**Ficha Formativa**

|  |  |
| --- | --- |
| **Título** | **La economía cultural: Cómo mejorar el patrimonio cultural en una nueva economía sostenible** |
| **Palabras clave** | **Impacto económico, patrimonio cultural, valoración económica, turismo cultural, emprendimiento cultural** |
| **Proporcionado por** | **Universidad de Oviedo** |
| **Idioma** | **Español** |
| **Área** | SECCION CULTURAL |
| **Objectivos / metas / resultados de aprendizaje** | |
| El principal objetivo de este curso es mostrar cómo la valoración del patrimonio cultural puede contribuir al desarrollo económico local y regional. | |
| **Descripción** | |
| Al final de este módulo, el alumno podrá entender cómo el patrimonio cultural puede ayudar a promover la economía local y regional e identificar estrategias para mejorar el patrimonio cultural y hacerlo sostenible. | |
| **Contenidos organizados en 3 niveles** | |
| 1. **Introducción: Importancia del patrimonio cultural**   El patrimonio cultural se ha ido percibiendo gradualmente como una parte fundamental para el desarrollo sostenible de los territorios. No solo por sus potenciales para ayudar al crecimiento económico, sino también por su papel para prevenir conflictos y crear una identidad cultural. Las dos siguientes subsecciones describen cómo se percibe el patrimonio cultural dentro de la UE y, en términos más generales, cómo el patrimonio cultural puede considerarse y estudiarse como un recurso económico que, si se emplea de forma adecuada, puede ser útil para promover el crecimiento económico.   * 1. **Importancia del Patrimonio Cultural en la UE**   La cultura en general, y el patrimonio cultural en particular, se consideran políticas de alta prioridad dentro de la Unión Europea. Esta clasificación se basa en las percepciones que los ciudadanos de la UE suelen tener sobre el patrimonio cultural y se refleja en el diseño de políticas específicas de la UE.   * + 1. **Percepciones de los ciudadanos de la UE**   La presencia y conservación del patrimonio cultural parece ser un aspecto importante y relevante para la mayoría de los ciudadanos europeos. La encuesta del Eurobarómetro realizada en diciembre de 2017 mostró que más del 80% de los ciudadanos europeos pensaba que las políticas relativas al patrimonio cultural eran importantes tanto a nivel personal como para el conjunto de la UE.   * + 1. **Políticas de la UE sobre el patrimonio cultural**   Basándose en estas percepciones, la Comisión Europea diseñó el programa Europa Creativa 2021- 2027 para su lanzamiento en un futuro próximo, con la intención de dar soporte a muchos aspectos de la actividad cultural en la UE, incluyendo el patrimonio cultural ámbito.  En los últimos años, varias políticas de la UE han apoyado el patrimonio cultural de Europa, programas que han proporcionado financiación para el patrimonio cultural en el marco de Horizonte 2020, Erasmus +, Europa para los ciudadanos y los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.  Las redes de contactos y la colaboración en aspectos del patrimonio cultural se articula a través del Consejo de Ministros de Educación, Juventud, Cultura y Deporte, mediante el Método Abierto de Coordinación. Además, el grupo de expertos en patrimonio cultural de la Comisión creado recientemente (2019) ofrece análisis y asesoramiento sobre la implementación de políticas relacionadas con el patrimonio cultural a los países miembros de la UE, países asociados y otras instituciones de la UE. En este contexto, el Marco Europeo de Acción sobre el Patrimonio Cultural (2018) es quizás la característica más importante de los países de la UE y refleja el diseño y la organización de actividades relacionadas con el patrimonio cultural a nivel europeo.   * + 1. **Políticas de la UE para el Patrimonio Cultural**   Los sectores cultural y creativo son importantes para garantizar el desarrollo continuo de las sociedades y están en el corazón de la economía creativa. Intensivos en conocimientos y basados en la creatividad y el talento individual, generan una riqueza económica considerable. Y lo que es más importante, son fundamentales para un sentido compartido de identidad, cultura y valores europeos. En términos económicos, muestran un crecimiento por encima de la media y generan empleo, particularmente para los jóvenes, a la vez que fortalecen la cohesión social.   * 1. **El patrimonio cultural como recurso económico: Algunas cuestiones generales**   El patrimonio cultural puede considerarse un bien económico multidimensional, de valores y propiedades múltiples (Mazzanti, 2002). Es multidimensional en el sentido de que su presencia está conectada con varias dimensiones de las sociedades modernas, no solo en términos culturales, sino también en términos de sus identidades nacionales o regionales, o con la forma de relaciones urbano-rurales, o con el potencial económico de los territorios. Tiene propiedades múltiples, ya que se puede usar con varias funciones y no solo para el propósito para el que fue diseñado originalmente (por ejemplo, un teatro antiguo puede usarse actualmente para representar obras de teatro, pero también como museo). Y es un bien económico multivalor, lo que significa que su uso no solo genera una utilidad “privada” o “excluible”, sino también un uso “público”.  Desde un punto de vista económico, el patrimonio cultural puede incluirse con el resto de aportaciones económicas (tales como el trabajo y el capital físico, natural o humano) que contribuyen a incrementar la producción económica. Sin embargo, tiene unas características particulares que convierten al patrimonio cultural en un recurso económico especial: primero, puede clasificarse como bien público, lo que significa que un usuario puede consumirlo sin problema e independientemente del uso de otros usuarios. Además, es un bien no excluible, lo que significa que nadie (en principio) puede quedar excluido de su consumo.   1. **Patrimonio cultural como motor para el turismo cultural**   Las características previas convierten al patrimonio cultural en una forma interesante de atraer al turismo. La actividad turística que el patrimonio cultural puede atraer no se basa necesariamente en la fórmula de las 3S (Sand, Sun and Sea, en español: arena, sol y playa), sino en los pilares de las 3E (Excitement, Entertainment and Education, en español: Entusiasmo, Entretenimiento y Educación). Esto abre posibilidades para actividades comerciales en aquellas áreas donde se sitúa el patrimonio cultural. La preservación del patrimonio cultural puede percibirse como una barrera para el desarrollo económico, pero una gran cantidad de investigaciones ha demostrado la relación positiva entre la preservación del Patrimonio cultural y el desarrollo económico: no solo por el turismo cultural sino también por la revitalización de los centros históricos de las ciudades.  Esta sección explica cómo las autoridades nacionales y regionales pueden usar el patrimonio cultural para promover el crecimiento económico y cómo las iniciativas locales pueden beneficiarse de este recurso.   * 1. **Cómo el turismo cultural ayuda a promover las economías regionales.**   El patrimonio cultural se puede clasificar distinguiendo entre recursos tangibles e intangibles (inmateriales). El patrimonio cultural tangible incluye, siguiendo la definición dada por la Comisión Europea y el Consejo de Europa, “*los artefactos físicos que se producen, mantienen y transmiten de generación en generación en la sociedad como productos de la creatividad humana que tienen un significado cultural y pueden ser representados por monumentos, sitios y objetos arqueológicos; material de archivo, biblioteca y audiovisuales; objetos de arte, etc.*”. Ejemplos de activos intangibles dentro del marco del patrimonio cultural son “*tradiciones orales, artes escénicas o artesanías y rituales”.* Siguiendo esta clasificación, el patrimonio cultural plasmado en las rutas romanas puede definirse como (principalmente) tangible.   * + 1. **Patrimonio cultural y turismo cultural en la UE**   En el informe *Spotlight on the European Year of Cultural Heritage 2018*, la Comisión Europea estimó que casi el 70% de los ciudadanos europeos eligieron su destino turístico dependiendo en cierto modo en la presencia o ausencia de algún patrimonio cultural en la región a visitar.  De forma complementaria a estas estimaciones, y centrándose en cómo la presencia del patrimonio cultural generó turismo cultural, la Organización Mundial del Turismo estimó en su informe *Tourism and Culture Synergies (2018)* que para los países de la UE con el mayor stock de bienes de patrimonio cultural, el turismo cultural representaba más del 30% del turismo total en 2008, presentando también mayores tasas de crecimiento que otras actividades turísticas.  ¿En qué cantidad estos bienes culturales generaron turismo? Si bien una medición precisa es difícil, el informe *Tourism and Culture Synergies (2018)* citado anteriormente, elaborado por la Organización Mundial del Turismo encuestó a sus países miembros para conocer las opiniones de las autoridades sobre las relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo cultural. Los resultados de esta encuesta mostraron que en más del 95% de los países estudiados, tanto el patrimonio tangible como el inmaterial fueron cruciales para definir y atraer el turismo cultural.   * + 1. **Patrimonio cultural y crecimiento económico en la UE**   Una vez que la relación entre la presencia del patrimonio cultural y el turismo cultural se ha hecho evidente, la siguiente pregunta lógica sería estimar en cuánto contribuye este turismo cultural al desarrollo económico.  Siguiendo con la información mostrada en el informe *Spotlight on the European Year of Cultural Heritage 2018*, la Comisión Europea estimó que había más de 300.000 personas directamente comprometidas con las actividades relacionadas con el Patrimonio Europeo. Esta podría parecer una estimación modesta, pero podría complementarse con todas las actividades y empleos directos e inducidos (por ejemplo, seguridad o servicios de interpretación) que generó el consumo de patrimonio cultural en la UE. Teniendo esto en consideración, la estimación de la Comisión Europea ascendió a más de 7.8 millones de empleos generados por el patrimonio cultural. También identificaron en el sector un efecto multiplicador considerable: por cada empleo directo generado en el sector del patrimonio cultural, se generaron 26.7 puestos de trabajo en el resto de la economía, lo que representa un resultado considerablemente más alto que el promedio de los sectores.  Además, las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo en el informe *Tourism and Culture Synergies (2018)* seguían la misma línea, destacando la contribución del turismo cultural al crecimiento económico. Considerando los países más grandes de la UE en términos de patrimonio cultural, este análisis estimó que el turismo cultural representaba más del 3% del PIB de 2008 para países como Francia, Italia o Alemania, mientras que en el caso de España esta contribución ascendía al 7,4% del PIB en ese año en concreto.   * 1. **Caso de estudio: El Camino de Santiago**   Completando el panorama general sobre cómo el patrimonio cultural puede contribuir al desarrollo económico, esta sección presenta un caso de estudio directamente relacionado con el potencial de la presencia de rutas romanas para generar oportunidades económicas. El caso mostrado aquí hace referencia a la parte final del Camino de Santiago que cruza la región española de Galicia. Este caso se ha tomado como referencia por su magnitud en términos de presencia cultural en el norte de España y por sus similitudes con el patrimonio cultural asociado a las rutas romanas.   * + 1. **Contexto**   Hacia el año 820, se descubrió la supuesta tumba de Santiago el Mayor en la ciudad de Santiago de Compostela, en la región española de Galicia. Este descubrimiento generó casi de inmediato la creación de un lugar sagrado para venerar esta tumba y creó una peregrinación (Way of St. James, o Camino de Santiago en español) por toda Europa occidental para visitar la tumba y la posterior catedral, convirtiendo a Santiago en un importante lugar de peregrinaje.  Una particularidad de este camino es que no hay una trayectoria única, sino varias rutas que se pueden considerar parte del Camino, dependiendo del origen de la peregrinación.  A pesar de los orígenes medievales de esta peregrinación, en los últimos tiempos se ha producido un punto de inflexión en la explotación económica de su potencial. En 1993 la Xunta de Galicia impulsó la creación de una Red Pública de Albergues de Peregrinos del Camino, tomando como modelo la red de hospitales medievales que atendían las necesidades básicas de los peregrinos. Actualmente, hay 70 centros y más de 3.000 lugares conectados a esta red y las estimaciones más recientes (2019) de peregrinos que visitan las ciudades conectadas con El Camino fue de más de 350.000.   * + 1. **Actividad económica y sostenibilidad de las comunidades rurales vinculadas al Camino.**   Un estudio reciente financiado por la Xunta de Galicia y dirigido por académicos de la USC (Universidad de Santiago de Compostela) encontró que la actividad económica vinculada a los peregrinos del Camino de Santiago tuvo un impacto significativo en términos de empleo en la economía regional: por cada millón de euros gastados por estos peregrinos, se añadieron 2.7 millones de valor y se crearon más de 20 empleos a jornada completa, es decir, un impacto casi un 18% mayor que el gasto realizado por los consumidores locales.  La contribución de El Camino fue importante no solo en términos puramente económicos, sino porque también generó sinergias que ayudaron a hacer más sostenibles las pequeñas comunidades rurales conectadas a alguna de sus diversas rutas. El mismo estudio mencionado anteriormente encontró que la demografía adversa que caracterizaba las áreas rurales de esta región de España era significativamente menos negativa en aquellas comunidades atravesadas por el Camino de Santiago. Y los encuestados locales de una encuesta realizada en municipios que reciben peregrinos en El Camino indicaron que la presencia de este bien cultural no se veía como una amenaza a la forma de vida tradicional, sino más bien como una forma de construir comunidades más sostenibles.   1. **Mejorar los recursos del patrimonio cultural**   Como consecuencia de todas las relaciones entre patrimonio cultural, turismo cultural y crecimiento económico, es relativamente fácil deducir que las actividades emprendedoras podrían beneficiarse en gran medida del turismo cultural atraído por la presencia de patrimonio cultural.  En general, el emprendimiento depende de múltiples factores, como el acceso a recursos económicos, el nivel de inversión en tecnología o estar rodeado de un ambiente positivo definido por una cultura emprendedora y el marco regulador de la zona.  El emprendimiento relacionado con el patrimonio cultural requiere, además, la presencia de este recurso en el territorio. A primera vista, uno puede pensar que los bienes de patrimonio cultural se dan en una cantidad fija y que no pueden ampliarse. Sin embargo, esta interpretación no es del todo correcta, porque es verdad que el número físico de bienes culturales tangibles no se puede aumentar. Pero existen algunas medidas que autoridades públicas e iniciativas privadas pueden adoptar para mejorar su potencial.   * 1. **Estrategias para autoridades públicas**   Con respecto a las posibles medidas, las personas encargadas de tomar decisiones y las autoridades públicas pueden mejorar las actividades económicas relacionadas con el patrimonio cultural principalmente de dos formas diferentes:   * La preservación y restauración del patrimonio cultural. Estas políticas son esenciales para mantener los bienes culturales en buenas condiciones y necesitan llevarse a cabo con el apoyo de agentes públicos, en la mayoría de los casos. * Accesibilidad. Aunque la “cantidad” de bienes culturales tangibles es la que ya existe, su capacidad para ser consumido depende en parte del grado de accesibilidad de estos bienes (tanto física como digital) para los visitantes potenciales. De este modo, las políticas de accesibilidad se convierten en una forma de incrementar el impacto del patrimonio cultural.      * 1. **Estrategias para empresas privadas**   Las iniciativas emprendedoras también pueden ser útiles para mejorar las oportunidades comerciales derivadas del patrimonio cultural. Estas iniciativas deberían centrarse en hacer que los recursos del patrimonio cultural disponibles sean más:   * Visibles: Para posibles visitantes mediante campañas de publicidad efectivas. Aunque esto no cambia la cantidad de bienes culturales disponibles, afecta de forma efectiva el tamaño potencial del mercado que se puede alcanzar. * Rentables: Generando y especializándose en actividades con alto valor añadido. Al igual que en la estrategia anterior, es fundamental identificar oportunidades potenciales que generen un mayor valor añadido. Tal identificación equivale a incrementar la productividad de los bienes culturales. | |
| Preguntas Socráticas (n.3) | |
| 1. ¿Un ejemplo de “patrimonio cultural tangible” es? 2. **Un antiguo teatro romano.** 3. Una tradicion oral. 4. Cualquier patrimonio cultural que provenga de la antigüedad. 5. El turismo cultural se basa principalmente en la fórmula 6. 3S (Sand, Sun and Sea) 7. **3E (Excitement, Entertainment and Education).** 8. 3C (Culture, Coasts and Cars) 9. La Comisión Europea estimó que el número de puestos de trabajo generados directa e indirectamente por el patrimonio cultural en 2018 en la UE era: 10. **Alrededor de los 7.8 millones de empleos** 11. Menos de 300,000 empleos. 12. Algo más de 300,000 empleos. | |
| **5 entradas de glosario** | |
| -PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE: Artefactos físicos producidos, mantenidos y transmitidos de generación en generación en la sociedad como producto de la creatividad humana que tienen un significado cultural y pueden ser representados por monumentos, sitios y objetos arqueológicos; material de archivo, biblioteca y audiovisuales; objetos de arte, etc.  -PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE: Tradiciones y expresiones vivas heredadas de los antepasados. Por ejemplo, las tradiciones orales, las artes escénicas, las artesanías o los rituales.  - FÓRMULA DE LAS 3S DEL TURISMO: Turismo basado en la existencia de playa, sol y mar (Sand, Sun and Sea) en el destino a visitar.  - FÓRMULA DE LAS 3E DEL TURISMO: Turismo basado en la existencia de entusiasmo, entretenimiento y educación en el destino a visitar. Normalmente está conectado al turismo cultural.  -CONTRIBUCIÓN AL PIB: Participación del Producto Interior Bruto (el valor económico total generado en una economía en un año determinado) que puede atribuirse a algún sector o actividad específica. | |
| **Bibliografía y otras referencias** | |
| European Commission (2017), Spotlight on the European Year of Cultural Heritage 2018. Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/22841c64-d96f-11e7-a506-01aa75ed71a1/>  Mazzanti M. (2002) Cultural heritage as a multi-dimensional, multi-value, and multi-attribute economic good: toward a new framework for economic analysis and evaluation. J Soc Econ; 31 (5): 529–558.  World Tourism Organization (2018), Tourism and Culture Synergies, UNWTO, Madrid. Available at: <http://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418978>.  Regional government of Galicia and Univerty of Santiago de Compostela (2018). The socio-economic impact of the Way of St. James. Available at (in Spanish):  <https://www.eixoatlantico.com/images/SIE/181129-sie-turismo-barcelos/informe_estudio_camino_santiago-esp_laura-dopeso.pdf> | |
| **Related Material** | All\_Routes\_Lead\_To\_Rome\_Cultural\_Economy\_ES.doc |
| **Related PPT** | All\_Routes\_Lead\_To\_Rome\_Cultural\_Economy\_ES \_ES.ppt |
| **Reference Link** |  |