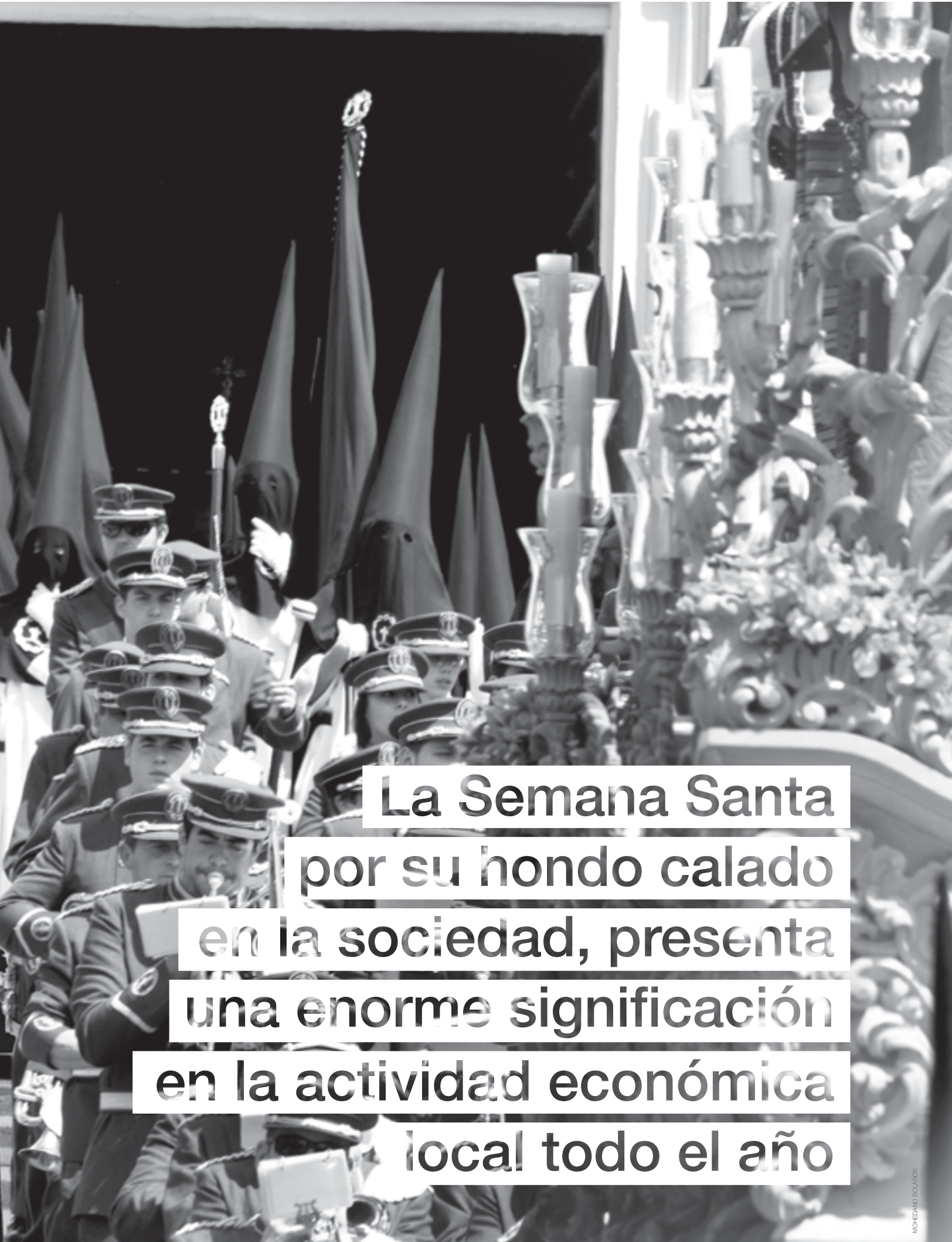


Las celebraciones

culturales como patrimonio

económico y social



**La Semana Santa
por su hondo calado
en la sociedad, presenta
una enorme significación
en la actividad económica
local todo el año**

Las celebraciones culturales como patrimonio económico y social

Tal y como se ha señalado en la introducción, el enfoque de este trabajo parte de considerar a la Semana Santa como un fenómeno eminentemente cultural y que, por su hondo calado en la sociedad, presenta una enorme significación dentro de la actividad económica local a lo largo de todo el año y, por supuesto, en los días propios de esta conmemoración religiosa. Nuestra pretensión es la de aproximar los efectos socioeconómicos generados así, en sentido amplio, por dicha representación artística y también su preparación, su conservación, su promoción, etc. Desde una perspectiva analítica, este planteamiento requiere como paso previo una breve reflexión y puesta en común de las pautas, elementos y especificidades propias de la economía de la cultura.

La dimensión económica de la cultura fue intuida desde los orígenes de la ciencia económica, por los principales economistas clásicos (Stuart Mill, Marshall), si bien no ha sido hasta mediados de los años sesenta cuando se ha consolidado como una subdisciplina dentro de la Economía, que trata de aproximarse a los fenómenos de la creación, producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales. A este reforzamiento contribuyeron, sin duda, los trabajos de los americanos W.J. Baumol y W. G. Bowen que cristalizaron en la publicación del libro “Performing Arts- the Economic Dilemma”, en el que por primera vez la cultura era abordada bajo el enfoque de la teoría económica.

A partir de ese momento y tras algunas otras publicaciones -entre las que cabe destacar en el ámbito europeo a autores como el suizo Bruno S. Frey; los franceses Xavier Dupuis y Françoise Benhamou; los alemanes W. Pommerehne y Michael Hutter, el Italiano G. Mossetto; los británicos A. Peacock y R. Towse, o los españoles Lluís Bonet, Manuel Cuadrado, Víctor Fernández o Pau Rausell, entre otros-, la Economía de la Cultura acapara gran interés, hasta que adquiere un importante reconocimiento institucional al aparecer en la clasificación taxonómica de la publicación Journal of Economic Literature. Su principal publicación en el ámbito internacional es el Journal of Cultural Economics y su organización académica la “Association for Cultural Economics International”.

La Economía del Arte y la Cultura tiene entre sus temas más importantes aspectos como la



intervención pública en la promoción y difusión de la cultura, el impacto económico de la cultura, el precio de los bienes artísticos, el funcionamiento de instituciones de provisión cultural como los museos, los teatros, las óperas etc., las carreras profesionales de los artistas, el comportamiento de las industrias culturales (música, audiovisual, edición de textos), la relación entre cultura y desarrollo, etc. A modo de resumen, las principales áreas de interés de los economistas de la cultura, como cita Benhamou (1996), pueden quedar resumidos en tres grandes bloques: el consumo y la producción, el empleo y, por último, la intervención pública. Por otra parte, otros autores, como Herrero Prieto, diferencia tres grandes áreas de análisis: las áreas escénicas, las industrias culturales y el patrimonio histórico.

Para enmarcar la importancia del sector de la cultura para las economías españolas y de la UE, conviene tener de referencia el estudio realizado por la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea (*The Economy of Culture in Europe*. Bruxelles, 13 de noviembre de 2006), en el que se subraya el potencial del sector de la cultura en la creación de empleo, tanto en número (en torno a 5,8 millones en 2004) como en calidad. Asimismo, se demuestra la contribución de la cultura al Producto Interior Bruto (PIB) de la Unión Europea (en torno al 3 por ciento) y su impacto sobre el desarrollo económico y social, la innovación y la cohesión. En España, diversos trabajos (García Gracia, 2007) han investigado la dimensión económica de la industria de la cultura, sustentada en la creatividad, concluyendo su aportación en torno al 4 por ciento del PIB y un 7,8 por ciento del empleo nacional y mostrando un comportamiento más dinámico que el de la economía española en su conjunto.

Desde una perspectiva más próxima a la que seguiremos en este trabajo para aproximar los efectos socioeconómicos de la Semana Santa de Córdoba, caben destacar las investigaciones realizadas sobre el impacto económico de la Capitalidad Cultural de Salamanca 2002 (Herrero Prieto et al., 2004), sobre los festivales culturales como la Semana Internacional de Cine de Valladolid (Devesa Fernández, 2006), o sobre fiestas populares de proyección turística, como la fiesta de Moros y Cristianos de Calpe (Perles Ribes, 2006).

En definitiva, la economía de la cultura resulta, como bien reseña Blaug (2001), “un área rica de aplicación de la teoría económica y de las técnicas

econométricas” y que aunque ha presentado importantes avances en los últimos años -especialmente en España, a pesar de su desarrollo más tardío que en el resto de países- aún es un hecho socialmente bastante ignorado que necesita seguir siendo analizado, pues constituye un campo fructífero de aplicación de los nuevos desarrollos y progresos de la ciencia económica.

A continuación, vamos a analizar la importancia de los bienes culturales, considerando en particular las dificultades que se van a encontrar para la asignación de un valor cuantificable. Esta perspectiva nos ayudará a comprender los inconvenientes que vamos a encontrar para aproximar la significación económica que en términos culturales tiene la Semana Santa de Córdoba. Asimismo, se incluye un apartado dedicado a distinguir los dos pilares en los que se va a basar nuestra argumentación para este informe. Desde la perspectiva de la economía positiva, la delimitación de la oferta y demanda de bienes culturales que tiene la sociedad, y desde el enfoque normativo, es decir, considerando los efectos multiplicadores que la producción y consumo de tales bienes va a tener sobre el conjunto de la economía.

Consideraciones sobre los bienes culturales y las dificultades en la asignación de valor. El caso de la Semana Santa de Córdoba

Sin duda, uno de los aspectos más controvertidos de la Economía de la Cultura, como disciplina de la ciencia económica que acabamos de delimitar, se refiere a las dificultades metodológicas para valorar o cuantificar los bienes, elementos o patrimonios culturales. Para abordar esta cuestión, conviene comenzar con la definición de qué es lo que consideramos patrimonio cultural. Así, entendemos como Patrimonio Cultural al conjunto de expresiones y manifestaciones que, generadas a través de la historia, conforman el elemento fundamental y básico para comprender el carácter, identidad e idiosincrasia de una comunidad. De acuerdo con la delimitación oficial que nos proporciona la Ley de Patrimonio Histórico Español, 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).

En este sentido, la festividad de la Semana Santa se enmarca perfectamente dentro de la primera definición, puesto que la celebración que conmemora la Pasión y la Muerte de Cristo se ha consolidado a lo largo de la historia como un auténtico fenómeno peculiar, indeleble y de enorme calado popular en nuestra sociedad. Desde el punto de vista de la segunda definición, no cabe duda de que existen estrechos vínculos bidireccionales entre el cuidado a la tradición, que supone la preparación de los cortejos procesionales -año tras año-, y la conservación de la privilegiada arquitectura y morfología urbana de la ciudad, que indefectiblemente imprimen carácter y singularidad a la Semana Santa cordobesa.

Como es sabido, la celebración de la Semana Santa tiene sus orígenes en el impulso de la Contrarreforma tras el Concilio de Trento -hacia mediados del siglo XVI- y se vio sustentada posteriormente, no sólo en el culto religioso, sino en

Nuestra pretensión es la de aproximar los efectos socioeconómicos generados así, en sentido amplio, por dicha representación artística y también su preparación, su conservación, su promoción, etc.



motivaciones gremiales, hospitalarias, mutualistas, étnicas, asistenciales y caritativas. Desde entonces hasta nuestros días, las hermandades y cofradías andaluzas más antiguas no sólo han sobrevivido, pese a la desaparición -en parte- de las razones que explicaron su génesis, sino que han transmitido su fuerza a multitud de corporaciones de nueva creación, que han convertido las últimas dos décadas del siglo XX y la primera del siglo XXI en el período dorado de las mismas, dada su proliferación y las realizaciones materiales y artísticas.



ROLDÁN SERRANO

Las principales áreas de interés de los economistas de la cultura, como cita Benhamou (1996), pueden quedar resumidos en tres grandes bloques: el consumo y la producción, el empleo y, por último, la intervención pública.

Sin duda, como cualquier herencia o patrimonio cultural, la Semana Santa se encontraría compuesta por bienes o elementos culturales que pueden ser tanto materiales como inmateriales. Dentro de los bienes materiales nos encontramos con una clara distinción, los bienes muebles y los bienes inmuebles. Los bienes considerados muebles (imágenes, enseres, etc.) serían aquellos susceptibles de apropiación y que, por exclusión, no son considerados inmuebles. Y, en general,

todos los que se pueden trasportar de un punto a otro sin menoscabo de la cosa inmueble a la que estén unidos. Por su parte, los bienes inmuebles (iglesias, casas hermandades, etc.) son todos aquellos que puedan considerarse consustanciales con los edificios y que formen parte de los mismos o de su entorno o lo hayan formado, aunque en el caso de poder ser separados constituyan un todo perfecto de fácil aplicación a otras construcciones o a usos distintos del suyo original. Este tipo de bienes pueden ser declarados como monumentos, conjuntos históricos, zonas arqueológicas, etc.

Por otra parte, habría que atender a varios aspectos que definen la naturaleza de los bienes culturales en todas sus posibles manifestaciones. En primer lugar, hay que prestar atención al carácter “adictivo” de este tipo de bienes. Es importante tener presente, siempre que se hable de consumo de cultura (independientemente de la tipología de ésta) las experiencias pasadas. Este aspecto va a resultar crucial, ya que como consecuencia del valor histórico o de tradición, va a ser muy frecuente que a mayor nivel de cultura (o mayor consumo cultural) más elevada sea la satisfacción que se deriva de éste consumo. Esta característica contradice el pensamiento tradicional de la teoría económica clásica, en la que se trata al individuo como un consumidor con gustos estables y con capacidad para ordenar preferencias y decisiones, y que a medida que consume una unidad adicional de un bien la utilidad que recibirá de este consumo va disminuyendo (según la ley de utilidad marginal decreciente). Por el contrario, en el caso de los gustos y las preferencias que determinan el consumo de los bienes culturales, se podría observar una utilidad creciente, es decir, el consumidor obtiene una mayor satisfacción o valoración conforme aumenta el uso de este tipo de bienes. Esta característica, que ya fue descrita por Alfred Marshall (1890) y que iría en contra de la ley de utilidad marginal decreciente, supone que el gusto o la preferencia por los bienes culturales son acumulativos.

Otra cuestión inherente a los bienes culturales, o al conjunto de bienes y servicios que acompañan a éstos, hace referencia a los efectos externos positivos que generan. Dicho de otro modo, sus beneficios no se agotan en las personas que los demandan y ofrecen, como si se tratara de un bien privado a través del libre mercado. En este sentido,

tienen características propias de los bienes públicos o semipúblicos (no rivalidad en el consumo y/o la no exclusión), excepto en situaciones de saturación. Estos posibles efectos externos positivos derivan de la existencia de los diversos valores de estos bienes, normalmente, escasamente reflejados por la cuantificación estricta del mercado, surgiendo así uno de los argumentos esgrimidos para justificar la intervención pública. Las externalidades en el consumo hacen referencia tanto a aspectos como la capacidad educativa de la cultura, mientras que las externalidades en el ámbito de la producción tendrían que ver con la capacidad de la cultura para generar actividad económica, renta y empleo, tal y como trataremos más adelante.

Sin duda, uno de los aspectos más controvertidos de la Economía de la Cultura hunde sus raíces en la problemática de la asignación del valor de los bienes culturales. En este sentido, unas de las principales preocupaciones de esta disciplina es la estimación del valor de los bienes artísticos, por las dificultades de definición y de delimitación. Así, el concepto de cultura abarca numerosos campos, elementos y patrimonios, donde los bienes pueden ser únicos y no tienen un mercado como tal. En algunas ocasiones podemos encontrar un valor de intercambio (precio) para ese bien o elemento patrimonial, si bien, resulta más difícil de cuantificar su valor educativo. Esta problemática es especialmente significativa en fenómenos culturales como el de la Semana Santa, donde la gran cantidad diversa de factores (asociativo, artísticos, culturales, etc.) que intervienen hacen difícil tanto la definición de su propio mercado como la definición de su precio.

1 Stigler y Becker (1977), según la teoría de la adicción.



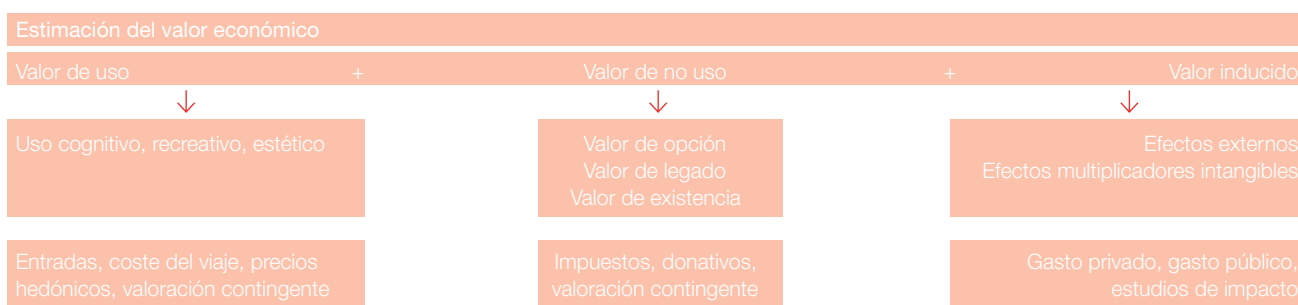
Muy vinculado a esta dualidad, la teoría del valor diferencia entre el valor de uso (asociado al beneficio o utilidad que proporciona su consumo, que podría aproximarse por su precio) y el valor de no uso de los bienes culturales. Este segundo vendría explicado por el interés de los individuos en contribuir al mantenimiento, conservación de un bien cultural, aún cuando no hagan un consumo directo del mismo. Esta segunda consideración enlaza, sin duda, con otras apreciaciones que la doctrina ha señalado sobre los valores de los bienes culturales. Entre éstos cabe enumerar las siguientes:

- Valor de existencia: la población se beneficia del hecho de que la cultura exista, incluso si algunos de sus individuos no toman parte en ninguna actividad.
- Valor de opción o elección: la sociedad se beneficia de la posibilidad de asistir a estos acontecimientos culturales, incluso si no llegan a hacerlo realmente.
- Valor de legado: las personas se benefician de la posibilidad de legar la cultura a generaciones futuras, aunque ellas mismas no hayan tomado parte en ningún acontecimiento artístico.
- Valor de prestigio: porque determinadas instituciones contribuyen a un sentimiento de identidad regional o nacional.
- Valor de educación: el arte contribuye al refinamiento de los individuos y al desarrollo del pensamiento creador de una sociedad.

La existencia de estos valores de no uso no implica que no sean medibles o estimables y, de hecho, se han desarrollado metodologías que tratan de cuantificarlos, entre las que cabe citar: el enfoque hedónico de mercado, que intenta valorar la utilidad que, indirectamente, para las personas reporta el objeto cultural, el enfoque del coste del desplazamiento, que mide el valor de un objeto de patrimonio histórico, basándose en dos supuestos: el patrimonio es el único propósito del viaje y el viaje en sí no produce ningún placer. Muy similar a este planteamiento es el de la valoración contingente, que utiliza sondeos muestrales para calcular la disposición a pagar (enfoque microeconómico).

Por otro lado, desde una perspectiva macroeconómica, también se puede aproximar el valor de la cultura a través de la estimación de los flujos derivados en el entorno económico en el que se inserta y que antes calificamos como externalidades en la producción y consumo. Entre estas metodologías presentan un mayor respaldo científico los estudios de impacto económico, en los que mediante el cálculo de los efectos directos e indirectos generados pueden estimarse los efectos multiplicadores sobre la economía regional, gracias al impacto sobre el resto de sectores productivos. Un resumen de estas aproximaciones a la cuantificación del valor económico queda reflejado en el esquema adjunto.

VALOR ECONÓMICO DE LA CULTURA. MÉTODOS DE EVALUACIÓN. Esquema 1



Fuente: Herrero Prieto, 2001

En la actual sociedad de consumo en la que nos encontramos, donde casi todo es objeto de comercio, el acontecimiento religioso y sociocultural que supone la celebración de la Semana Santa y el fuerte movimiento económico que genera, difícilmente puede escapar de una creciente mercantilización de su entorno, así como de la creación de un mercado que canalice la oferta y la demanda de una actividad, aunque para muchos debiera estar más condicionada por la sensibilidad espiritual que por la capacidad económica.

Economía positiva y normativa del patrimonio histórico y de los acontecimientos culturales

De acuerdo con las bases analíticas señaladas en el primer apartado de este capítulo, la economía de los recursos culturales o patrimonio cultural puede acometerse desde dos puntos de vista. El primero es el resultado del interés por descubrir el comportamiento de los individuos y la materialización de sus decisiones en la oferta y demanda de los bienes culturales. Este primer enfoque sería el de la perspectiva de la economía positiva, que básicamente ya ha sido tratado en páginas anteriores. La segunda perspectiva sería la correspondiente a la economía normativa, contemplando la evaluación de las asignaciones de recursos y posibilidades de intervención pública, así como la medición de flujos y, en consecuencia, de los efectos del patrimonio cultural sobre el desarrollo económico.

Con respecto a este segundo enfoque, interesado en la evaluación de la asignación de recursos en relación al patrimonio histórico y en estudiar los criterios y las posibilidades de intervención pública, resulta factible considerar al patrimonio histórico como un tipo de stock de capital económico. Así, siguiendo las propuestas de David Throsby (1999), el capital cultural, considerado como un conjunto de elementos tangibles e intangibles, expresión de ingenio y de la historia de un pueblo, puede entenderse como un recurso fijo que genera rentas en forma de flujo de bienes y servicios derivados, y que puede depreciarse o acumularse en función de su gestión. El capital cultural se diferencia del capital fijo en que, aún siendo creado por las manos del hombre, goza de un significado de creación artística; a su vez, comparte similitudes con el capital humano, en cuanto a que ambos representan elementos intangibles y experiencias acumuladas, pero por su parte, el capital cultural contiene, además, elementos tangibles y físicos, como son las obras de arte, los edificios de interés artístico, etc.

En este sentido, entendemos que el patrimonio histórico forma parte de este capital cultural, ya que constituye un fenómeno económico, pues interviene en la función de producción de una economía, tiene sus usos alternativos y carácter sustitutivo con otras opciones existentes y, por lo tanto, es susceptible de

El capital cultural se diferencia del capital fijo en que, aún siendo creado por las manos del hombre, goza de un significado de creación artística



evaluación y elección colectiva debido a la importante contribución que puede suponer para el desarrollo económico de una sociedad. Es en este punto donde surge el principal problema, la asignación de valor del patrimonio histórico, ya que existen dos posibles acepciones mensurables: el valor cultural y el valor económico. El valor cultural de carácter cualitativo, donde aparecen las preferencias y las elecciones individuales -muy difícil de cuantificar- y el valor económico, que viene dado por el conjunto de rentas generadas, así como el flujo de bienes y servicios que se derivan de la producción y consumo del bien cultural (efectos socioeconómicos).

Con respecto al papel del Estado en la economía de la cultura y las razones de la intervención pública en el mundo de las artes, las motivaciones que se han argumentado tradicionalmente en la literatura se han visto desplazadas en los últimos años por las estrategias de desarrollo local y regional, es decir, que la principal argumentación para intervenir desde las Administraciones Públicas en el campo de la cultura tiene que ver con los efectos económicos que ésta va a generar sobre el conjunto de la sociedad.

No obstante, repasamos otras tres principales razones que justificarían el papel del sector público, que son señaladas por la doctrina. En primer lugar, los beneficios o externalidades derivadas de los bienes culturales, desde el punto de vista de la producción: su atractivo turístico, que generará empleo, promoverá el desarrollo local y la regeneración urbana. Y desde el punto de vista del consumo, por los aspectos relativos al valor de legado y de existencia, que se traducen en prestigio y cohesión social, puesto que la cultura puede contribuir a la transmisión de ideas, creencias y valores, sin descartar que al mismo tiempo, la cultura pudiera actuar como un agente de desarrollo del espíritu crítico, de ruptura social y de confrontación con los valores de dicha sociedad. Asimismo, la cultura aumenta el nivel educativo y se encuentra ligada a la idea de mejora social. Desde el punto de vista de la economía normativa de la cultura, también son señaladas las motivaciones relativas a los problemas de información y a los aspectos redistributivos, así como a la estructura de costes (marginales crecientes) de algunas actividades culturales frente al avance más pausado de la productividad.

Pero, sin duda, el apoyo, el fomento y la promoción por parte de las instituciones públicas de los acontecimientos, bienes, o patrimonio cultural se

ha convertido, a menudo, en un objetivo intermedio para incidir en la revitalización de las ciudades y regiones, a través de la remodelación física del lugar, la atracción de turismo y la creación de empleo. En este sentido, el respaldo cultural se convierte en un factor avanzado de competitividad para atraer población y actividad productiva.

Después de todo lo expuesto en este primer capítulo dedicado a las aproximaciones teóricas desde el campo de la economía a la cultura, podemos concluir que la Semana Santa constituye, como un evento cultural de gran importancia para la ciudad de Córdoba, un recurso singular que cumple todas las características propias de un bien susceptible de valoración desde la perspectiva de la Economía de la Cultura. Hay que destacar, como bien se mencionaba en líneas anteriores, los efectos positivos que genera la celebración de la Semana Santa en Córdoba, ya que promueve el cuidado y la conservación de la ciudad y beneficia a sectores económicos de vital importancia como son el sector turístico -por el empuje económico que supone para una ciudad- o la industria artesanal -por su proximidad a la producción artística y al empleo de alta productividad-.

Asimismo, resulta muy relevante el hecho de que, aunque una parte de la población no se implique de forma activa en la participación, organización y en la puesta en funcionamiento de los desfiles procesionales de la Semana Santa cordobesa, la sociedad en su conjunto tiene una percepción, valoración y una elevada sintonía con la aportación de ésta. Sin duda, esta buena opinión está basada en que la población, en general, se beneficia del prestigio y riqueza cultural que supone el disponer de un evento de tal importancia en cuanto a la cultura y la tradición histórica, aún sin participar en ninguna actividad en concreto. En esta línea se basarán los próximos capítulos donde se tratará de analizar el impacto socioeconómico que supone la Semana Santa para la ciudad de Córdoba tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Para ello, intentaremos medir el impacto económico directo e indirecto (además del inducido) que son cuantificables, dentro de las limitaciones técnicas encontradas. Estas dificultades se hacen más significativas en el caso de los efectos intangibles, ligados a la notoriedad que alcanza la ciudad, así como la puesta en conocimiento y el realce de diversos aspectos que pueden tener efectos positivos en periodos posteriores.

