

Un museo. ¿que es desde la
perspectiva de la Economía y desde la
lógica de la acción pública



seminario internacional sobre la
Economía inducida por los Mu
VLC 22 y 23 FEB 2007

econcult
unitat d'investigació

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

PAU RAUSELL KÖSTER

(DIRECTOR UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
EN ECONOMÍA APLICADA A LA CULTURA)

FACULTAD DE ECONOMÍA
INSTITUTO INTERUNIVERSITARIO DE DESARROLLO LOCAL
AVD. TARONGERS S/N
46022 VALENCIA

TELF:+34 963828645 FAX: +34 963828415

<http://www.uv.es/econcult>

econcult@uv.es

pau.rausell@uv.es



1. Introducción. La actualidad de los museos

Es un hecho constatado que los museos han adquirido **centralidad mediática** y **centralidad académica**.

La realidad de los museos aparece constantemente en los medios de comunicación.

... Pero también es perceptible los análisis económicos de los museos en muchas otras revistas dedicadas a la gestión (Journal of Management Development), las ciudades (Urban Affairs Review) y su planificación (Urban Planning), las dedicadas a la gestión cultural y a la Economía de la cultura o las políticas culturales; Journal of Cultural heritage, Journal of Cultural Economics, Journal of Cultural Management, Journal of Cultural Policies e incluso aquellas orientadas a la contabilidad o la auditoría como Accounting Auditing and Accountability Journal o La Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión.

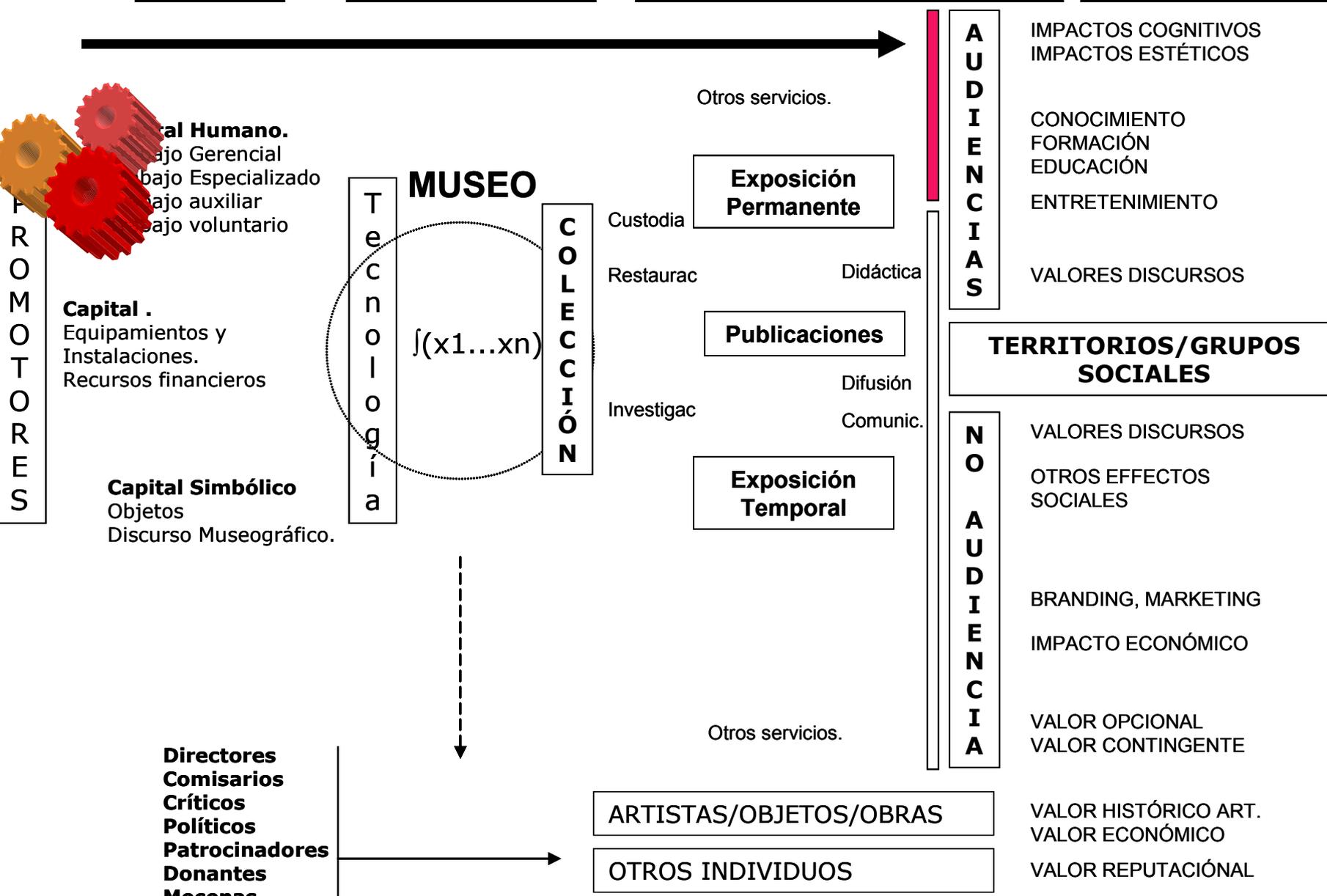
EL MUSEO COMO UNIDAD MULTIPRODUCTO MULTISERVICIO

INPUTS

PROCESO

PRODUCTOS SERVICIOS

EFFECTOS



2. Museos y perspectiva económica

2.1 La relación de la institución con sus promotores

El problema de la agencia.

en los museos, al igual que en otros sectores artísticos, los intercambios entre los agentes (públicos o privados) se articulan a partir de niveles de información asimétricos y con conflictos evidentes entre objetivos. Los intereses de gerentes de museos, comisarios de exposiciones, certificadores artísticos, responsables políticos de las instituciones, donantes, patronos o visitantes y ciudadanos muestran la complejidad de las relaciones y los conflictos del principal-agente (Trimarchi, 2005).



2. Museos y perspectiva económica

2.1 La relación de la institución con sus promotores

La intervención pública y lo fallos de mercado.

La Economía como Ciencia Social ha recogido estos argumentos a partir de la teoría de los “fallos de mercado”. En nuestro caso se da un “fallo de mercado”, cuando por determinadas circunstancias, los que soportan los costes de la provisión de los museos no son los mismos que los que reciben los beneficios y no hay manera de compensaciones entre unos y otros y por lo tanto en caso de que funcionara únicamente el mercado, la producción sería inferior a la socialmente óptima (Frey, B, 2005, pág 74). Esto sucede así en el caso de los museos por:

2. Museos y perspectiva económica

2.1 La relación de la institución con sus promotores

La intervención pública y lo fallos de mercado.

- 1. La existencia de economías externas en la provisión de museos.
- 2. La incapacidad de detectar las expresiones de todo las demandas posibles. (generaciones futuras, demandas opcionales)
- 3. La incapacidad del mercado de registrar el efecto educación.
- 4. Algunos museos (p.e museos abiertos), ofrecen bienes y servicios que tienen características de "bienes público", en le sentido que suponen consumos no rivales y no excluyentes por lo que la provisión pública supone el modelo más adecuado

2. Museos y perspectiva económica

2.1 La relación de la institución con sus promotores

Junto a los argumentos de los fallos de mercado, se pueden encontrar a otro tipo de argumentos que apoyan la intervención del Estado y que tienen que ver en primer lugar con la consideración de que los servicios de los museos o son bienes preferentes (merits goods) y por tanto los políticos consideran que los ciudadanos demandan menos de lo que debieran

... o bien se considera el consumo cultural como un derecho ciudadano que no debe ser limitado por ninguna barrera de acceso económica (la democratización del acceso a la cultura).



EL MUSEO COMO UNIDAD MULTIPRODUCTO MULTISERVICIO

INPUTS

PROCESO

PRODUCTOS SERVICIOS

EFECTOS

P
R
O
M
O
T
O
R
E
S

Capital Humano.
Trabajo Gerencial
Trabajo Especializado
Trabajo auxiliar
Trabajo voluntario

Capital .
Equipamientos y
Instalaciones.
Recursos financieros

Capital Simbólico
Objetos
Discurso Museográfico.

T
e
c
n
o
l
o
g
í
a

MUSEO

$f(x1...xn)$

C
O
L
E
C
C
I
O
N

Directores
Comisarios
Críticos
Políticos
Patrocinadores
Donantes

Otros servicios.

Exposición Permanente

Custodia

Restaurac

Didáctica

Publicaciones

Investigac

Difusión

Comunic.

Exposición Temporal

Otros servicios.

ARTISTAS/OBJETOS/OBRAS

OTROS INDIVIDUOS

A
U
D
I
E
N
C
I
A
S

IMPACTOS COGNITIVOS
IMPACTOS ESTÉTICOS

CONOCIMIENTO
FORMACIÓN
EDUCACIÓN
ENTRETENIMIENTO

VALORES DISCURSOS

TERRITORIOS/GRUPOS SOCIALES

N
O
A
U
D
I
E
N
C
I
A

VALORES DISCURSOS

OTROS EFFECTOS SOCIALES

BRANDING, MARKETING

IMPACTO ECONÓMICO

VALOR OPCIONAL
VALOR CONTINGENTE

VALOR HISTÓRICO ART.
VALOR ECONÓMICO

VALOR REPUTACIONAL



2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

El efecto Guggenheim. Impacto económico

En el caso de los proyectos emblemáticos de las ciudades, el museo actúa como factor de exportación "de atención" y por tanto compite por los flujos turísticos nacionales o internacionales que finalmente arribaran, y con sus gastos complementarios en la hostelería, la revalorización urbanística y otros servicios generarán un efecto multiplicador sobre la economía urbana. En este caso el museo sólo será eficaz si es capaz de atraer "visitantes exteriores"



The European Task Force on Culture and Development, (1997)

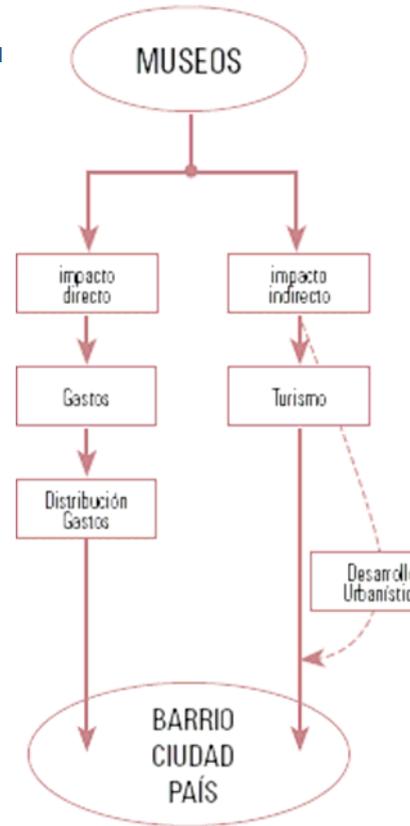
Fuente: citado en AAVC(2007), pág 198

2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

El efecto Guggenheim. **Impacto económico**

Y si el museo es la buena nueva de dicha estrategia **la arquitectura rutilante** su mensajero. Como cita Beatriz Plaza,, algunos aseguran que la arquitectura de autor (entre otros, Ghery, Foster, Renzo Piano, Koolhaas, Nouvelle, Calatrava, Zaha Hadid) por sí misma ya garantiza el desarrollo urbano, a pesar de que son también notables los fracasos, frente a las previsiones de visitantes de algunos proyectos, defendidos bajo el argumento del "efecto Guggenheim".



The European Task Force on Culture and Development, (1997)

Fuente: citado en AAVC(2007), pág 198

2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

Básicamente los problemas de los estudios de impacto económico son de dos tipos:

- técnicos: Entre los técnicos cabe recoger, y, la no distinción entre efectos netos y brutos, la no consideración de los efectos desplazamiento y sustitución, el excesivo optimismo en la estimación de los efectos positivos, las dobles contabilidades y problemas de agregación, la no consideración de los costes de oportunidad y la no consideración de los efectos redistributivos.
- de instrumentalización

2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

Básicamente los problemas de los estudios de impacto económico son de dos tipos:

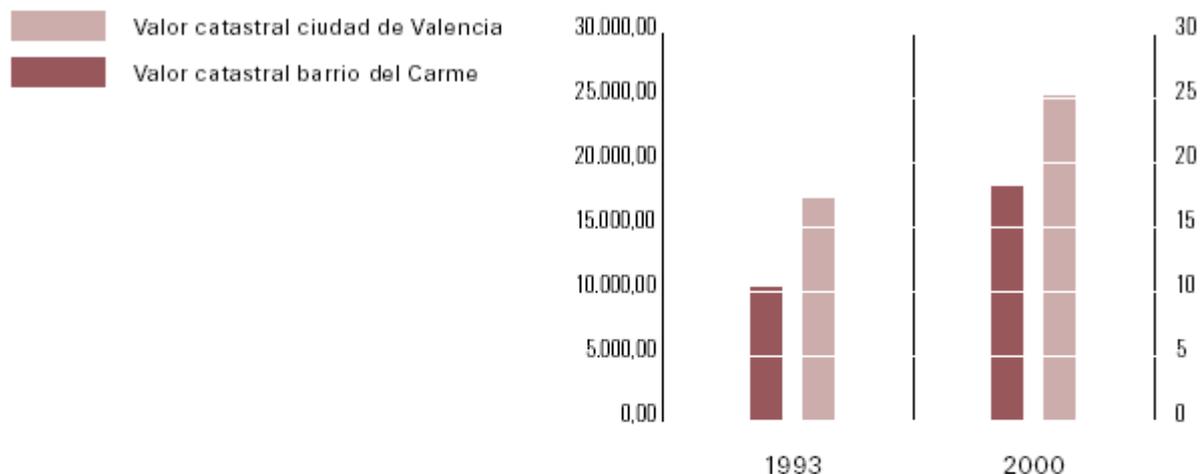
- técnicos: Entre los técnicos cabe recoger, y, la no distinción entre efectos netos y brutos, la no consideración de los efectos desplazamiento y sustitución, el excesivo optimismo en la estimación de los efectos positivos, las dobles contabilidades y problemas de agregación, la no consideración de los costes de oportunidad y la no consideración de los efectos redistributivos.
- de instrumentalización



2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

Figura 3.1 Evolución valor catastral después de la inauguración del IVAM



Es decir, que el incremento del valor catastral de las viviendas experimentado por el barrio del Carme en siete años, un 73,2%, era muy superior a la evolución de los valores medios del conjunto de la ciudad, que alcanzaba sólo el 45,9%.

Ello supone que si se da al valor catastral medio de la ciudad el valor 100, en el año 1993 el precio catastral medio de una vivienda en el barrio del Carme suponía un 60,3 de la media, mientras que en el año 2000 este nivel había subido a 71,6. Una subida de más de once puntos porcentuales en sólo siete años.

2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

-de instrumentalización

Un estudio de impacto económico sólo dice lo que dice: a partir de una concreta metodología, determina cuál es el impacto económico de un determinado proyecto, pero en ningún caso puede entenderse como un certificado de idoneidad sobre dicho proyecto. Los estudios de impacto económico, dependiendo de lo que cuenten, pueden desvirtuar la necesaria multidimensionalidad de los proyectos.

Un paso previo para realizar un EIE es dedicar tiempos y recursos a tratar de determinar "qué" y "cómo" contar. Y este "qué" y "cómo" debe estar orientado a las necesidades y las aspiraciones de las sociedades sobre las que se formula la evaluación

2. Museos y perspectiva económica

2.2 La relación de la museo con el territorio

- también los museos se han analizado, por la Economía, como elementos de transformación del territorio desde una perspectiva más amplia, para hablar de la **transformación socioeconómica o simbólica del espacio**

- . Y aquí cabe destacar los postulados de la nueva museología que ya desde principios de los años 70 considera que ***“el museo tiene que estar al servicio del hombre y no viceversa, tiempo y espacio difícilmente pueden estar constreñidos dentro de muros y puertas, el arte no es la única expresión de la humanidad, los profesionales de los museos son agentes sociales al servicio de la comunidad en la que se asientan y deben tener voluntad de transformación social”***

EL MUSEO COMO UNIDAD MULTIPRODUCTO MULTISERVICIO

INPUTS

PROCESO

PRODUCTOS SERVICIOS

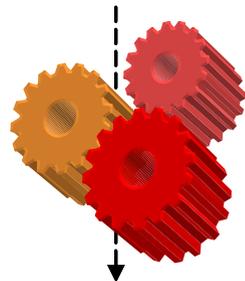
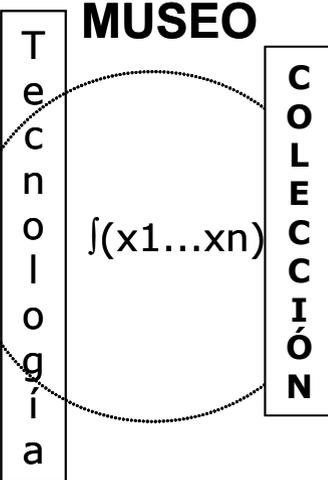
EFECTOS

P
R
O
M
O
T
O
R
E
S

Capital Humano.
Trabajo Gerencial
Trabajo Especializado
Trabajo auxiliar
Trabajo voluntario

Capital .
Equipamientos y
Instalaciones.
Recursos financieros

Capital Simbólico
Objetos
Discurso Museográfico.



Directores
Comisarios
Críticos
Políticos
Patrocinadores
Donantes

Otros servicios.

Custodia

Restaurac

Investigac

Didáctica

Difusión
Comunic.

Otros servicios.

Exposición Permanente

Publicaciones

Exposición Temporal

ARTISTAS/OBJETOS/OBRAS

OTROS INDIVIDUOS

A
U
D
I
E
N
C
I
A
S

N
O
A
U
D
I
E
N
C
I
A

IMPACTOS COGNITIVOS
IMPACTOS ESTÉTICOS

CONOCIMIENTO
FORMACIÓN
EDUCACIÓN
ENTRETENIMIENTO

VALORES DISCURSOS

TERRITORIOS/GRUPOS SOCIALES

VALORES DISCURSOS

OTROS EFFECTOS SOCIALES

BRANDING, MARKETING

IMPACTO ECONÓMICO

VALOR OPCIONAL
VALOR CONTINGENTE

VALOR HISTÓRICO ART.
VALOR ECONÓMICO

VALOR REPUTACIONAL

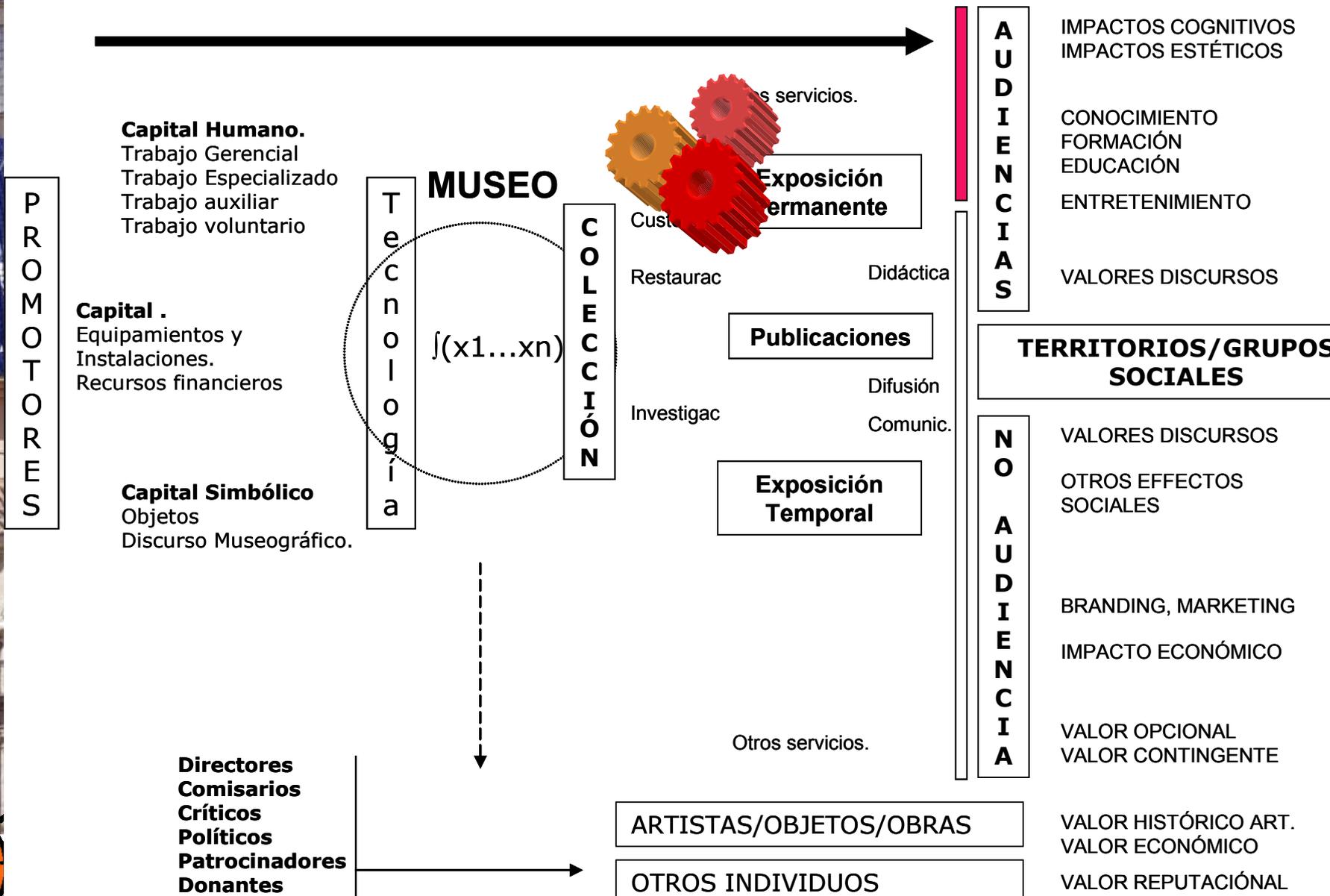
EL MUSEO COMO UNIDAD MULTIPRODUCTO MULTISERVICIO

INPUTS

PROCESO

PRODUCTOS SERVICIOS

EFECTOS



3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

aquella institució, que **a partir de una escala de valores determinada**, que cuenta con un elevado consenso en la sociedad o en la comunidad en que se inserta, **pretende proveer un conjunto de productos y servicios financiados** total o parcialmente **con recursos colectivos**, que por sus características no pueden ser provistos de manera adecuada por los mecanismos de asignación de mercado. Dichos productos y servicios definidos alrededor de la custodia, conservación estudio y difusión de cualquier referencia material o inmaterial que interese a los mujeres y hombres, deben entenderse como instrumentos para conseguir efectos psicológicos, sociales, materiales, cognitivos, estéticos o lúdicos **que finalmente mejoren la utilidad, el bienestar o la felicidad de la comunidad que los financia**



3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

3.1 La correlación entre los efectos del museo y los objetivos finales.

El Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS) es un Organismo autónomo dependiente del Ministerio de Cultura.

Su objetivo básico es **promover el conocimiento, el acceso y la formación** del público en relación con el arte moderno y contemporáneo en sus diversas manifestaciones y **favorecer la comunicación** social de las artes plásticas.

$$U(\text{museo}) > U^-(\text{impuestos})$$

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

Tabla 8: Cuenta de Pérdidas y Ganancias de CACSA 1998-2004 (Euros)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ingresos							
De actividades Ordinarias	2.019.401	2.031.421	3.816.427	18.045.402	22.235.995	41.102.873	31.543.575
Subvenciones de Capital y de explotación	5.174.714	432.729	342.577	1.100.976	1.218.693	803.107	776.333
Financieros	90.152	30.051	42.071	60.768	144.438	262.640	36.242
Resto de Ingresos	252.425	114.192	156.263	102.179	239.231	564.769	116.441
Total	7.536.692	2.608.393	4.357.338	19.309.325	23.838.357	42.733.389	32.472.591
Gastos							
Gastos de personal	1.099.852	1.628.743	2.920.919	3.429.569	2.845.458	6.949.093	7.413.609
Amortizaciones	2.031.421	3.155.314	4.928.299	12.194.889	12.510.658	16.117.913	17.868.021
Financieros	4.952.340	5.499.261	13.889.390	22.780.948	25.179.133	25.697.175	24.655.537
Resto	6.689.265	8.137.704	12.537.112	17.242.074	30.293.257	36.309.939	34.099.514
Total	14.772.878	18.421.021	34.275.720	55.647.480	70.828.506	85.074.120	84.036.681
Resultado	7.236.186	15.812.628	29.918.383	36.338.155	46.990.149	42.340.731	51.379.644

pagando

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

3.3 Evaluación de la eficacia. ¿Estamos consiguiendo el efecto?

Objetivos intrínsecos.

Los objetivos intrínsecos son aquellos objetivos básicos que todo museo ha de cumplir de acuerdo con aquellas definiciones más institucionalizadas del ICOM. Esas misiones son las que orientan la acción del museo a cumplir con las actividades más esenciales de la propia naturaleza del museo de conservar adquirir, investigar, exponer y difundir.

Objetivos extrínsecos.

El concepto de objetivos extrínsecos, parte de la consideración del museo como instrumento para obtener resultados más allá de la dimensión del museo (y esta concepción explica que dichos resultados podrían conseguirse con otras herramientas) y por tanto la deseabilidad de dichas misiones responden a lógicas externas al funcionamiento del propio museo. Este tipo de objetivos tiene como destinatarios por un lado, al usuario individual, por otro lado a la dimensión simbólica colectiva y finalmente al territorio y, en este contexto, podemos incluir dentro del concepto de territorio al municipio, el barrio o la zona donde se ubica el museo, en el sentido de que el museo puede funcionar como transformador de recursos de diversa índole.

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

3.3 Evaluación de la eficacia. ¿Estamos consiguiendo el efecto?

De nuevo a modo de ejemplo podríamos ilustrar con el caso global de la Comunidad Valenciana en el que desde los inicios de la definición de la política cultural hay una apuesta diferenciada (frente a otras Comunidades Autónomas) en términos de atención presupuestaria hacia el ámbito de los museos (Rausell, 2002), sin embargo el conjunto de los ciudadanos valencianos muestra un interés menor por los museos que la media nacional y además asiste también menos que la media nacional

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

3.3 Evaluación de la eficacia. ¿Estamos consiguiendo el efecto?

Personas según el grado de interés por los museos (escala 1=poco, 10=mucho)

		10-9	8-7	6-5	4-3	2-1	NS/NC	Media
Total España	%	11,8	25,5	29,3	11,7	21,6	0,1	5,2
Comunidad Valenciana	%	14,5	23,6	23,8	7,6	30,0	0,4	4,9

Fuente: Encuestas de Prácticas y Hábitos culturales en España. 2002-2003 (MCU)

		Total suelen visitar	Más de tres veces al año	De dos a tres veces al año	Una vez al año	Con menos frecuencia	Nunca o casi nunca	NS/NC
Total España	%	37,1	9,7	9,9	7,8	9,7	62,7	0,3
Comunidad Valenciana	%	28	7,7	7,8	6,1	6,4	71,8	0,2

Fuente: Encuestas de Prácticas y Hábitos culturales en España. 2002-2003 (MCU)

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

3.3 Evaluación de la eficacia. ¿Estamos consiguiendo el efecto?

“Hacer por hacer”

+

sensación de
legítima
“inescrutabilidad”
en la articulación
de las políticas
culturales

Los museos se han de convertir en demandantes proactivos de investigación, ya que realmente desde las Ciencias Sociales sabemos, cada vez más, pero aún muy poco, sobre el comportamiento de los individuos frente al hecho cultural, y sobre las relaciones causales entre cultura y economía, cultura y bienestar individual, cultura y relaciones sociales, etc... Si queremos aprovechar las posibilidades del tiempo de la cultura hay que ahondar mucho más en el conocimiento.

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

3.3 Evaluación de la eficacia. ¿Estamos consiguiendo el efecto?

“Hacer por hacer”

+

sensación de
legítima
“inescrutabilidad”
en la articulación
de las políticas
culturales

Los museos se han de convertir en demandantes proactivos de investigación, ya que realmente desde las Ciencias Sociales sabemos, cada vez más, pero aún muy poco, sobre el comportamiento de los individuos frente al hecho cultural, y sobre las relaciones causales entre cultura y economía, cultura y bienestar individual, cultura y relaciones sociales, etc... Si queremos aprovechar las posibilidades del tiempo de la cultura hay que ahondar mucho más en el conocimiento.

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

3.4 Evaluación de la eficiencia. ¿Conseguimos los productos y servicios con la mejor combinación de factores y al mejor precio?.

Tabla 3.9 Ratios de funcionamiento de los museos*. 2003

	MACBA*	IVAM	PATIO HERRERIANO	GUG-GENHEIM	MNCARS	ARTIUM	FUND. CESAR MANRIQUE	TOTALES
Total gastos corrientes + inversiones	9.048.696,59	15.951.230,80	2.309.031,42	15.888.412,00	22.841.600,36	5.997.655,00	3.282.132,19	75.318.758,36
Total aportaciones	4.912.214,00	8.926.447,00	851.593,00	0,00	14.609.838,42	3.372.619,00	34.330,00	32.707.041,42
Total ingresos corrientes	2.268.659,63	2.663.282,68	344.282,00	7.172.122,00	2.921.690,14	1.033.326,00	3.130.090,29	19.533.452,74
Visitantes	386.086	220.242	46.803	874.807	1.444.300	75.800	306.769	3.354.807
RATIO								
Gasto corriente + inversiones/visitante	23,44	72,43	49,34	18,16	15,81	79,12	10,70	22,45
Aportaciones públicas/visitante	12,72	40,53	18,20	0,00	10,12	44,49	0,11	9,75
Ingresos corrientes/visitante	5,88	12,09	7,36	8,20	2,02	13,63	10,20	5,82

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

3.5 Evaluación de la equidad. ¿Es justa la redistribución de recursos que implica la provisión pública de museos? .

	% De la población que ha ido en el último trimestre a un museo
Total	11,8
Sin completar escolarización básica	1,9
Escolarización básica sin título	5,8
Escolarización básica con título	7,8
Bachillerato	16,7
Formación profesional	14,6
Enseñanza universitaria	32,2

Fuente: Encuesta de prácticas y hábitos culturales 2002-2003. MCU

3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de la lógica de la acción pública

3.6 Transparencia, participación, debate y responsabilidad política.

La caja opaca de los museos



Ley de Museos en el Parlamento Vasco en la que "se obliga" a informar anualmente el precio de las obras adquiridas con dinero público para sus colecciones

Buenas Prácticas en Museos y Centros de Arte, refrendada por el Ministerio de Cultura y los "profesionales del sector de las artes", donde se plantea la necesidad de apertura de los Patronatos al conjunto de la sociedad civil, instando la incorporación de los usuarios en los órganos de gestión de los museos de arte públicos



3. Algunas consideraciones sobre los museos a partir de a lógica de la acción pública

3.6 Transparencia, participación, debate y responsabilidad política.

En definitiva se trata de profundizar en el **calado democrático de las instituciones museísticas** sobre aspectos que tienen que ver y pueden afectar, como hemos comprobado en los puntos anteriores, a aspectos fundamentales de la vida de los ciudadanos y que como cualquier intervención pública tienen efectos en términos de equidad. **Si incorporamos los museos en mayor medida en la centralidad de las estrategias de transformación de los espacios también hemos de ser más escrupulosos en la dimensión democráticos de los mismos.**

Los museos españoles, sufren en estos momentos de una profunda insuficiencia democrática.

4. A modo de conclusiones

La nueva centralidad de los museos, derivada de una aproximación integral al fenómeno cultural, es la que otorga una mayor responsabilidad, y exige una mayor precisión y certeza a todos aquellos agentes que actúan, reflexionan o teorizan sobre los museos. Desde esta perspectiva ya no valen sólo declaraciones grandilocuentes, lugares comunes y consenso vacíos de contenido.

La escasez de investigación en los ámbitos de los impactos, la eficacia o la eficiencia de los museos, vislumbra la oportunidad de que la Economía como Ciencia, aporte su corpus teórico y sus marcos instrumentales al conocimiento de los museos

4. A modo de conclusiones

En el ámbito social y ligado a los elementos anteriores, se requiere mucha más participación y debate que el que se ha producido hasta ahora. Las políticas culturales tienen efectos relevantes sobre la realidad social, y los ciudadanos, los colectivos sociales, deben posicionarse con mayor precisión sobre sus dimensiones de eficacia, eficiencia y equidad. Para que esto sea posible no nos cabe ninguna duda que un de los requisitos es la existencia de información y transparencia. Jornadas como la presente son un primer escalón en ese proceso.