la Administración pública debería calcular también el coste de oportunidad de sus inversiones culturales, en términos de comparación con la rentabilidad esperada en la provisión de otros bienes públicos, como la educación, las infraestructuras, etcétera. Sobre esta cuestión cabe decir que los gastos culturales nunca han supuesto una partida de gasto desmesurada en el conjunto de las inversiones de la Administración pública, pero también es cierto que pocas veces están sometidas a una evaluación rigurosa de sus resultados y su formulación, ya que existe la creencia generalizada de que los gastos en el patrimonio cultural se legitiman por sí mismos y nunca

²⁵ Por ejemplo, con el argumento de que el patrimonio cultural debería estar a disposición de todo el mundo y no sólo al alcance de los que pueden permitírselo. Sin embargo, existen opiniones contrarias a esta aseveración, ya que quienes disfrutan del consumo cultural suelen ser un grupo minoritario de la población, con rentas medias o altas, de forma que la supuesta gratuidad de la cultura se convierte finalmente en un objetivo desigualitario. Véase GRAMPP (1991).

²⁶ Ver las experiencias sobre este último aspecto recogidas en el libro de la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León (1999) sobre *Patrimonio y Patrocinio Empresarial: una perspectiva europea*.

²⁷ Para el caso español puede consultarse FERNANDEZ LOPEZ (2000).

²⁸ Véase THROSBY (1997) y SCHUSTER *et al.* (1997).

son suficientes. En nuestra opinión ha de insistirse en la necesidad de una evaluación de las políticas culturales, tanto en sus efectos monetarios, como en el comportamiento de la Administración y los agentes culturales.

- En relación con el punto anterior, la intervención del Estado puede dar lugar a comportamientos oportunistas tipo *rent-seeking* (buscadores de renta), es decir, que pretenden subvertir el objetivo público de la regulación hacia el beneficio privado de un individuo o un grupo de intereses. En el contexto de la protección del patrimonio histórico, puede resultar relativamente fácil identificar este tipo de comportamientos, por ejemplo, en la regulación de usos del suelo, la declaración de bienes de interés cultural, el aprovechamiento de estímulos fiscales o, incluso, en el surgimiento de fundaciones y organizaciones no lucrativas en la gestión de aspectos relacionados con el patrimonio cultural. Sin embargo, puede existir también un comportamiento muy sutil en este sentido, no tanto entre los «regulados», como en los «reguladores», ya que en el caso de la protección del patrimonio histórico las decisiones más importantes suelen tomarse por parte de un grupo que se considera «experto» o profesional en la materia, de forma que, como señala Peacock (1994), la provisión de patrimonio histórico suele reflejar más bien los gustos y las preferencias del público oficial, más que la de los votantes²⁹.

- Por último, otro problema que se plantea en la regulación del Estado respecto del patrimonio histórico es el cálculo del grado justo o adecuado de la intervención que, si nos atenemos a la explicación teórica de la provisión de externalidades, debería ser igual a la diferencia entre los beneficios sociales y

el beneficio marginal privado de disfrutar del patrimonio cultural. Entonces, el problema en esta cuestión radica en que la Administración no conoce la valoración exacta de los individuos respecto del consumo de cultura y de patrimonio histórico porque dicho valor no se construye en las transacciones normales del mercado, tal y como hemos visto en apartados anteriores, y no tiene cauces para que se revele adecuadamente. Esta es la razón por la que la provisión del gobierno puede ser insuficiente o, a veces, excesiva para el grado de valoración social. En consecuencia, a menos que la Administración pública tenga un conocimiento suficiente de la función de demanda individual y social de los bienes y servicios derivados del patrimonio cultural, sus actuaciones no resultarán completamente eficientes sino, a lo sumo, guiadas por segundos óptimos. De ahí la necesidad de profundizar en el conocimiento de la demanda de cultura e impulsar los estudios de estimación de la disposición a pagar por parte de los consumidores, que pueden constituir un referente, cuando menos, para la jerarquización de las decisiones colectivas respecto del patrimonio histórico.

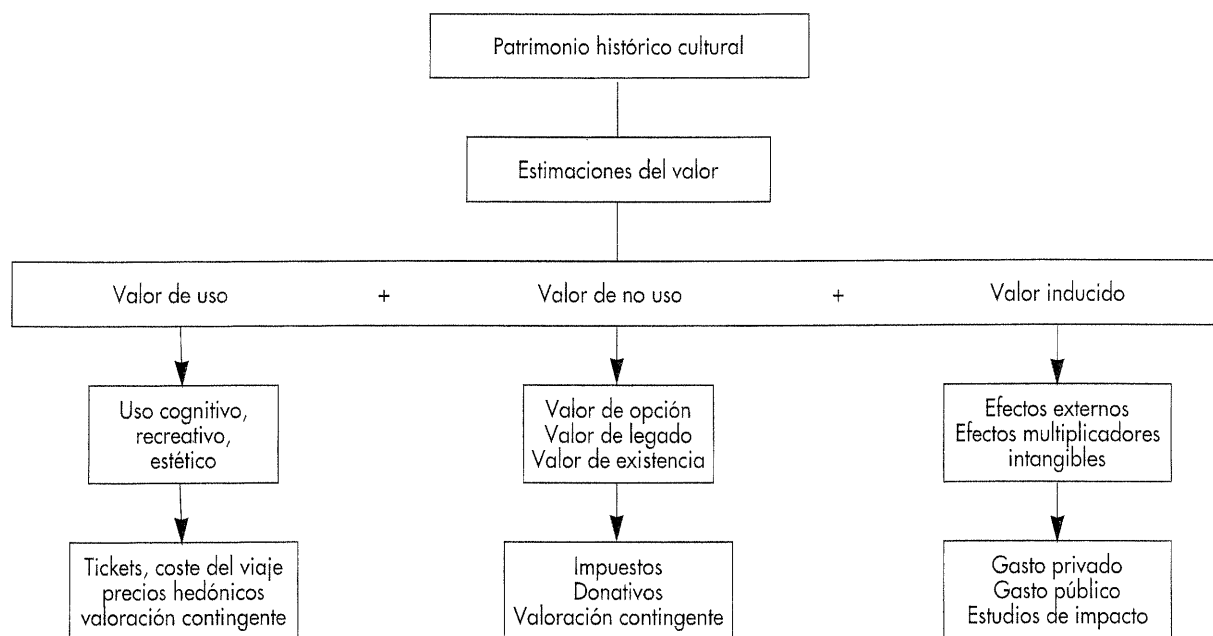
4. Valoración económica del patrimonio histórico: métodos y aplicaciones

A lo largo de los apartados anteriores se ha ido construyendo el cuerpo teórico de la «economía del patrimonio histórico», que ofrece oportunidades muy sugerentes para el desarrollo del análisis económico, así como un terreno muy fértil para la verificación empírica. En este punto, como ya hemos dejado intuir, uno de los problemas fundamentales es la estimación del valor económico de los elementos que integran el patrimonio histórico, ya que no siempre existen mercados relevantes que expresen dicha valoración en forma de precios reales, y tengamos que recurrir, como ahora veremos, al estudio de mercados indirectos o a la construcción de mercados hipotéticos para estimar el valor implícito que tiene el patrimonio histórico. Este propósito de valoración económica no debe entenderse, en realidad, como una obsesión de los eco-

²⁹ Esto es importante desde el momento en que la financiación de los bienes públicos suele realizarse mediante la recolección forzosa y generalizada de impuestos a todos los ciudadanos, con independencia de que consuman o no bienes culturales. Sin embargo, en el área del patrimonio cultural, tan peligrosa puede ser la imposición de los «gustos superiores» como la rendición a los «gustos de masa», de forma que lo ideal sería encontrar el justo equilibrio entre los dos extremos. En todo caso, un acercamiento mayor entre los costes de provisión del patrimonio histórico y su financiación por parte del usuario directo, resolvería muchos problemas en este sentido.

ESQUEMA 1

VALOR ECONOMICO DEL PATRIMONIO HISTORICO



FUENTE: Elaboración propia.

nomistas, pues las decisiones sobre la recuperación y mantenimiento del patrimonio cultural pueden ser producto de causas emocionales o de juicios artísticos pero, en última instancia, deberían atender también a razones de costes, tanto directos como de costes de oportunidad en términos de usos alternativos de las inversiones propuestas. De ahí la importancia de conocer la auténtica valoración del patrimonio histórico, ya que sirve de guía de las preferencias individuales, pauta para las decisiones sociales y referente para la elección de alternativas en un contexto de recursos siempre limitados y costosos.

En todo caso, existe también otra ventaja complementaria, como es la asimilación de los distintos valores del patrimonio en una misma regla cuantitativa, el dinero, que constituye un patrón de referencia comprensible por todos, a la vez que una mercancía sustitutiva por otros bienes u otras opciones. De este modo —así se trate de los costes imputados al uso del patrimo-

nio, o de la disposición a pagar por los valores intangibles, o del conjunto de gastos derivados de las actividades ligadas al patrimonio histórico— todas estas partidas pueden reducirse a una misma escala de medida como son las unidades monetarias. El Esquema 1 trata de recoger, precisamente, estos tres tipos de estimaciones económicas, bien entendido que los valores de uso y de no uso del patrimonio histórico responderían a lo que, desde un punto de vista microeconómico, sería la formación del precio implícito del mismo, mientras que el valor inducido se refiere a la estimación de los flujos derivados del sector, según un enfoque macroeconómico.

Sobre esta última aproximación, a pesar de las limitaciones ya aludidas acerca de la definición del sector y de la disponibilidad de datos uniformes, son cada vez más numerosos los estudios que se detienen en el cálculo del impacto económico y de los efectos multiplicadores originados por las inversiones en el patrimonio histórico, o bien en la dimensión del

esfuerzo público y privado relacionado con estas actividades³⁰. Por nuestra parte, vamos a detenernos someramente en los métodos relativos a la formación del precio intrínseco del patrimonio histórico, que responden a una dificultad esencial, como es la ausencia de mercados relevantes que expresen dicho valor. Esta afirmación se basa, a su vez, en dos razones fundamentales: primero, muchas veces el valor directo y tangible de los servicios derivados del patrimonio histórico no se registra adecuadamente, debido a la condición de bienes públicos de muchos elementos o al carácter subsidiado de estas actividades; y, segundo, los beneficios relacionados con el patrimonio como valor social o señal de identidad (valores de opción, legado o existencia), no son comercializables, aun cuando exista una voluntad de pago latente³¹. De esta manera, los métodos de valoración que vamos a reseñar persiguen estimar la disposición a pagar por el uso del patrimonio histórico o, llegado el caso, la disposición a aceptar una compensación en el caso de que éste desapareciera. El procedimiento común a todos ellos consiste, básicamente, en crear mercados hipotéticos o acudir a mercados indirectos, para simular las transacciones que se producirían en la realidad y conseguir, de esta forma, estimar los cambios de bienestar de los individuos y la valoración asignada a los bienes del patrimonio cultural. Las técnicas más empleadas en este sentido son tres, que pasamos a resumir seguidamente³²:

- *Método del coste del viaje*. Este procedimiento trata de estimar el valor del patrimonio cultural a través de los costes del

desplazamiento desde el lugar de origen del individuo hasta el emplazamiento donde se encuentra el bien del que se va a disfrutar, considerando que el público que visita un lugar está, al menos, dispuesto a sufragar los costes de viaje necesarios para visitarlos. Posteriormente, mediante el cálculo de la proporción de visitas de lugares cada vez más alejados en el espacio y con costes mayores, se puede llegar a estimar la función de demanda espacial y, por tanto, la disposición marginal al pago por estos bienes.

- *Método de los precios hedónicos*. Se basa en la estimación del valor de las características de una mercancía que, a su vez, ayudan a conformar el precio de otro bien privado y observable; es decir, que lo que pretende es obtener una estimación de precios implícitos de las características. Por ejemplo, el cálculo de la ponderación que significa vivir en un entorno patrimonial protegido y bien cuidado, sobre la formación del precio de las viviendas del centro histórico. Una vez estimadas las ponderaciones oportunas, podemos calcular la función de demanda de las características que nos interesen y, por lo tanto, el excedente del consumidor y voluntad de pago.

- *Método de valoración contingente*. Lo que persigue este método es la creación de un mercado hipotético en el que el público juega como en uno real y puede proporcionar, entonces, su disposición a pagar en valor monetario. En este caso, el cuestionario realiza el papel de mercado contingente del patrimonio histórico, donde la oferta viene representada por la persona que entrevista y la demanda por la entrevistada; y a continuación se realizan una serie de pujas (máximas, mínimas o escalonadas) hasta conseguir la verdadera disposición a pagar del público. La virtualidad de este procedimiento es que no tiene por qué limitarse, como en los casos anteriores, a estimar la voluntad de pago de los usuarios directos del bien (visitantes de un museo, por ejemplo) puesto que, como es un juego hipotético pero creíble de valoración se puede extender la muestra al resto de la población y, de este modo, estimar los valores de uso pasivo, correspondientes con el valor de opción, valor de legado y valor de existencia característicos del patrimonio histórico.

³⁰ Ver, por ejemplo, VAUGHAN (1990) y NIJKAMP (1991), así como las citas bibliográficas ya mencionadas a lo largo del trabajo, sobre la dimensión del sector cultural y del patrimonio histórico.

³¹ Los impuestos podrían ser considerados como un medio de financiar este aprecio por el patrimonio histórico como bien público, aun cuando, dado su carácter forzoso y generalizado, no revelan las auténticas preferencias individuales en este sentido. De igual modo, los donativos sí que cumplirían esta última característica, pero no constituyen todavía un instrumento financiero suficiente ni habitual para atender todas las necesidades del patrimonio histórico, al menos en el mundo latino.

³² Ver *in extenso* RIERA (1992), AZQUETA (1996) y SANZ LARA y HERRERO PRIETO (2000).

CUADRO 1

**EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR
DE PROTOTIPOS CULTURALES**

	Excedente ¹	Indice ²
Festival de órgano ibérico	41.400	0,21
Conjunto amurallado de Urueña	45.300	0,23
Museo de Burgos	195.000	1
Catedral de Palencia	118.500	0,61

NOTAS:

¹ En pesetas de 1998.

² Base Museo de Burgos.

FUENTE: BEDATE CENTENO y HERRERO PRIETO (2000).

A pesar de la complejidad de la aplicación práctica de estos métodos y de las críticas recibidas respecto de alguno de sus procedimientos (Riera, 1992), estas técnicas de valoración se han utilizado con profusión en el campo de los recursos naturales, y sólo recientemente han empezado a utilizarse en la valoración de elementos del patrimonio cultural³³. De este modo, el Cuadro 1 y los distintos cuadrantes del Gráfico 1 recogen los resultados de una aplicación sencilla que hemos realizado para la valoración de cuatro prototipos culturales, utilizando la metodología del coste del viaje³⁴. Se trata, por tanto, de una valoración parcial del patrimonio, puesto que con este método sólo llegan a construirse las funciones de demanda expresivas del valor de uso directo de los elementos estudiados, sin contemplar la disposición a pagar por los valores de no uso o valores intangibles. Sin embargo, tiene la virtualidad de abarcar simultáneamente cuatro objetos culturales, que sirven de prototipos representativos de la enorme diversidad de elementos integrantes del patrimonio cultural. Dichos prototi-

pos han sido los siguientes: un conjunto histórico situado en un enclave de carácter rural (el municipio amurallado de Urueña, en la provincia de Valladolid), un museo situado en una capital de provincia (Museo Arqueológico y de Bellas Artes de Burgos), una catedral como edificio artístico singular (la Catedral de Palencia) y un festival de música antigua (el Festival de órgano ibérico de Tierra de Campos, en Palencia), como manifestación cultural que se agota en el momento de la celebración, pero constituye un bien de consumo relacionado con el patrimonio heredado.

Los resultados sobre el excedente del consumidor de estas aplicaciones (Cuadro 1) resultan interesantes, en primer lugar, porque ponen en un mismo común denominador (pesetas de 1998) la valoración de cuatro prototipos diferentes y, segundo, porque nos proporcionan un rango comparado de la disposición a pagar por cada uno de ellos. De esta forma, la cantidad que el consumidor está dispuesto a pagar por ver el Museo de Burgos es aproximadamente cinco veces más que lo que estaría dispuesto a ofrecer por asistir a los conciertos de órgano ibérico o por visitar el conjunto amurallado de Urueña; mientras que la voluntad de pago por disfrutar de la Catedral de Palencia representa el 61 por 100 del valor asignado al Museo. Esta clasificación de preferencias tiene que ver, en última instancia, con el ámbito del potencial turístico de cada zona³⁵, lo cual nos induce a pensar que la frecuencia turística y, por lo tanto, todo lo que rodea a la explotación de este sector, constituye un indicador de la intensidad de las preferencias de los individuos, con independencia de la significación cultural de los elementos analizados.

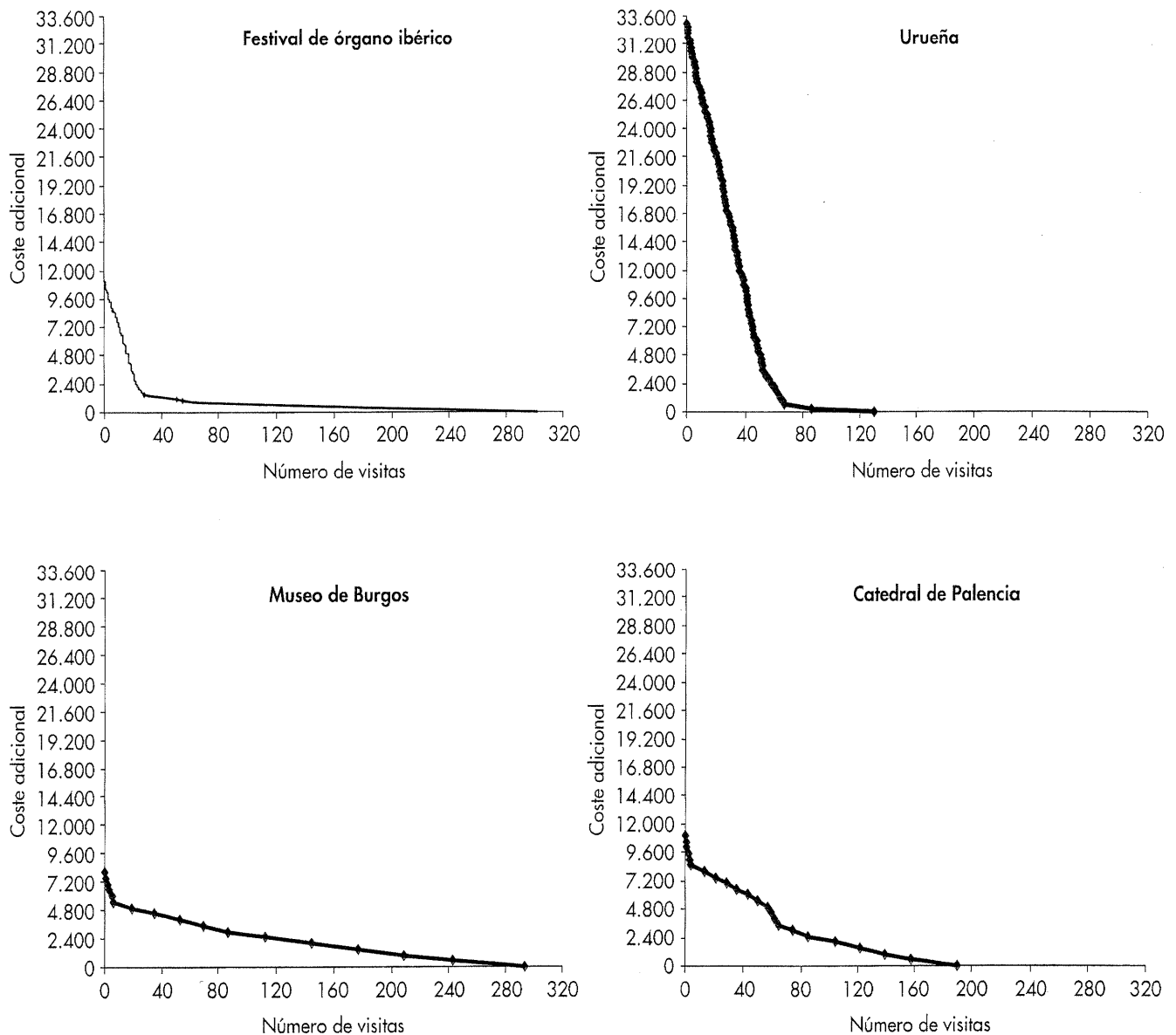
Esta resulta ser, lógicamente, una de las críticas más frecuentes a estos métodos de valoración, acusados de excesivamente crematísticos y economicistas, que no tienen en cuenta otros juicios relacionados con el valor artístico, valor cultural, o incluso con determinados criterios de tipo social y

³³ Ver, por ejemplo, las aplicaciones de MARTIN (1994), SANTAGATA y SIGNORELLO (2000) y SANZ LARA (2001), que utilizan una combinación de varios métodos para estimar la valoración económica de distintos objetos del patrimonio histórico.

³⁴ Para mayor detalle del estudio, ver BEDATE CENTENO y HERRERO PRIETO (2000). Esta investigación se benefició de una ayuda de la Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León (Ref. EVA04/1998).

³⁵ La ciudad de Burgos constituye un enclave turístico por excelencia, superior a la atracción que representa Palencia y muy por encima de los otros dos enclaves, que acreditan un ámbito de conocimiento del público más limitado.

GRAFICO 1
CURVAS DE DEMANDA Y VALOR DE USO DEL PATRIMONIO HISTORICO



FUENTE: BEDATE CENTENO y HERRERO PRIETO (2000).

político en relación al mantenimiento del patrimonio histórico. En su favor cabe señalar que, cuando los consumidores manifiestan una determinada disposición a pagar mediante estas técnicas, ya están revelando, implícitamente, el valor cultural que asignan de forma íntima a los elementos del

patrimonio histórico objeto de consumo o de disfrute. Además, los procedimientos mencionados son absolutamente respetuosos con la soberanía del consumidor, lo cual significa un ajuste óptimo entre preferencias y provisión del bien (o servicio), puesto que aquéllos que manifiestan una voluntad

de pago son los mismos que se beneficiarían del consumo del mismo³⁶.

En cualquier caso, lo que se obtiene con ésta y otras aplicaciones es una jerarquía de preferencias y de voluntades de pago, las cuales, agregadas de manera oportuna en forma de valoración global de los objetos del patrimonio histórico³⁷, podrían constituir un excelente referente de comparación con las partidas de gasto público o privado invertidos en estos elementos. En definitiva, se esté o no de acuerdo con el fundamento económico de estos métodos de valoración, resulta evidente que nos proporcionan, cuando menos, un rango ordinal sobre las preferencias individuales y sociales respecto del patrimonio histórico, lo cual puede servir de pauta coherente para los criterios de provisión pública y acciones normativas.

Hemos de reconocer, en todo caso, que la fortaleza de estos métodos de valoración radica en descubrir lo que los ciudadanos estarían dispuestos a pagar por el valor de uso y los efectos intangibles del patrimonio histórico; pero sería incorrecto pretender mucho más de ellos, pues todavía existen dos dificultades importantes que limitan la trascendencia y utilidad de los resultados. En primer lugar, hemos de aceptar que la intensidad de preferencias está mediatizada por el poder adquisitivo de los visitantes, desde el momento en que aquélla se expresa en términos de voluntades de pagos monetarios y no todo el mundo

tiene la misma disponibilidad de renta. Consecuentemente, el mercado de patrimonio histórico así construido, reflejaría las preferencias de la sociedad, en función de cómo sea la distribución de la renta (Azqueta, 1996). Por otra parte, la segunda dificultad consiste en que, con estas técnicas de estimación, sólo podemos calcular el valor presente del rendimiento de un elemento del patrimonio cultural, pero nunca podremos predecir el valor futuro del mismo, ya que no conocemos cuál será la jerarquía de valores de las próximas generaciones, ni el coste de oportunidad de las inversiones en el futuro. Por lo tanto, las aplicaciones que puedan deducirse de ejercicios de valoración sobre colectivos presentes (los encuestados), deberán considerar pertinentes los posibles efectos intergeneracionales de tales decisiones.

En cualquier caso, estas restricciones, aún no resueltas, no deben hacer pensar que la contribución de los métodos de valoración analizados sea irrelevante, sino todo lo contrario: se ha abierto un campo de estudio muy fecundo para la depuración teórica y para la verificación empírica, en el que la economía política está demostrando ser un instrumento muy valioso y no excluyente para el análisis del patrimonio histórico.

Referencias bibliográficas

- [1] AZQUETA OYARZUN, D. (1996) «Valoración económica del medio ambiente: una revisión crítica de los métodos y sus limitaciones», *Información Comercial Española, Revista de Economía*, número 751, páginas 37-46.
- [2] ALONSO HIERRO, J. y SANZ MARTIN DE BUSTAMANTE, M. (2001): *El patrimonio histórico de España desde una perspectiva económica*, Fundación Caja Madrid, Madrid.
- [3] BAUMOL, W. y BOWEN, W. (1966): *Performing Arts. The Economic Dilemma*, Twentieth Century Fund, Nueva York.
- [4] BECKER G.S. y STIGLER G.J. (1977): «De Gustibus non Est Disputandum», *American Economic Review*, número 67, páginas 76-90.
- [5] BEDATE CENTENO, A. y HERRERO PRIETO, L.C., (2000): «The Travel Cost Method Applied to the Valuation of the Historic and Cultural Heritage of the Castilla-León Region of Spain», *40th Congress of the European Regional Science Association*, Barcelona.
- [6] BENHAMOU, F. (1996): *L'économie de la culture*, Editions La Découverte, París.

³⁶ Esto nos llevaría a proponer, como ya se ha mencionado con anterioridad una mayor proximidad entre la financiación del coste y los usuarios directos del patrimonio histórico, dentro de la preparación de las políticas de provisión en este campo. Sin embargo, cuando estas actuaciones corresponden en su mayoría al Estado, todos los ciudadanos adquieren los mismos derechos de uso y los mismos deberes de financiación. El problema en este punto surge cuando las preferencias del público (es decir, de los contribuyentes) no concuerdan con las de los especialistas en patrimonio, que deciden y gastan el dinero público supuestamente en beneficio de todos. Entonces, quienes deciden no son los mismos que quienes pagan, y esto plantea un problema, al menos desde el punto de vista económico. Véase KLAMER y THROSBY (2001, págs. 132 y ss.)

³⁷ Sin más que multiplicar la disposición media de pago por el número de visitantes, en los casos en los que éstos puedan contabilizarse fehacientemente. En la aplicación mencionada, esto sólo podría realizarse para el Museo de Burgos, pues el resto de prototipos culturales analizados constituyen lugares abiertos o de entrada gratuita. De esta forma, dado que el número de visitantes anuales al Museo de Burgos ronda la cifra de 15.000, el valor total de dicho museo sería de 3.000 millones de pesetas de 1998.

- [7] BORDIEU, P. (1984): *Distinction: A Social Critique of the Judgement as Taste*, Routledge, Londres.
- [8] CAMPILLO GARRIGÓS, R. (1998): *La gestión y el gestor del patrimonio cultural*, Ed. KR, Murcia.
- [9] CASEY, B.; DUNLOP, R. y SELWOOD, S. (1996): *Culture as Commodity? The Economics of the Arts and Built Heritage in the UK*, Policy Studies Institute, Londres.
- [10] COMISION EUROPEA (1998): *Culture, industries culturelles et emploi*, Comisión Europea, Bruselas.
- [11] DELGADO RUIZ, M. (2000): «Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural» en HERRERO PRIETO, L.C. (2000): *Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza*, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.
- [12] DZIEMBOWSKA, J. y FUNCK, R. (2000): «Cultural Activities as a Location Factor in European Competition between Regions: Concepts and Some Evidence», *Annals of Regional Science*, número 34, páginas 1-12.
- [13] FARCHY, J. y SAGOT-DUVAROUX, D. (1994): *Economie des politiques culturelles*, Presses Universitaires de France, París.
- [14] FERNANDEZ LOPEZ, R.I. (2000): «Perspectiva jurídica de las medidas financieras de apoyo al patrimonio cultural», *Crónica Tributaria*, número 95, páginas 85.
- [15] FUNDACION DEL PATRIMONIO HISTORICO DE CASTILLA Y LEON (1999): *Patrimonio y patrocinio empresarial, una perspectiva europea*, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.
- [16] GARCIA, M.I.; ENCINAR, M.I. y MUÑOZ, F.F. (1997): *La industria de la Cultura y el Ocio en España*, Datautor, Madrid.
- [17] GARCIA, M.I.; FERNÁNDEZ, Y. y ZOFIO, J.L. (2000): *La Industria de la Cultura y el Ocio en España*, Fundación Autor, Madrid.
- [18] GEP (Groupe Européen du Patrimoine) (1997): *Patrimoine Bâti et Emploi. Contribution du G.E.P. au Livre vert sur la culture, les industries culturelles et l'emploi de la Commission Européenne*, MIMÉO, Consejo de Europa, Estrasburgo.
- [19] GRAMPP, W. (1991): *Arte, Inversión y Mecenazgo. Un análisis económico del mercado del arte*, Ed. Ariel, Madrid.
- [20] GREFFE, X. (1990) *La valeur économique de patrimoine*, Antrophos-Economica, París.
- [21] HEILBRUN, J. y GRAY, Ch. (1993) *The Economics of Art and Culture. An American Perspective*, Cambridge University Press, Nueva York.
- [22] HERRERO PRIETO, L.C. (1997) «Economía de la Cultura y el Ocio. Nuevas posibilidades para la Política Económica Regional», *Mercurio. Revista de Economía y Empresa*, número 1, páginas 101-118.
- [23] HERRERO PRIETO, L.C. (1998): «El patrimonio histórico como factor de desarrollo económico», en *La conservación como factor de desarrollo en el siglo XXI*, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.
- [24] HERRERO PRIETO, L.C. (Coord.) (2000): *Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza*, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.
- [25] HUTTER, M. y RIZZO, I (1997): *Economic Perspectives on Cultural Heritage*, MacMillan Press, Londres.
- [26] KLAMER, A. (1996) *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- [27] KLAMER, A. y THROSBY, D. (2001) «La factura del pasado: la economía del patrimonio cultural», en UNESCO (2001) *Informe mundial sobre la cultura 2000-2001. Diversidad cultural, conflicto y pluralismo*, Ediciones Unesco y Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- [28] KOBOLDT, Ch. (1997): «Optimizing the Use of Cultural Heritage», en: HUTTER, M. y RIZZO, I (1997) *Economic Perspectives on Cultural Heritage*, MacMillan Press, Londres.
- [29] LANCASTER, K. (1966) «A New Approach of Consumer Theory», *Journal of Political Economy*, núm. 74 (2).
- [30] MARTIN, F. (1994): «Determining the Size of Museum Subsidies», *Journal of Cultural Economics*, número 18, páginas 255-270.
- [31] MORENO DE LA BARREDA, F. (1997): «La dimensión económica del Patrimonio Arquitectónico: punto de vista para soluciones nuevas», *Patrimonio Cultural y Derecho*, número 1, páginas 209-229.
- [32] NIJKAMP, P. (1991): «Evaluation Measurement in Conservation Planning», *Journal of Cultural Economics*, número 15, páginas 1-27.
- [33] PEACOCK, A. (1995): «A Future for the Past: The Political Economy of Heritage», *Proceedings of the British Academy*, número 87, páginas 187-243.
- [34] POMMEREHNE, W. y FREY, B. (1993): *La culture, a-t-elle un prix?*, Ed. Plon, París.
- [35] RICHARDS, G. (1996): *Cultural Tourism in Europe*, CAB International, Oxon.
- [36] RIERA, P. (1992): «Posibilidades y limitaciones del instrumental utilizado en la valoración de externalidades», *Información Comercial Española*, número 711, páginas 59-68.
- [37] RUIZ OLABUENAGA, J.I. (1997): «Economía y Ocio. El Mercado de la Cultura», *Mercurio. Revista de Economía y Empresa*, número 1, páginas 11-24.
- [38] SANTAGATA, W. y SIGNORELLO, G. (2000): «Contingent Valuation of a Cultural Public Good and Policy Design: The Case of "Napoli Musei Aperti"», *Journal of Cultural Economics*, número 24, páginas 181-204.
- [39] SANZ LARA, J.A. (2001): *Valoración del patrimonio cultural: Análisis económico y estadístico. Aplicación al Museo Nacional de Escultura de Valladolid*, MIMÉO, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- [40] SANZ LARA, J.A. y HERRERO PRIETO, L.C., (2000): «Valoración del patrimonio cultural», *VII Congreso de Economía Regional de Castilla y León*, Soria.

[41] SHUSTER, J.M.; MONCHAUX, J. y RILEY, Ch. (1997): *Preserving the Built Heritage. Tools for Implementation*, University Press of New England, London.

[42] SMITH, A. (1776): *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, Edición en español de 1794, reproducida en forma de facsímil por la Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León, Valladolid.

[43] THROSBY, D. (1994): «The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics», *Journal of Economic Literature*, volumen XXXII, páginas 1-29.

[44] THROSBY, D. (1997): «Seven Questions in the Economics of Cultural Heritage», en: HUTTER, M. y RIZZO, I (1997): *Economic Perspectives on Cultural Heritage*, MacMillan Press, Londres.

[45] THROSBY, D. (1999): «Cultural Capital», *Journal of Cultural Economics*, volumen 23, números 1-2, páginas 3-12.

[46] URRUTIA, J. (1989): «Economía de la Cultura», *Economía Industrial*, número 267, páginas 25-44.

[47] VAUGHAN, D.R. (1990): «The Cultural Heritage: An Approach to Analyzing Income and Employment Effects», *Journal of Cultural Economics*, número 8, páginas 1-36.