

Cap a una nova cultura turística. Entrevista al Dr. Antoni Riera Font¹

CATERINA MONSERRAT NOLLA

*Grau d'Història – Alumna col·laboradora
Universitat de les Illes Balears*

Resum

“Cap una nova cultura turística” és el títol de la comunicació presentada per l'economista Antoni Riera amb motiu del Congrés Internacional de Turisme Cultural (Universitat de les Illes Balears, febrer de 2015). A partir de les teories de Baumol, Bowen, Throsby o Galbraith, el Catedràtic reflexiona sobre l'economia de la cultura, el valor dels béns intangibles, i el turisme en el cas de les Balears.

Paraules clau: entrevista a Antoni Riera Font, cultura i turisme, economia de la cultura, Illes Balears

Abstract

“Towards a new tourist culture” is the title of the paper presented by the economist Antoni Riera Font on the occasion of the International Congress of Cultural Tourism (Universitat de les Illes Balears, February 2015). Based on the theories of Baumol, Bowen, Throsby or Galbraith, the Professor reflects on the economy of culture, the value of intangible assets, and tourism in the case of the Balearic Islands

Keywords: interview to Antoni Riera Font, culture and tourism, economy of culture, Balearic Islands

El que es persegueix quan es parla d'una nova cultura turística es deixar enrere una planificació turística que fins ara ha cenyit el sistema turístic exclusivament al mercat, és a dir, a l'espai tancat d'intercanvi de béns i serveis, entre oferta i demanda, i concebre el sistema de turisme com un sistema obert on l'intercanvi s'estén a molts de subsistemes —ambiental, cultural, social, etc.—. No debades, la vella cultura turística s'orienta a l'output —número de turistes—, que és intensiu, amb la utilització de quantitats creixents d'inputs —equipaments, mà d'obra, etc.— i justifica l'impacte cultural i ambiental. Per contra, la nova planificació turística s'hauria d'orientar a assolir una major eficiència i aprofitar millor els recursos de què disposa l'arxipèlag, entre els quals hi destaquen el béns tangibles i intangibles que formen

¹ Catedràtic d'Economia Aplicada de la Universitat de les Illes Balears (UIB), on és docent i investigador des de l'any 1992. Va impulsar el Grup de Recerca en Anàlisi dels Impactes del Turisme (AEIT), que gira al voltant de l'economia ambiental, especialment en tècniques de valoració econòmica recolzades en models d'elecció discreta i l'economia regional. Actualment és assessor de la Fundació Impulsa Balears.

part del nostre patrimoni històric i cultural. No només per la capacitat que tenen per complementar l'experiència turística dels visitants de sol i platja sinó també per obrir nous nínxols de mercat a l'ombra del turisme cultural. És necessari anar cap a un model més competitiu, més sostenible on la cultura en general pugui jugar un paper més important.

Donar un valor al patrimoni cultural

S'han fet molts d'estudis que persegueixen esbrinar el valor dels béns que conformen el patrimoni cultural tangible i intangible. Encara que el mercat no els hi assigni un preu, no vol dir que no tinguin valor. Per tal d'aconseguir-ho, existeixen un conjunt de metodologies que, a partir de les preferències de residents i turistes, esbrinen el valor que aquests atorguen al gaudi d'aquests béns —valor d'ús— o a la possibilitat de conservar-los —valor de no ús.

Per què serveix trobar aquest valor? No tant per posar-hi després un preu d'entrada —encara que és una possibilitat—, sinó per justificar precisament la seva necessitat de conservació i la seva possibilitat d'inversió; és una manera de demostrar que és rendible socialment invertir en aquests béns. Per tant, el que s'hauria d'intentar, a partir d'això, és fer una assignació més eficient dels pressupostos públics, destinant una major quantitat a aquells béns o serveis que duen associada a una major rendibilitat social.

No hem d'oblidar que la cultura està formada per un conjunt de béns i serveis que tenen un caràcter intangible, fet que explica que no tinguin preu en el mercat, i aquesta absència de preu no només explica que habitualment se sobre-exploitin dins la funció de producció privada sinó que, des de la perspectiva pública, es doni una infra-provisió d'aquests béns culturals. D'aquesta manera, les administracions fan una provisió inferior de la que seria òptima, un fet que això contrasta amb la contribució positiva que fan aquests béns al benestar de les persones —residents i turistes—, perquè agrada visitar-los, conservar-los, etc.

Una vegada s'ha donat un valor als béns

Quan hem descobert aquests valors podem gestionar millor aquests béns intangibles que s'ignoren dins la vella cultura turística i aprofitar-los no només per millorar la marca, la reputació de la destinació sinó també l'experiència turística dels visitants i la qualitat de vida dels residents. Aquests valors poden ser valor d'ús —valor recreatiu d'un talaiot, per exemple— però també pot ser de no ús —una persona pot voler que es conservi un talaiot encara que no l'utilitzi mai perquè forma part de la seva cultura i vol que el gaudeixin les generacions futures. Vull insistir que, sobre la base d'aquests valors, es poden gestionar millor aquests recursos, en definitiva, aprofitar-los millor, posar-los en capacitat de generar valor, generar més riquesa, generar més benestar. Com? Agregant-los la funció de producció de serveis turístics mitjançant itineraris guiats, activitats d'educació cultural, etc.

Alhora, si es donen situacions de congestió, amb aquests valors, també es poden gestionar millor l'accés a determinats béns patrimonials, determinant el preu òptim que iguala la demanda amb la capacitat de càrrega.

S'arribarà a fer això?

En matèria ambiental, als Estats Units, en aquests moments, pràcticament tots els estudis de viabilitat de projectes ambientals ja duen implícits exercicis de valoració econòmica. A l'àmbit cultural hi ha una recerca emergent, fet que em du a ser optimista. Tanmateix, encara queda més camí per recórrer. Les metodologies de valoració econòmica d'intangibles neixen, principalment, per donar resposta a uns problemes relacionats amb la sostenibilitat ambiental, però s'adonen que les mateixes amenaces, per dir-ho d'alguna manera, i riscos, que s'amaguen darrere la gestió del patrimoni natural, es troben també darrere la gestió de patrimoni cultural i, en general, darrere tots els béns públics. Hi ha moltes coses que es podrien gestionar millor i aquestes eines donen això, una informació que no es tenia i que, en principi, hauria d'ajudar a fer les coses millor. La veritat és que els resultats que deriven d'algunes de les experiències realitzades als Estats Units i a alguns països d'Europa, capdavanters, estan donant molts bons resultats. Una societat avançada és aquella que és capaç de gestionar bé allò que rep en herència, el patrimoni cultural n'és un component important. No serem un país prou desenvolupat fins que no articulem instruments per gestionar millor aquests recursos heretats.

L'avantatge competitiu

S'ha de tenir en compte que qualsevol regió o país té uns recursos de base que són el que s'anomenen recursos heretats, entre els quals no només hi ha mines, petroli i recursos naturals, sinó que també hi ha patrimoni cultural. Allò que seria intel·ligent, per part d'un país o regió que disposa d'aquests recursos enfront d'aquells que no els tenen, seria aprofitar aquest avantatge comparatiu i, encara més, traduir-lo amb un avantatge competitiu. A les Balears això no està passant. Molts de recursos de base cultural que ens atorguen un avantatge comparatiu enfront d'altres regions o països no només no s'està aprofitant sinó que no s'estan desenvolupant estratègies per a consolidar aquests avantatges. Per exemple, el barri jueu de Girona, al cap i a la fi, és molt petit però, curiosament, s'està posant en el mapa com un dels barris jueus que cal visitar, i forma part d'una xarxa de barris jueus de la UNESCO. Aquí es podria fer exactament el mateix. Tenim recursos suficients per posar-los en valor. Potser el valor és petit de manera aïllada però posats en xarxa tenen un potencial increïble, no només per ser conservats i per ser més coneguts sinó, al mateix temps, per generar riquesa, per donar un tret diferencial a la destinació.

Galbraith i el potencial exportador

Quan parlem d'avantatge competitiu, en realitat, el que volem dir és tenir capacitat d'exportar aquell bé o servei a la resta del món. Una de les idees importants que ens va ensenyar Galbraith és que qualsevol recurs cultural que, en principi, no es pot moure i que només es pot consumir *in-situ*, per dir-ho d'alguna manera, en realitat es pot exportar. N'hi ha prou en pensar amb un catàleg, un llibre, un vídeo, un CD que fa referència a un o més actius culturals però també es pot fomentar la seva visita que no és sinó una exportació de serveis. Així, moltes vegades, només pensem que es pot exportar allò que es pot moure i aquells béns que no es poden moure no tenen potencial exportador. Galbraith va ser el primer que va dir que això no era cert, la cultura és tan exportable com qualsevol bé de consum. El fet que el servei cultural sigui clarament

exportable fa que encara se li doni més valor, ja no només és valorat per aquells que hi viuen a prop sinó també per uns altres. La cultura que, per definició, té un grau elevat d'intangibilitat no vol dir que no es pugui tangibilitzar.

Les fórmules de Baumol i Bowen/Throsby

Moltes vegades el que pensam és que aquests béns per definició no només són intangibles sinó que són altament escassos, perquè són únics; per tant, si són únics, l'oferta és molt rígida. L'única manera de gestionar un bé escàs, que o bé n'hi ha un o molt pocs, és posant quotes, límits, com per exemple limitar el nombre de visitants.

Altres economistes més avançats, com Throsby, consideren que tot i que és cert que l'oferta és rígida cal saber què és el que li dona més escassetat: la quantitat física, és a dir, què n'hi ha pocs, o la rivalitat d'ús, és a dir, que se li poden donar usos molt diferents? Si s'està emprant un bé perquè sigui visitat potser no s'està garantint la conservació de tots els seus atributs. On és el conflicte? Què n'hi ha pocs o que hi ha rivalitat en l'ús que se li està donant? Si el problema d'escassetat és degut a la rivaltat —generalment és així, tot i tractar-se d'un bé únic— hi ha moltes formes de combatre-la i d'assegurar un equilibri entre els diferents usos. Les oportunitats de gestió estan aquí, cercar alternatives, prioritzar usos...

No oblidem que l'economista no fa altra cosa que aportar eines, instruments, però que una vegada aplicats, ajuden a fer una gestió més sostenible i, si són aprofitats de manera adequada, contribueixen a fer que les coses es facin una mica millor.



CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Cap a una nova cultura turística?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Les Balears, tot i ser, la comunitat autònoma amb major nombre de Béns d'Interès Cultural (BIC) per cent mil habitants (284,2 vs 48,8, Espanya), presenten un índex de turisme cultural inferior a la mitjana nacional", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Cap a una nova cultura turística?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Alhora les balears pateixen una de les ràtios per cent mil habitants més elevades de l'estat pel que fa a la centres museogràfics (5,5 vs 3,2, Espanya) i espais teatrals estables (5,2 vs 3,2, Espanya)", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Cap a una nova cultura turística?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"I és que la conservació del patrimoni històric no suposa cap benefici econòmic automàtic per a un territori. Ans el contrari, és necessita una gestió capaç de garantir que la identificació, la conservació i l'explotació sostenible d'aquest patrimoni esdevingui motor de l'economia", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Cap a una nova cultura turística?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Així les coses, és essencial una planificació que posi en valor els elements culturals existents i que, més enllà de la protecció i el manteniment, aposti d'una manera clara pel seu valor d'ús turístic", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Cap a una nova cultura turística?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Així les coses, és essencial una planificació que posi en valor els elements culturals existents i que, més enllà de la protecció i el manteniment, aposti d'una manera clara pel seu valor d'ús turístic", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Quin és el valor d'ús turístic del patrimoni cultural?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Així les coses, és essencial una planificació que posi en valor els elements culturals existents i que, més enllà de la protecció i el manteniment, aposti d'una manera clara pel seu valor d'ús turístic", (LBT, 2009).

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Quin és el valor d'ús turístic del patrimoni cultural?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"Un exemple il·lustratiu: A la comarca aragonesa d'Albaracín, que compte amb 4.900 habitants, els ingressos turisme superen els 8 milions d'euros, mentre que les despeses de conservació del patrimoni històric i cultural no arriben als 300.000 euros"

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO CULTURAL
ANÁLISIS Y PROYECTO DE FUTURO

Quin és el valor d'ús turístic del patrimoni cultural?

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS
DE LA UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

"En tot cas, sembla que plantejar la gestió del patrimoni històric i la cultura des d'un vessant estrictament econòmic resulta extremadament reduccionista enfront d'una realitat tan complexa, susceptible de ponderar per damunt de tot el valor d'existència dels elements culturals i les seves manifestacions".

CONFERÈNCIA DE ECONOMIA DE LA CULTURA
AUSI, BONIC I HISTÒRICA

Quin és el valor d'ús turístic del patrimoni cultural?

"En tot cas, sembla que plantejar la gestió del patrimoni històric i la cultura des d'un vessant estrictament econòmic resulta extremadament reduccionista enfront d'una realitat tan complexa, susceptible de ponderar per damunt de tot el valor d'existència dels elements culturals i les seves manifestacions".

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS DE LA UAB

CONFERÈNCIA DE ECONOMIA DE LA CULTURA
AUSI, BONIC I HISTÒRICA

Quin és el valor d'existència del patrimoni cultural?

"En tot cas, sembla que plantejar la gestió del patrimoni històric i la cultura des d'un vessant estrictament econòmic resulta extremadament reduccionista enfront d'una realitat tan complexa, susceptible de ponderar per damunt de tot el valor d'existència dels elements culturals i les seves manifestacions".

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS DE LA UAB

CONFERÈNCIA DE ECONOMIA DE LA CULTURA
AUSI, BONIC I HISTÒRICA

Un aperitiu de...

CATEDRA D'ESTUDIS TURÍSTICS DE LA UAB

!! L'economia de la cultura és un camp molt actiu i ample de la recerca en Economia

↓

- El conjunt d'actius que impliquen alguna forma de creativitat en la seva producció: arts escèniques.
- Els elements relacionats amb la generació i comunicació del significat cultural: patrimoni històric.
- Els productes que estan dotats, al menys potencialment, d'alguna forma de propietat intel·lectual: indústries culturals.

!! L'economia de la cultura és un camp molt actiu i ample de la recerca en Economia

↓

- El conjunt d'actius que impliquen alguna forma de creativitat en la seva producció: arts escèniques.
- Els elements relacionats amb la generació i comunicació del significat cultural: patrimoni històric.
- Els productes que estan dotats, al menys potencialment, d'alguna forma de propietat intel·lectual: indústries culturals.

Potencial exportador

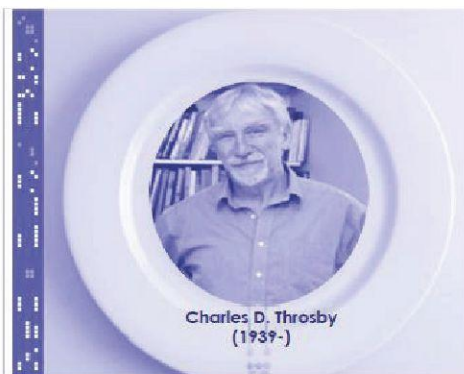
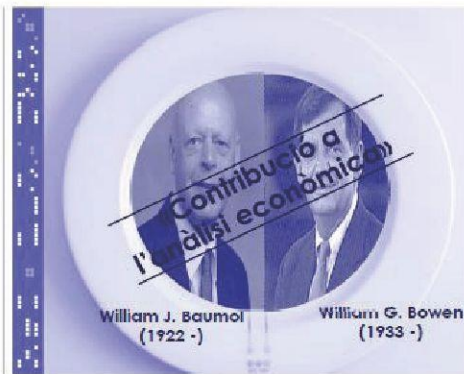
John Kenneth Galbraith
(1908-2006)

Necessitat de subsidiar

Lionel Charles Robbins
(1898 - 1984)

«Performing Arts - The economic dilemma»

William J. Baumol (1922 -) William G. Bowen (1933 -)



ORGANISME VALENCIÀ DE TURISME CULTURAL
MOLINA GARCIA FERRAZ (2008)

Segon plat: valor de...

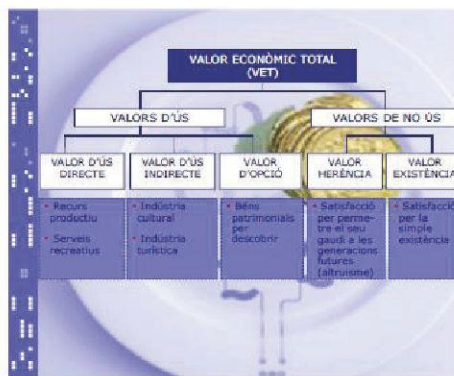
CÀTERA D'ESTADÍSTIQUES DE LA UNIV. POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Aguesta és una fal·lera multidisciplinària i l'ECONOMIA, com a ciència social, té les eines per introduir les persones, amb el seu comportament, amb les seves necessitats, amb la seva racionalitat, enmig d'aquesta problemàtica.

I ho fa posant dins la mateixa balança tots els beneficis que obté la societat des d'aquests monuments, treballs d'arquitectura, pintura, escultura, así com elements i estructures d'origen arqueològic.... I tots els costos que se'n deriven de la seva preservació i conservació, traduïts a una mateixa unitat de mesura, els diners.

Què val el patrimoni històric-cultural?

Es pot traduir en unitats monetàries el plaer, el benestar que obté un turista de gaudir del patrimoni històric-cultural?



Classificació dels mètodes de Mitchell R.C. i Carson R.T. (1989)

	COMPORTAMENT OBSERVAT	COMPORTAMENT HIPOTÈTIC
VALORACIÓ MONETÀRIA DIRECTA	<ul style="list-style-type: none"> Preu del mercat real Preu en el mercat experimental Referèndum real 	<ul style="list-style-type: none"> Jocs de licitació Referèndum contingent Valoració contingent
VALORACIÓ MONETÀRIA INDIRECTA	<ul style="list-style-type: none"> Cost del viatge Preus hedònics Costs evitats Despeses defensives / curatives 	<ul style="list-style-type: none"> Ordenació contingent Activitat contingent Experiments d'elecció

Les postres: ?

CÀTERA D'ESTADÍSTIQUES DE LA UNIV. POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

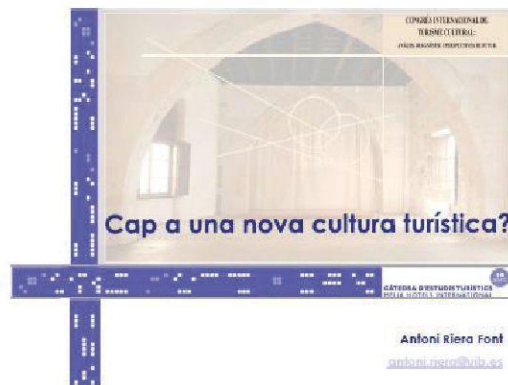
	US/SERVEI	DISPOSICIÓ A PAGAR
Museu Nacional d'Escultura (Valldolid)	Valor d'ús directe i valor d'ús passiu (opció, herència i existència)	•DAP (Valor d'ús directe)= 30C. •DAP (Valor d'ús passiu d'opció, herència i existència)= 27C
Oferta cultural de Lüneburg (Alemanya).	Valor d'ús directe i valor de no ús (opció)	•DAP=5,63 €/mensuals, xifra que supera la subvenció (4,70€).
Teatre Reial de Copenhague (Dinamarca)	Valor de no ús (opció i existència)	•DAP= 8 C, superior al valor mitjà que paguen els contribuents.
Patrimoni històric-cultural del centre de la ciutat de Valdivia (Chile).	Valor de no ús (opció)	• DAP=11,6€- 9,9€ per a conservar, mantenir i restaurar el patrimoni històric

	US/SERVEI	DISPOSICIÓ A PAGAR
Petroglyph National Monument, Albuquerque, New Mexico (USA)	Valor d'ús directe i valor de no ús (opció)	•Entre 2,73 milions i 5,1 milions dòlars per any •9,1 milions dòlars per any
Programa cultural Napoli Musei Aperti, Nàpols (Itàlia).	Valor de no ús (opció)	•DAP=8,8 €/any
My Son Temple, World Heritage Site (Vietnam).	Valor de no ús (opció)	•Turistes estrangers: \$7,97 •Residents: \$2.11
Deu temples històrics en la zona central de Tailàndia en deteriorament.	Valor de no ús (opció)	• DAP=5,3€/persona en una taxa per visita o donació voluntària.

	US/SERVEI	DISPOSICIÓ A PAGAR
Galleria Borghese Museum (Roma).	Valor de no ús (opció). Fa referència a la disposició a pagar per a les millores en la conservació de l'edifici, els serveis multimèdia i les exposicions temporals.	•Entre 4,03€ i 1,47€ per la conservació •Entre 0,75€ i 0,40€ per els serveis multimèdia • Entre 3,55€ i 1,14 € per les exposicions temporals
Quatre monuments, monestirs i temples (Armènia)	Valor d'ús directe.	•DAP=36,8 €/any
Projecte de reconstrucció del Complex Cultural SODRE de Montevideo (Uruguai)	Valor d'ús, valor de existència, valor de educació, valor de consum indirecte, valor d'herència, valor de prestigi, valor de opció	•DAP=35,7 €/any per a la població que frequenta els espectacles de música clàssica, ballet o òpera. •DAP = 10,9€/any per a la resta de la població



- The World Tourism Organisation (WTO) estimates that cultural tourism accounts for 37% of all tourist trips (McKercher, 2002a).
- The Travel Industry Association (TIA) statistics, the cultural tourism market increased 10% from 1996 to 2000 and accounted for 14% of all tourism activities in the United States during that period (Advisory Council on Historic Preservation, 2002).
- Reports from Canada suggest that 52% of American tourists and 68% of foreign visitors are classified as cultural tourists (Okanogan, 2003).
- Cultural tourists are also thought to spend more, stay longer, travel more frequently, and participate in more activities than other tourists (Keefe, 2002; Stronge, 2000).
- In the UK, 32% of visitors to historic buildings in England were from abroad.
- Tourism Queensland's (2004) study concludes that 50% of all international visitors are cultural tourists because they visited at least one cultural place during their visit.



Antoni Riera Font
antonriera@uv.es

