



Centro de Estudios Culturales

Para el desarrollo político, económico y social

VALORACIÓN ECONÓMICA DE MONUMENTOS URBANOS

VEMU

*Un acercamiento entre la economía y la construcción de
Nación*

Análisis de la Casa Museo 20 de julio de 1810
Bogotá D.C. - Colombia

Por Camilo Herrera

camiloherrera@universia.net.co

Economista y filósofo. Director del CEC,

con textos de Luis Jaime Ezquerro

Historiador y Museólogo. Director Casa Museo 20 de Julio de 1810

Para citar este libro puede utilizar el siguiente formato:

Camilo Herrera (2004) *Valoración Económica de Monumentos Urbanos*.

Texto completo accesible en www.eumed.net/cursecon/libreria/

editado por
eumed.net

INTRODUCCIÓN

La comprensión del Capital Cultural¹ y de la ciencia que lo estudia, la Economía Cultural², es desde el comienzo del CEC, nuestro objetivo primordial de investigación. La ausencia de herramientas metodológicas, estadísticas y estructurales para medir el Capital Cultural Intangible³, y en muchos casos el tangible⁴, desembocan en un vacío académico que ha limitado el avance hacia la comprensión de la interacción entre el desarrollo y la cultura.

La tangibilidad de un bien cultural como la oferta de bienes ó la administración eficiente de monumentos nacionales y atractivos turísticos, se ha visto limitada a los beneficios económicos directamente generados y al concepto de su función social. Esto se debe a la aparente separación entre la economía y la cultura⁵, situación que se ha gestado por la continua obstinación de los economistas de no comprender la importancia de la cultura en el desarrollo, y en la sistemática negación de los sectores artístico y folklórico de ser considerados como parte esencial del libre mercado.

Toda expresión nace del hombre y de su interacción con su entorno, entonces, ¿dónde está la negativa de una ciencia social de insertar los resultados emocionales e intelectuales del ser humano en su acervo de capital?, y ¿en dónde encuentran fundamento los artistas para decir que sus creaciones van más allá de lo comercial?.

Los progresos industriales se han fundamentado en las necesidades de los individuos y en la capacidad de respuesta de la industria de reducir las por medio de satisfacciones, y la dinámica de la creatividad artística, es el resultado de un profundo estudio de la situación humana, convirtiendo su trabajo final en un multiplicador de las solicitudes de las sociedades. La producción satisface necesidades, el arte las identifica y comunica. Partiendo de este concepto, la creación de metodología cualitativas y

¹ "Capital Cultural", entendido como el acervo de capitales, tangibles e intangibles, que son el grupo de expresiones colectivas, que son potenciales creadores de capital físico. Ver Herrera, "**Capital Cultural**" BorradorCEC No.3, 2001.

² "Economía Cultural", definida como la ciencia social que busca comprender la interacción entre las expresiones humanas y los bienes y servicios escasos de la comunidad. Ver Herrera, "**Cultural Economy**", Cultural Dynamics, 1998.

³ Capital Cultural Intangible - CCI -, es el acervo de expresiones de una comunidad, que puede ser productivo en la medida que se convierta en una de las bases estructurales de la productividad y el consumo. Ejemplo de esto es el "patriotismo", que ha sido fundamento de la productividad de muchas naciones, como es el caso del Café colombiano.

⁴ Capital Cultural Tangible - CCT -, es el mercado de la industria cultural, donde interactúan los bienes y servicios culturales con los consumidores.

⁵ "En la tradición americana ha habido la tendencia a separar continuamente la cultura de las relaciones sociales.", D'argemir, 1998.

cuantitativas es fundamental para acercar a economistas y artistas. La finalidad de lograr medir las fuentes, los procesos y los resultados de los procesos culturales radica en la necesidad de mostrar al nuevo orden económico, la importancia de la cultura en el acervo de capital, y demostrarle al sector creativo el valor económico de su labor.

No queriendo dejar un vacío en el concepto, es importante comprender que la cultura, tal como nosotros la comprendemos, es la agrupación de expresiones humanas consensuales que identifican una sociedad, de donde se pueden distinguir las expresiones políticas, económicas, sociales, artísticas y folklóricas, como agrupaciones interactuantes y con una alta interdependencia⁶.

Este documento es parte del avance de investigación y desarrollo sobre indicadores culturales, siendo parte fundamental para el cumplimiento de los objetivos del CEC.

La postulación académica aquí presentada, es resultado de la creación de indicadores promocionada desde nuestra institución, e intenta demostrar el aporte que hace un monumento al desarrollo de la urbe, por medio de los costos de oportunidad que genera a la economía, siguiendo el contexto universal de los indicadores, que estos sean construidos simples, medibles y universales, para que la metodología generada sea una pequeña parte del conocimiento universal, y se convierta en un eslabón en la unión del desarrollo y la cultura.

Aprovecho la oportunidad para agradecer a **Luis Jaime Ezquerro**, Director de la Casa Museo 20 de Julio de 1810, coautor de este documento, por el interés que ha mostrado hacia este estudio, pese a no ser este parte de su área de estudio. Casualmente el texto final de este intento académico, finalizó siendo escrito por un economista y un historiador, mostrando la importancia de la comprensión interdisciplinaria de las ciencias. Igualmente agradezco a **William Cárdenas**, Subdirector Técnico del DACD, a **Germán Villamarín** y **Jairo Castro** de la oficina de Sistemas de DACD, a **Sandra Forero**, Subdirectora de Planeamiento Urbano del DAPD, a **Juan Luis Isaza**, Director de la Corporación La Candelaria y a **Santiago Mutis**, Presidente de la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá, por la cordial y gentil atención que tuvieron en el momento de suministrarme la información solicitada. Sin ellos este texto sería un discurso intelectual sin evidencia.

Camilo Herrera

Director CEC

⁶ Otra definición podría ser la de D'argemir, "*En su modo más generalizado, la cultura se entiende como el modo de vida de un grupo humano e incluye su repertorio de creencias, costumbres, valores y símbolos.*", tomado de "**Antropología Económica**", 1998.

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	2
<u>CAPÍTULO I: LOS MONUMENTOS, SU IMPORTANCIA E INTERACCIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE NACIÓN</u>	6
<u>DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL</u>	6
<u>DEL PAPEL DE LOS MONUMENTOS EN LA CONSTRUCCIÓN NACIONAL</u>	9
<u>CAPÍTULO II: VALORACIÓN ECONÓMICA DE MONUMENTOS URBANOS</u>	12
<u>DE LA IMPORTANCIA DE COMPRENDER EL APORTE ECONÓMICO DE UN MONUMENTO</u>	12
<u>DEL CONTEXTO PARA LA VALORACIÓN DE UN BIEN INMUEBLE</u>	14
<u>LOS INDICADORES PARA LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE MONUMENTOS URBANOS - VEMU</u>	15
<i>COSTO DE OPORTUNIDAD POR CONGELACIÓN - COC</i>	16
<i>COSTO PRODUCTIVO DE OPORTUNIDAD - CPO</i>	17
<i>COSTO FISCAL DE OPORTUNIDAD - CFO</i>	18
<i>LOS MONUMENTOS COMO PRODUCTORES DE CAPITAL PARA LA CIUDAD</i>	19
<i>LOS ESTADOS LOCALES Y LA UTILIDAD DE LOS INDICADORES VEMU</i>	22
<u>CAPÍTULO IV: CASO DE ESTUDIO: LOCALIDAD "LA CANDELARIA"</u>	24
<u>UNIDAD DE ANÁLISIS: CASA MUSEO 20 DE JULIO DE 1810</u>	24
<i>CARACTERÍSTICAS URBANAS DE LA CANDELARIA</i>	30
<u>UNIDAD DE ANÁLISIS: CASA MUSEO 20 DE JULIO DE 1810</u>	32
<i>ESTIMACIONES VEMU PARA LA CASA MUSEO 20 DE JULIO - PILOTO DE ESTUDIO</i>	32
<i>CÁLCULO DE INDICADORES VEMU</i>	33
<i>ANÁLISIS SOBRE INDICADORES OBTENIDOS</i>	34
<u>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES DE LA APLICABILIDAD DE VEMU Y LAS BARRERAS TÉCNICAS DEL CASO DE ESTUDIO</u>	35
<u>LA PRODUCTIVIDAD DE UN MUSEO EN COLOMBIA</u>	35
<i>EL MARCO JURÍDICO: LA LEY GENERAL DE CULTURA Y EL MINISTERIO DE CULTURA</i>	35
<i>ORIGEN DE LOS RECURSOS DE LOS MUSEOS DE COLOMBIA</i>	40
<i>POSIBLES RECOMENDACIONES AL MINISTERIO DE CULTURA</i>	41

<u>LA PRODUCTIVIDAD DE LA CASA MUSEO 20 DE JULIO</u>	42
<i>ESTRUCTURA DE INGRESOS Y GASTOS DE LA CASA MUSEO</i>	43
<i>EL VALOR HISTÓRICO DE LA CASA MUSEO – COC</i>	43
<i>LA CASA MUSEO COMO GENERADORA DE CAPITAL HUMANO - CPO</i>	44
<i>ORGULLO FAMILIAR COMO BASE DEL CAPITAL SOCIAL, EL CFO EN LA CASA MUSEO</i>	45
<i>LA CASA MUSEO 20 DE JULIO, UN GENERADOR DE CAPITAL</i>	46
<u>BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS</u>	47

CAPÍTULO I: LOS MONUMENTOS, SU IMPORTANCIA E INTERACCIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE NACIÓN

DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL

Una posible causa de la inmensa diferencia entre naciones es el proceso de construcción nacional, de los procesos que llevaron a que los individuos encontraran un consenso en torno a sus expresiones básicas y postularan de manera global un proyecto de Nación, con horizontes claros por medio de bases sólidas que parten de sus expectativas y necesidades. Necesidades que son entendidas como ausencias de satisfacciones propias de cada comunidad⁷.

Se pueden encontrar como mínimo, tantas culturas como países existen⁸, y cada una de ellas con una identidad tal que su comparación es un proceso lleno de riqueza y dificultades. Europa, construyó sus naciones por procesos absolutamente diferentes a los usados en Asia, pero sus esquemas de conquista y colonización, insertaron en los procesos de muchas otras sociedades, factores que al repetirse parecen universales. La formación de la estructura política de este continente, es tan compleja y violenta, como la cantidad de culturas que contiene; se requirieron muchos años para llevar a Europa de la escena romana al manto de Mansstrich, y durante esta violenta etapa, el fin ha sido el mismo: una sola Nación.

Como este proceso, todas las naciones y continentes, han intentado estructurar sociedades definidas a lo largo de la historia. Pero el proceso de construcción de Nación va más allá, y parte de partículas fundamentales como la identidad nacional.

La identidad nacional⁹, que es el sentir puro, optimista y orgulloso de una persona por una Nación, es el resultado de las necesidades satisfechas por una red de servicios sociales a su servicio, y esta solo se logra por medio de los esfuerzos individuales en pos del bien común¹⁰.

⁷ Esta aclaración se debe al concepto universal de las "Necesidades Básicas Insatisfechas" postulado por el Banco Mundial, que se refieren a condiciones habitacionales y acceso a servicios sociales. Tampoco se refiere al concepto de "cosas esenciales para vivir".

⁸ "*The citizens find a patrie and the patrie its citizens*", aparte del discurso de Henri-Francois Daguesseau en el parlamento de Paris.

⁹ Otra definición de "Identidad Nacional" es, *an ideological movement for attaining and maintaining autonomy, unity and identity on behalf of a population deemed by some of its members to constitute an actual or potencial 'nation'*. Smith, "**National Identity**".

¹⁰ En el sentido opuesto, Knight afirma que "...hay poco del concepto de identidad nacional que nos ayude, como científicos sociales a entender el pasado.", "**La identidad Nacional: ¿mito, rasgo o molde?**", 1999.

Joaquín Salvador Lavado¹¹, Se preguntaba, ¿si cada ciudadano es orgulloso de su Nación tan sólo porque nació en ella?. Esta pregunta abre un camino de reflexión, que nos invita a profundizar en el sentido mismo de la nacionalidad¹², más aún frente a los actuales procesos de homogeneización generados por la presencia de medios de comunicación globales y procesos de integración comercial.

El patriotismo, la identidad nacional o el sentir patrio, son resultados no procesos. La persona tiene por necesidad sentirse orgullosa, para utilizar esta situación como elemento de reconocimiento ante su grupo social, por esto, en algunos lugares, el llevar aquellos apellidos llenos de historia se convierte en una herramienta de claro posicionamiento social.

De igual manera ocurre con las sociedades, las religiones, los partidos políticos y las naciones. Si el grupo al cual pertenece una persona es positivamente reconocido, esta estará orgullosa de afirmar ser parte de él, y viceversa. Es claro que el problema radica en como se construye esa imagen positiva y como la persona queda inscrita como parte de un grupo ó no, esto es lo que se denomina construcción de identidad.

Un grupo humano, como los mencionados anteriormente, se estructura de los esfuerzos individuales, por medio de la aceptación lograda por los resultados obtenidos en sus acciones. Es así como en torno de grandes personajes nacen sociedades, como es el caso de Ghandi ó Washington¹³.

Estas sociedades, consecuencia de acciones individuales, comienzan procesos de estructuración de expresiones por medio de sus interacciones cotidianas, y comienzan a generar instituciones¹⁴, que terminan siendo su identidad misma. Procesos como estos han dado origen a las naciones tal como las conocemos. Eliminado.

Estas estructuras sociales que siguen un líder, en la figura de un individuo, un grupo de personas o una ideología, son básicamente grupos humanos con necesidades en la búsqueda de su satisfacción. Cuando este liderazgo muestra que esta satisfacción es posible, la persona común se

¹¹ Caricaturista Argentino, mejor conocido como QUINO, autor de Mafalda y dibujante de El Clarín.

¹² Según Smith, existen dos tipos de nacionalismos en dos fases lineales: Nacionalismo Territorial Preindependencia, Nacionalismo Territorial Postindependencia, Nacionalismo Étnico Preindependencia y Nacionalismo Étnico Postindependencia.

¹³ Existe también un concepto filosófico y antropológico que fue desarrollado en el siglo XVIII, que parte de la idea de los "Genios Nacionales" encontrada en los escritos de Lord Shaftesbury, entre otros, donde se explica estos "genios" se convierten en las bases de las artes.

¹⁴ En adición, *"la importancia de las instituciones en el desarrollo económico ha sido reconocida por varias vertientes sociológicas y económicas que subrayan que ellas constituyen las reglas de juego que orientan las acciones de los ciudadanos"*. North, **"Las instituciones, el cambio institucional y el desempeño económico"**. 1993.

identifica con esa sociedad y forma parte de ella, y el orgullo crece en la misma dirección de los resultados obtenidos.

El problema de estas nuevas naciones es el tiempo. Las necesidades de las personas cambian al ver satisfechas las inicialmente determinadas¹⁵, y se presenta el problema de las nuevas generaciones, quienes entran a estas naciones sin ser parte del proceso de creación de identidad, pero la asumen como una herencia familiar.

En el momento de la construcción de identidad, los actores son parte activa del proceso y esto genera que se apropien de los resultados obtenidos, pero las nuevas generaciones, sólo forman parte de un colectivo que surge de una dinámica pasada. Eliminado.

Estas nuevas generaciones, heredan una identidad como estilo de vida, no para construirla, sino para modificarla a satisfacer las nuevas necesidades. El éxito de esta labor radica en no olvidar las necesidades que inicialmente generaron esta sociedad¹⁶, y es aquí donde se construye la Nación.

La identidad nacional parte del éxito de la satisfacción de necesidades, la construcción nacional se desarrolló por medio de nuevas satisfacciones, tomando como punto de partida las necesidades iniciales. Una Nación que no conoce su historia, esta condenada a repetirla.

Todos aquellos recuerdos y memorias de los procesos de construcción de identidad y Nación son la pieza fundamental para asegurar una dinámica sostenible en el desarrollo de una sociedad. Entonces, los iconos, las instituciones y las ideologías que fundamentan un país, son agentes presentes de memoria, que deben mantener alto el orgullo de cada persona de pertenecer a ese grupo social¹⁷.

¹⁵ El ser humano parece ser "insatisfacible", ya que ante la satisfacción de una necesidad inmediatamente genera otra. Esta situación puede ser entendida como el motor del desarrollo socioeconómico o como la naturaleza de no-satisfacción del hombre, que fundamentaría la cadena de "tener cada día más" planteada por Adam Smith en el siglo XVII. Ver, Herrera, "**Rentabilidad Social, una aporte económico y matemático**", Banco Interamericano de Desarrollo - BID, 1997.

¹⁶ Ejemplo de esto es la tendencia a los partidos independientes en todo el mundo, ante la inflexibilidad conceptual y filosófica de los mismos, pierden adeptos y seguidores. "*El término "populismo" fue durante largo tiempo muy usado en EUA. Se utilizaba, por ejemplo, para describir los movimientos de apoyo a William Jennings Bryan (1860 - 1925) quien defendía diversas causas progresistas, y a Theodore Roosevelt, quien intentó obtener un tercer mandato como Presidente en 1912, con la etiqueta del Partido Progresista. Estos movimientos populares se proponían renovar los partidos políticos desde la base. El significado que los dirigentes políticos dan al término "populismo" es un expresivo ejemplo de su actitud política*", tomado de "**La revuelta de los votantes: el abandono a la lealtad de los partidos**" de Takabatake Michitoshi, Cuadernos del Japón, 1995.

¹⁷ "*In that sense the nation and national identity must be seen as a creation of nationalism and its proponents, and its significance and celebration too is the handiwork of nationalist*", Matarasso, "**Use or Ornament. The social impact of the arts**".

En adición, como señala García Canclini, las identidades culturales en la globalización no tienden a estructurarse desde la lógica de los Estados-Nación sino desde la de entes transnacionales y mercados. Pero no vale la pena ahondar en el impacto de la "globalización" en la formación de Nación para este análisis, fuera de los impactos producidos por agentes de construcción extranacionales que desvíen el proceso¹⁸.

DEL PAPEL DE LOS MONUMENTOS EN LA CONSTRUCCIÓN NACIONAL

En muchos casos, algunas edificaciones antiguas son demolidas¹⁹ para dar paso a nuevas obras que cumplan con los requerimientos del mercado en el corto y largo plazo. Muchas de estas, por su condición de uso, se encuentran deterioradas en fachadas, redes de servicios domiciliarios y placas de planta, por lo tanto su valor comercial se ha visto seriamente disminuido, haciendo aún más necesaria esta sustitución urbanística. En algunos casos el deterioro puede llegar a niveles de inhabitabilidad.

Cuando una construcción nueva toma el lugar físico de una antigua, ocurre un proceso de sustitución y no de reemplazo, ya que realmente una sustituye a la otra, pero no la reemplaza dentro de la comunidad. Esto se debe a que cada pieza del conjunto urbanístico, forma parte de una interacción de piezas que definen la ciudad, es decir, que la ausencia de una de ellas modifica el significado mismo de la ciudad.

Es importante comprender la relación ciudad²⁰ - ciudadanía²¹, ya que sin ciudad no hay ciudadanos, y sin ellos no hay ciudad. La ciudad es una estructura de prestación de servicios sociales²² y oportunidades para el

¹⁸ "En ese marco, la dimensión cultural y las comunicaciones adquieren particular importancia para la construcción de una nueva identidad, ciudadanía y Estado en nuestra región... por lo expuesto, la globalización cultural genera un conjunto de fenómenos que modifican los procesos de las sociedades nacionales." Moneta, 1999.

¹⁹ En Bogotá a mediados del siglo XX, a manera de ejemplo, se presentó el caso del "desplazamiento" del edificio de CUDECOM para dar paso a una avenida. Este hecho fue considerado en su época un logro de la ingeniería tal, que fue recordado con una estampilla nacional.

²⁰ "Ciudad", término que se usará para nombrar urbes, municipios, caseríos y/o asentamientos humanos. Se define como "ciudad" la estructura física que presta servicios sociales y oportunidades a las personas de carácter no rural, que al interactuar con ella y en ella, se convierten en ciudadanos, con deberes y derechos. Según Chaparro (2000), *"La ciudad puede ser mirada y vivida, aún desde las ciencias sociales de muy diversas maneras."*

²¹ *"El papel de estos conceptos explica por qué, durante mucho tiempo, las principales discusiones de la economía espacial y de la geografía económica e industrial han girado en torno de la preocupación por descifrar el tipo de encadenamientos y de dinámicas que explica el éxito económico de un lugar determinado."*, tomado de **"La Economía y la Ciudad"** de Cuervo, 2000.

²² *"No matter where you live, you need some essential things to survive: housing, food, and water. Life in a city requires more than that. Electricity for buildings and streets; a safe way of dealing with garbage; transportation so that people can get from one place to another. Citizens also need schools so that they can*

desarrollo autónomo de los individuos, ya que cada persona estudia, se recrea, se cultiva, interactúa, labora y se reproduce dentro de la urbe, y si bien la ciudad no le hubiese entregado estas oportunidades esto no hubiera sido posible. De igual modo, las personas son las que construyeron la ciudad y generaron la inevitable oferta de servicios sociales.

Por otra parte, dentro de las estructuras físicas de la ciudad, ocurren cosas que se insertan en el imaginario de los individuos de manera definitiva²³, tal es el caso de la educación física, ya que esta no es posible sin las locaciones arquitectónicas para su desarrollo; por ejemplo, de una escuela pública podrán ser formados deportistas si existen las instalaciones deportivas necesarias. Este proceso instalación - aprendizaje es continuo en todas las edificaciones de una ciudad, y por lo tanto cada una de ellas genera un recuerdo de aprendizaje y formación en cada individuo.

Se puede afirmar que la interacción del individuo con la ciudad es parte fundamental en la construcción de su identidad.

De igual modo es claro, que ciertas construcciones ó espacios son fundamentales para una comunidad; construcciones como la plaza central en la arquitectura española del siglo XIX, los "circus" en la Británica durante el siglo XIX ó los templos en todas las religiones, de igual modo espacios geográficos donde se desarrollaron procesos históricos de cada sociedad.

En muchas de las construcciones antiguas, se desarrollaron sucesos tan importantes, que la presencia de estos en la actualidad, los transforma en testigos de las situaciones acaecidas, convirtiéndolos en iconos de la ciudad, como las Murallas de Cartagena de Indias.

El valor histórico de estas construcciones es tal, que se convierten en monumentos. Monumento es aquella obra pública o patente, como estatua, inscripción o sepulcro, puesta en memoria de una acción heroica o cosa singular²⁴, como la Estatua de los Caídos en Combate en Washington D.C. ó el Centro del Mundo en Ecuador. Estas construcciones - monumentos son de carácter urbano²⁵ y se encuentran insertas en el

get education; places for recreation such museums, sports arenas, concert hall and parks; shops so they can buy what they need, from clothing to food. These are "services" available in a city." Tomado de "**Past is Not Even Past: Selling Urban History as Entertainment**" de Dennis Judd.

²³ Según Boyer, profesor del School of Architecture of Princeton University, "*There are different ways to remember a city: some involve establishing virtual monuments while others attempt to replicate reality through illusionary forms*".

²⁴ Definición tomada del Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia de la Lengua.

²⁵ Aunque en algunos casos se han levantado monumentos en zonas rurales.

imaginario de los ciudadanos, siendo entonces a su vez parte de la construcción de las identidades individuales.

El patrimonio cultural y natural de una ciudad es entonces, el conjunto de elementos materiales e inmateriales que exteriorizan los vínculos e interacciones entre el ser humano y su entorno, y representan para la comunidad un legado único e irremplazable, aportando beneficios físicos y espirituales, actuales o potenciales.

La importancia de estos monumentos es que son iconos de referencia de hechos que contribuyeron a formar la actual sociedad, son iconos del imaginario colectivo, por lo tanto son agentes de la construcción de la nacionalidad²⁶. Son recuerdos que se convierten en enseñanzas constantes para las nuevas generaciones de ciudadanos. Esta es la importancia urbana de los monumentos, estatuas, edificios de conservación y plazas públicas, son piezas fundamentales de la construcción de identidad nacional, por medio de su capacidad de asociar sus recuerdos con la formación de la Nación.

El valor de estas construcciones es invaluable, ya que no se puede valorar un hecho histórico ó un homenaje, pero en el actual mercado de la industria cultural²⁷, estos capitales culturales se convierten en atractivos turísticos que generan empleo en la economía²⁸ y orgullo de los ciudadanos, siendo capital cultural tangible, se transforman en motores del capital cultural intangible de la comunidad.

²⁶ Según Smith, "*Nationalists, intent on celebrating or commemorating the nation, are drawn to the dramatic and creative possibilities of artistic media and genres in painting, sculpture, architecture, music, opera, ballet and film, as well in the arts and crafts. Through these genres nationalist artists may, directly or evocatively, 'reconstruct' the sights, sounds and images of the nation in all its concrete specificity and with 'archaeological' verisimilitude.*", opcit.

²⁷ Según la UNESCO, las industrias culturales son las actividades de producción de producción y comercialización que tiene como materia prima una creación protegida por los derechos de autor.

²⁸ Según Judd, "*For cities, the past has become a precious commodity*", opcit, haciendo referencia a la ventaja comparativa comercial que estos representan.

CAPÍTULO II: VALORACIÓN ECONÓMICA DE MONUMENTOS URBANOS

DE LA IMPORTANCIA DE COMPRENDER EL APOORTE ECONÓMICO DE UN MONUMENTO

Un monumento²⁹, una estatua, un obelisco ó un Museo, son piezas fundamentales en la memoria de una Nación, y por lo tanto a lo menos, testigos de su desarrollo³⁰.

Crear una pieza artística, una obra arquitectónica y un elemento urbano, requieren de situaciones sociales que necesiten ser representadas o solucionadas, y su construcción requiere de elementos e insumos físicos. Este es quizá el acercamiento primario entre el mercado y el artista, en donde se requieren ingredientes para llevar a cabo la idea. Estos insumos, como es normal, presentan un costo para el proceso proporcional a las magnitudes del mismo.

Podemos hablar de los materiales de construcción, del recurso humano y del espacio de la obra, situación en la que ahondaríamos en las incontables relaciones del arte y el mercado. Y si al final analizamos el modo de consumo de este nuevo elemento urbano, inevitablemente entraríamos en las fronteras del mercantilismo y el mercadeo, situación históricamente rechazada por sectores ortodoxos de la gestión cultural³¹. Afortunadamente también existen sectores dinámicos que comprenden la función de mercado, para la difusión tanto como para la financiación cultural.

El valor de construir un monumento es cuantificable desde la suma de los gastos necesarios para su ejecución, entonces este valor es netamente nominal frente al valor real de este icono de nacionalidad. Por otra parte, muchos monumentos no se construyen sino que se adoptan como tales, como el caso de residencias de personas ilustres.

²⁹ De acá en adelante se entenderá monumento como toda pieza conmemorativa de un suceso o hecho particular, bien sea plaza, estatua, escultura o incluso pinturas.

³⁰ Leyendo a Chaparro (2000) se puede ver que, "*... la ciudad se puede mirar como... patrimonio en todos los campos mencionados (cultural, ambiental, físico y social), cuando los bienes urbanos se cargan de significado para los ciudadanos... el carácter simbólico de los bienes urbanos, esto es, cuando estos se constituyen en espejos del alma colectiva y en imágenes que condensan sentimientos y valoraciones compartidas*".

³¹ Ver, "**Teoría y Práctica de la Gestión Cultural**", Carvajal, 1994.

La única fuente de evaluación real del aporte económico de este tipo de elementos urbanos, son los costos de oportunidad³² en los que incurre una ciudad por insertarlos en su estructura urbana en forma de servicio social.

La necesidad de insertar elementos constructores de identidad en una ciudad, se debe a la importancia de la sostenibilidad de la memoria de Nación en sus ciudadanos, como anotábamos anteriormente. Afortunada o desafortunadamente, asumir estas memorias tiene un costo para la productividad del asentamiento humano.

Dentro de la medición y valoración del Producto Interno Bruto³³ de un país, se considera como parte fundamental la "Formación Bruta de Capital Fijo" - FBKF, que es el aporte a la producción nacional de estructuras nuevas fijas que generan productividad, estructuras como edificios, carreteras y líneas de producción más modernas.

Esta FBKF es un activo fijo que se usa para aumentar la productividad de las economías³⁴, es claro en la innegable importancia de las redes de carreteras y aeropuertos internacionales como agentes de comunicación comercial. De igual modo, las nuevas unidades habitacionales como apartamentos y casas, forman parte de esta unidad de producción.

Dentro de la dinámica de crecimiento urbano, la FBKF es fundamental para suplir la demanda por servicios sociales generada por el crecimiento de la población.

En conclusión, la dinámica de la FBKF es consistente con las necesidades de los ciudadanos y con la productividad de las ciudades, por lo tanto, asumir que un espacio físico, que podría ser directamente más productivo, se convierta en pieza de conservación, podría ser considerado como un fuerte costo de sacrificio para la ciudad.

El costo de asumir un bien inmueble como pieza de conservación, es relativo a las políticas de expansión y densificación³⁵ de las ciudades y municipios, quienes las definen según las condiciones ambientales y las oportunidades que el terreno les brinde. En la medida que una ciudad tenga posibilidades de expansión, asumir una conservación arquitectónica

³² Costo de oportunidad puede ser definido como el evaluación del riesgo que se asume. Según Varian (1987) el salario es el costo de oportunidad del ocio y la tasa de interés es el costo de oportunidad de no invertir el dinero o de invertirlo en otra cosa.

³³ PIB como es comúnmente conocido, es un indicador creado por la Naciones Unidas que agrupa los sectores industriales por medio de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU.

³⁴ Partiendo del concepto que todo acervo de capital en sí mismo un potencial generador de nuevo capital.

³⁵ "Expansión" se refiere a la ampliación del perímetro del área construida de una ciudad, y "densificación" se refiere a la ampliación del área construida aumentando la cantidad de metros cuadrados construidos sobre el mismo perímetro inicial.

es menos costoso que si existieran políticas de densificación, ya que el sacrificio a futuro será mayor.

Bajo esta perspectiva, es fundamental comprender como se puede valorar este sacrificio, para analizar el aporte económico de la ciudad a la construcción de identidad nacional.

DEL CONTEXTO PARA LA VALORACIÓN DE UN BIEN INMUEBLE

La valoración de un bien inmueble cambia de Nación en Nación, de sociedad en sociedad, y esto se debe a que el precio de los bienes inmuebles esta sujeto a las condiciones del mercado.

Cada edificación tiene un valor comercial - *VC*, que es aquel por el cual sería comprado si estuviese en venta. Este valor fluctúa según diversas variables como su ubicación dentro de la ciudad, tenencia de servicios domiciliarios, condiciones de las vías de acceso, entre otros. Curiosamente, para este caso, la condición de antigüedad de una construcción reduce su valor, ya que las condiciones de resistencia de la estructura y paredes, y de los sistemas de entrada y salida de los servicios públicos, se han visto reducidas por el desgaste natural del uso.

Esta volatilidad del *VC* es un gran problema para las autoridades gubernamentales y sus sistemas fiscales, ya que no logran establecer fácilmente, un valor para el predio que deben tributar³⁶. Por lo tanto muchas naciones han optado por sistemas de valoración estatal - *VE* de los bienes inmuebles. Esta valoración parte del valor inicial de venta³⁷ y aplica una tasa de crecimiento cercana a la tasa de inflación, asegurando que el valor del inmueble no varíe en términos reales.

Tenemos entonces que una misma construcción tiene dos valores, *VC* y *VE*, pero ambas valoraciones están sujetas de dos variables principales: Area de Terreno - *AT* y Area Construida.- *AC*.

La composición del tamaño de una construcción se podría resumir en el terreno que ocupa sobre la tierra y la cantidad de terreno construido. Es claro que en una ciudad el valor del metro cuadrado de tierra, tiende a ser superior al metro cuadrado construido, ante la escasez de *AT*. Entonces una edificación cuesta:

$$VC = (vm^2c * AC) + (vm^2t * AT)$$

³⁶ Es común que en las urbes, ciudades y municipios, el gobierno local tribute la presencia de un bien inmueble, bajo el concepto de ser "un impuesto a la plusvalía y uso de la tierra".

³⁷ Este valor de venta, se encuentra en las escrituras de los bienes inmuebles. Desafortunadamente en algunos casos, en las escrituras se referencia un valor inferior al transado con el fin de eludir impuestos.

Donde vm^2c es el valor del metro cuadrado construido y vm^2t es el valor del metro cuadrado de tierra. Lo cual afirma que una construcción de varios pisos es más costosa que aquellas que sólo tienen una planta.

Si bien es cierto que en las edificaciones antiguas, la calidad del m^2c es menor, su vm^2c también lo será, y por esto en muchas urbes, son demolidas viejas construcciones para ser remplazadas por otras nuevas, siendo esto económicamente productivo para el sistema, ya que logra actualizar el VC con el VE , que sistemáticamente se han venido distanciando así:

$$VC_t = (vm^2c * AC) + (vm^2t * AT)$$
$$VE = VC_0 * (1 + X)^t$$

Donde t es la cantidad de años de la construcción, VC_0 es el Valor Comercial inicial y X es la inflación. Si bien vm^2c es constante en el tiempo (y en algunos casos aumenta), vm^2c tiene a reducirse por las condiciones de uso del inmueble, mientras que VE se mantiene constante en términos reales.

En conclusión, el crecimiento poblacional dentro de una urbe, genera un crecimiento por la demanda de metros cuadrados construidos en buenas condiciones para usos comerciales, industriales y residenciales, que dinamizan la constante construcción de nuevas edificaciones y la sustitución de las antiguas, más aún si han limitantes de expansión del casco urbano. Es decir, que el aumento de habitantes de una ciudad en la causa principal de la tendencia de la industria de la construcción³⁸.

LOS INDICADORES PARA LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE MONUMENTOS URBANOS - VEMU

El concepto de este grupo de indicadores es demostrar que existen algunos costos de oportunidad importantes, que deben ser considerados en el momento de establecer una construcción como monumento, más no como "barreras" a la toma de decisión, sino como una transformación de estos costos de oportunidad en un acervo de capital cultural, que es potencialmente generador de nuevos capitales como consecuencia de la sostenibilidad de la identidad y orgullo nacionales.

³⁸ Aunque la capacidad de esta industria de suplir la demanda esta sujeta a la financiamiento por vivienda de cada mercado.

COSTO DE OPORTUNIDAD POR CONGELACIÓN - COC

Este indicador parte del supuesto que si el bien no es declarado monumento, podría ser sustituido por otra construcción, buscando aumentar la cantidad de m^2c y modernizar los m^2t anteriores.

Siendo así, el indicador se define como:

$$COC = (vpm^2c * m^2pc) + (vm^2t * m^2t)$$

El Costo de Oportunidad por Congelación - COC, es igual al costo que tendría una edificación sustituta en el mismo espacio. Las variables de Valor Promedio del metro cuadrado de construcción - vpm^2c y de cantidad de metros cuadrados posiblemente construidos - m^2pc , permiten proyectar el valor del posible sustituto.

Estas variables se establecen así:

$$vpm^2c = \sum \left[\frac{vm^2c_i}{m^2c} \right]$$

El Valor Promedio de los metros cuadrados de construcción, se establece con un promedio aritmético de los valores de los metros cuadrados construidos en toda la ciudad.

$$vpm^2c = \sum \left[\frac{p}{pr} \right] * m^2t$$

La Cantidad de metros cuadrados posiblemente construido, se establece determinado el promedio de plantas - p - (pisos) construidos por predio - pr - y se calcula sobre la extensión del terreno - m^2t .

En conclusión,

$$COC = \sum (vm^2c_i / tm^2c) * \sum (p/pr) * m^2t + (vm^2t * m^2t)$$

COC se convierte en el costo de oportunidad de Formación Bruta de Capital Fijo - *FBKF* - de constituir una construcción en monumento. De igual modo se podría afirmar que se convierte en el indicador más cercano al valor económico de un monumento, ya que es igual al sacrificio que hace el mercado en no construir nuevamente.

Se recomienda que para los valores de los metros cuadrados construidos se usen los datos de *VE*, para evitar las variaciones del mercado, siendo esto consistente ya que promedia los valores y la diferencia con el *VE* sería reducida.

El *COC* al ser asimilado como el mejor indicador para establecer un valor comercial, permitiría calcular el valor del acervo de capital cultural tangible, sumado a otros bienes de la misma naturaleza. Sin pretender ser el único indicador, *COC*, presenta algunos problemas: al ser estimado por medio de las cifras estatales, arroja un resultado de valoración estatal del inmueble. Por lo tanto, es consistente decir que el *COC* es el valor mínimo comercial más cercano de un monumento.

COSTO PRODUCTIVO DE OPORTUNIDAD - CPO

La utilización de un bien inmueble genera una renta, que se convierte en ingreso para su propietario, bien sea por la utilización del bien como agente productivo (local ó industria) o por uso habitacional (arriendo y arriendo figurado).

Este *CPO* sería,

$$CPO = aCOC$$

Donde (*a*) es el coeficiente de productividad del bien inmueble. Este coeficiente es mensual y podría ser considerado como el costo de oportunidad del capital ó la tasa de interés (Tasa Efectiva Mensual) promedio del mercado. En algunas ciudades se acostumbra que el arriendo es igual al 1% del valor del inmueble, por lo tanto este coeficiente también podría ser aplicado.

La suma de *CPO* en un año, es igual al ingreso que recibiría el dueño del inmueble por su renta.

Algunos monumentos, por su especial naturaleza y calidad de gestión, tienen ingresos mensuales por su utilización, como es el caso de los Museos. Estos ingresos, excluyendo aquellos provenientes de los recursos de sostenimiento nacionales o internacionales³⁹, son de carácter corriente y son obtenidos del cobro por la prestación de un servicio al consumidor.

³⁹ En algunas naciones, existen presupuestos específicos para el sostenimiento de los monumentos, edificaciones y espacios de conservación. Estos se determinan como un aporte al sostenimiento de estos con el fin de conservarlos y de explotarlos económicamente. A nivel internacional, cuando la UNESCO nombra una edificación o un sitio como "monumento de la humanidad", esta institución colabora con los estados por medio de recursos provenientes del Fondo de Conservación Mundial, constituido con aportes de todas las Naciones miembros.

Según esta lógica, el pago de la "boleta" de entrada, es el valor de recibir los beneficios del servicio social prestado. Para el caso de los Museos, el cobro de la entrada es asimilable al costo de "enseñar" al visitante los contenidos del mismo. Estos recursos generados se usan para mantener las instalaciones en buenas condiciones y, en algunos casos, aumentar sus colecciones.

Entonces, la similitud entre el *CPO* y los ingresos por boletería, permite asimilar este indicador al nivel promedio de productividad que debería tener un monumento. Claramente esto no es tan preciso para aquellos monumentos que no tengan ingresos, por lo cual el *COC* se debe asumir como un costo de oportunidad mensual de formar Nación.

COSTO FISCAL DE OPORTUNIDAD - CFO

La posesión de una extensión de terreno en una ciudad, es considerada como una propiedad privada, pero esta propiedad privada se encuentra sobre el subsuelo que es de propiedad de la comunidad, por lo tanto los gobiernos locales han coincidido en la tributación de este uso del suelo, creando el impuesto al predio ó al uso del suelo.

Este tributo es fundamental en las finanzas de las ciudades, ya que reporta parte de sus ingresos corrientes ó recurrentes anuales, por medio de los cuales definen sus gastos anuales de funcionamiento e inversión. Es claro entonces que declarar una edificación como monumento le cuesta a la ciudad, no sólo el mantenimiento del monumento (que en algunas ciudades es función del gobierno local), sino la pérdida de posibles ingresos corrientes.

Este CFO,

$$CFO = bCOC$$

Donde *b* es la tasa tributaria al bien inmueble; en muchas ciudades esta tasa se presenta según el uso del suelo ó actividad que en el predio se desarrolle, ya que son menores las tasas para uso residencial que para uso comercial. Esta tasa rara vez supera el 1% del *VE* del predio.

El CFO bien podría ser explicado como una sustitución que realiza el gobierno local, dejando de percibir cierto flujo de ingresos corriente por aumentar y mejorar el capital cultural intangible de la ciudad.

Esta sustitución no excluye a los estados de su deber de sostenimiento de los monumentos, nuevos o antiguos, ni mucho menos de su promoción.

Mantener y promover un monumento, debe ser visto desde dos ángulos particulares. Primero, el deber estatal de fortalecer la identidad y el orgullo nacionales, y segundo, como un mecanismo de generación de flujos de capital foráneos, ya que el monumento es en sí mismo un atractivo turístico. Asumir que una pieza histórica es económicamente explotable, ha permitido que muchas ciudades se desarrollen, ante el fuerte impacto del turismo en sectores secundarios como el comercio y el transporte.

LOS MONUMENTOS COMO PRODUCTORES DE CAPITAL PARA LA CIUDAD

La presencia de monumentos en las ciudades, es un motor de desarrollo. Esta afirmación no pretende ser tendenciosa, sino por el contrario busca mostrar como una pieza urbanística es una importante fuente de capital⁴⁰.

En torno a un monumento se desarrollan una gran cantidad de actividades económicas que aumentan el dinamismo de la economía, y en muchos casos la soportan⁴¹. Los casos de la Torre Eiffel o de la "Monalisa", son un ejemplo excepcional del uso y descuido de la explotación de los bienes tangibles colectivos⁴². Camisetas, calcomanías, reproducciones y estatuillas, forman parte de los inventarios generados en torno de estas obras, que fueron producidos por empresarios que comprendieron que la explotación masiva de estos productos, es un negocio importante.

El descuido de las autoridades francesas, se debe a la falta de normatividad sobre estas producciones. Actualmente, Francia podría percibir un gran cantidad de ingresos fiscales si hubiese normatizado a tiempo estas líneas de producción.

Los monumentos nacionales son generadores directos de capital económico⁴³. La explotación de los monumentos como parte de un sistema integrado de turismo, permite que las regiones que los poseen aprovechen un flujo de ingresos provenientes, en su gran mayoría, de otras regiones.

⁴⁰ Según el Banco Mundial y Monitor International Consulting, *Capital es todo activo de una región y este puede ser cultural, de conocimiento, humano, natural, financiero, de infraestructura e institucional, donde su suma es el equivalente a la riqueza regional*. Esta definición que fue ampliamente aceptada en los 80 ha sido rebatida por segmentos de su definición.

⁴¹ Como podría ser el caso de la industria turística de Egipto o Grecia.

⁴² Bienes Colectivos, son aquellos que no son propiedad privada de un particular, por el contrario, son parte de la riqueza cultural de un pueblo, formando parte de su capital cultural. Pueden existir bienes tangibles como el "Puente de Londres", e intangibles como "la receta de un plato típico". En ambos casos su explotación familiar y económica esta aceptada de manera común.

⁴³ Según el Banco Mundial, Capital Económico es todo aquel que se produce de la explotación de los recursos naturales, agregándole valor por medio de líneas de producción definidas, de igual modo, también incluye las rentas generadas por la productividades de los bienes y servicios creados. En otras palabras, es la suma del acervo de capital económico, conocido también como propiedad privada, y su renta por utilización.

Estos dineros no son obtenidos directamente por la institución que gerencie el monumento, sino por sus industrias conexas. El sector hotelero, los transportadores, los comerciantes e inclusive los guías turísticos son beneficiados por la presencia de este inmueble en la ciudad. De igual modo, aquellos empresarios que comienzan a producir "souvenirs" sobre el tema, aportan una gran cantidad de capital en las industrias productivas integradas a ellas.

Tomemos como ejemplo la fabricación de una camiseta alusiva al monumento: Cuando el empresario decide producir una camiseta sobre el monumento, debe realizar un estudio sobre que imagen sería más atractiva para el turista extranjero y conseguir una copia de la misma⁴⁴. Con la copia, comienza a producir en línea las camisetas, utilizando en su producción algodón, energía, tintas y empleados, hasta obtener el volumen calculado. Con el producto final, acuerda con los comerciantes cercanos al monumento su venta y distribución.

En conclusión, el empresario consumió productos básicos de diversos sectores, que generaron ingresos para otros empresarios, y tanto como los productores de bienes básicos e intermedios, como el productor de la camisería, como los comerciantes generaron empleo, o por lo menos lo sostuvieron el que tenían.

Lo único que necesita el empresario del gobierno local es que el monumento fuera declarado como tal y que el suceso que lo definió sea lo suficientemente importante para sentirse orgullo de él.

También, el monumento es generado de capital humano⁴⁵. En los procesos de formación básica de todas las Naciones, la historia juega un papel fundamental. El conocimiento de los procesos de formación de Nación y Nacionalidad, se convierten en un agente de apropiación de Nación y de Identidad Nacional, como antes señalábamos, entonces su conocimiento es fundamental para la educación formal de un nuevo ciudadano.

El capital humano apunta a ser potencialmente productivo ante las situaciones que lo fomenten, por lo tanto si existe un acervo de conocimiento correcto, este será productivo en el momento indicado. Para el caso de estudios de mercado y de la misma creación de Leyes, el ciudadano debe comprender la naturaleza y origen de su comunidad con detenimiento, para establecer el estudio correcto y la norma debida para obtener resultados. De igual manera, como se señalaba anteriormente, la

⁴⁴ Dentro de esta decisión, debería existir un impuesto o pago de derechos por el uso de la imagen de manera comercial, lo cual generalmente no ocurre.

⁴⁵ "Capital Humano", entendido según el Banco Mundial como el acervo de conocimientos que tiene una persona que son potenciales a su productividad, teniendo en cuenta sus habilidades para manejar los sistemas complejos existentes en una economía globalizada.

identidad nacional parte de una serie de necesidades iniciales, que si son olvidadas permitirán que la Nación vuelva a generarlas y su construcción se verá en peligro.

Por lo tanto la presencia de iconos que sostengan estos recuerdos, permite no sólo la creación de capital humano sino su sostenimiento en el imaginario colectivo. Esto logra que cada vez que un profesor requiera mostrar a sus alumnos las pruebas de sus historias, estas estén presentes recordando su importancia y valor para la sociedad, a su vez, transformándose en un continuo recuerdo para aquellos que ya las conocen, ayudándoles a no olvidarlas. Claro ejemplo de esto, es la campana de la libertad que se encuentra de los Estados Unidos de América, que recuerda a cada uno de sus ciudadanos el costo que sufrió el país para ser lo que es hoy.

De manera menos clara, los monumentos son generadores de capital social⁴⁶. En muchas ciudades existen "asociaciones de amigos"⁴⁷ de los monumentos, estas sirven para ayudar a conseguir recursos para su mantenimiento y difundir su buen nombre. Estas asociaciones, generan sin ser parte fundamental de su misión, una red de apoyo social en torno al monumento de tal importancia, que sus acciones terminan siendo uno de los soportes fundamentales para el fortalecimiento del mismo.

En la medida que estas asociaciones actúen en pos del monumento, este se beneficiará. Ocurre, en algunos casos, que esta asociación genera un reconocimiento tal, que termina siendo un "deseo" pertenecer a ella, ante los innegables beneficios de relaciones sociales que genera, convirtiéndose en una institución tan fuerte, que genera capital social inesperado.

En conclusión, la presencia de un momento en una ciudad aporta una gran cantidad de capital económico en los sectores productivos interdependientes, genera las bases para la formación y sostenimiento del capital humano, y fomenta la formación de capital social para su defensa y engrandecimiento.

Sólo requiere que el Estado lo reconozca como parte fundamental de la ciudad y lo inserte en sus políticas de promoción turística, entregándole la confianza normativa necesaria para su acción autónoma e independiente.

⁴⁶ "Capital Social" es el capital generado de la capacidad de acción social, comunal y gremial de las comunidades; también puede ser entendido como " *un capital que proviene de la capacidad que surge cuando prima la confianza en una sociedad o en algunas partes de la misma... Son estas comunidades las que no requieren contratos y regulaciones legales extensas en sus relaciones, porque hay un consenso moral previo que les da a los miembros del grupo una base de confianza mutua*", Fukuyama, "Trust", 1995.

⁴⁷ Esta forma de asociación de apoyo, encuentra un barrera en la situación legal de los monumentos. En algunas ciudades los monumentos están a cargo de las autoridades locales, y no se permite que existan ó que el mismo monumento genere recursos propios.

LOS ESTADOS LOCALES Y LA UTILIDAD DE LOS INDICADORES VEMU

Ante la innegable dificultad actual de cuantificar los aportes de capital de un monumento a la ciudad, los indicadores **VEMU** se convierten en un factor de demostración de este aporte, en un lenguaje de fácil comprensión para el universo estatal, que permiten llenar parte de ese vacío.

Se da por entendido que estos indicadores⁴⁸ cumplen con su función, Indicar. La información que estos arrojan, sirve para comprender la importancia de los monumentos dentro de la productividad de la ciudad.

El *COC* permite comprender el valor mínimo comercial de un monumento⁴⁹, más no afirma que este es su valor. También permite demostrar de alguna manera que el acervo histórico de una ciudad, puede ser comprendido a través de la agrupación de los símbolos de la misma, tanto casuales como históricos.

Esta herramienta permite al mandatario, demostrar que el hecho de definir, por ejemplo, una edificación como monumento e insertarla en el plan turístico de la ciudad, significa realizar un sacrificio de formación de capital fijo de cierta magnitud. Herramienta que al ser enriquecida con estudios de mercado sobre flujos de turismo, presentarán un interesante escenario de productividad para la ciudad⁵⁰.

Por otra parte, *CPO*, bien podría ser el indicador que le informa a las autoridades de la ciudad cual sería el costo de recordar mes a mes a la ciudadanía el origen de su identidad, siendo parte también del costo de sostenimiento de la capacidad productiva de sus habitantes. Por otra parte, el recuerdo físico de los sucesos históricos, de no ser apoyados por el gobierno, sería algo parecido a "recuerdos en vía de extinción"⁵¹, y los maestros se apoyarían en láminas y reproducciones de elementos

⁴⁸ Cabe anotar que la función de "indicación" de un indicador tiene como fin mostrar "síntomas". A manera de ejemplo, es válida la metáfora del proceso que realiza un médico con su paciente: el paciente llega al consultorio, informando una gran cantidad de síntomas, a los cuales el médico da una interpretación inicial. Paso seguido, toma algunos exámenes que le entregan nueva información para llegar a un diagnóstico definitivo, y comenzar un tratamiento contra la causa de los síntomas. Por ejemplo, la fiebre o temperatura, puede ser síntoma de una infección viral, pero la atención médica debe centrarse en eliminar la infección, generando como consecuencia la desaparición de la fiebre. En este caso la fiebre es el indicador. De igual manera deben ser entendidos los indicadores, como consecuencias de procesos y no como procesos mismos.

⁴⁹ Se dice que "mínimo" ya que como se mencionaba anteriormente el VE es diferente al VE, que es normalmente volátil.

⁵⁰ Ver serie de Estudios Monitor de Productividad y Competitividad.

⁵¹ Según Cuervo (1999), ante la pregunta sobre el sentido de memoria en el Museo Nacional de Colombia, "*El olvido es comprensible en una sociedad que necesita mecanismos de protección contra una historia convulsionada y sangrienta.*".

históricos que se perdieron por negligencia, transfiriendo estas pérdidas a costos reales a las instituciones educativas, quienes deberán invertir en artefactos didácticos para enseñar sobre estos sucesos.

En la misma dirección, este indicador se constituye en el ingreso de referencia cuando un monumento se convierte en unidad productiva, informando a su gerente cual es el mínimo que debe producir⁵².

Finalmente, el *CFO*, puede ser utilizado como herramienta para calcular parte del valor de capital social, o mejor, como explicación económica de cuanto costaría generar una red social que fomentará la conciencia ciudadana sobre sus orígenes⁵³.

Si los monumentos generan capitales económico, humano y social siendo parte del capital cultural, y los **VEMU** permiten su explicación y sustentación, es posible que las ciudades, los ciudadanos y sus gobernantes comiencen a comprender la utilidad de la correcta utilización de los bienes culturales tangibles para su desarrollo⁵⁴.

⁵² Se afirma que "mínimo a producir" para no ayudar a romper con el equilibrio productivo de la ciudad, pero puede ser considera también como un ingreso promedio.

⁵³ Es claro que valorar en términos monetarios el capital social o el sentido de confianza, según Fukuyama, es casi imposible, pero permite comprender cuanto sería el costo fiscal de equilibrio de hacer esa inversión específica, ya que sería desequilibrante, y a la vez deficitario, que se gastara más de lo que se recibe.

⁵⁴ Se podrían estimar otros indicadores más específicos como Costos de Oportunidad de no demandar servicios domiciliarios, pero la indicación que harían no sería diferente a la de *CPO* y *CFO*.

CAPÍTULO IV: CASO DE ESTUDIO: LOCALIDAD "LA CANDELARIA"

UNIDAD DE ANÁLISIS: CASA MUSEO 20 DE JULIO DE 1810

ANÁLISIS GENERAL DE LA LOCALIDAD LA CANDELARIA⁵⁵

MARCO HISTÓRICO LEGAL⁵⁶

Poco a poco, en la sociedad bogotana se fue reconociendo el nombre de La Candelaria para denominar al sector más antiguo de Bogotá, escenario testimonial de la expansión de la cultura española y de los acontecimientos independentistas que dieron origen a la Nación.

Los llamados hacia la modernidad, difusos a partir de los años treinta, menospreciaron la arquitectura colonial e incluso destruyeron parte de esta, para imponer un estilo neoclásico. De las destrucciones del 9 de abril de 1948 emergieron sin mayores daños los sectores más tradicionales de la antigua Santa Fe como: Egipto, Santa Bárbara y La Candelaria, que para entonces se conoce como barrio. En 1950, las primeras normas sobre la preservación del patrimonio urbano arquitectónico contemplan el centro histórico de Bogotá y se refieren de manera concreta al sector de La Candelaria.

En 1960, surgió un movimiento fuerte de pensamiento político y social orientado a hacer de La Candelaria el centro histórico cultural de la Nación, sueño que se materializó con la ley 59 de 1963. Desde entonces, el vocablo Candelaria se ratificó como un sinónimo de centro histórico.

En los años setenta, la ciudad continuó expandiéndose notoriamente hacia el norte y la zona céntrica entró en un proceso de deterioro, abandono y demolición para ceder espacios a las construcciones de obras modernas. Los estudios para la conservación de La Candelaria como centro histórico y cultural recobraron validez con la expedición del acuerdo 10 de 1980, por medio del cual se creó la Corporación La Candelaria, organismo jurídico y administrativo destinado a tal fin. El reconocimiento de La Candelaria como centro histórico cultural se fortaleció con el proceso de descentralización política, administrativa y fiscal de Santa Fe de Bogotá, D.C., mediante la ley primera de 1992, que reglamentó la división territorial del Distrito Capital y constituyó a La Candelaria como localidad 17.

⁵⁵ Tomado del "Diagnóstico Local de Salud: Localidad 17 La Candelaria" de la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá D.C., 1997

⁵⁶ Ibid.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA⁵⁷

La Candelaria, la localidad más pequeña del Distrito Capital⁵⁸, se ubica en el sector centro-oriente de Santa Fe de Bogotá y tiene una extensión de 181,12 hectáreas, de las cuales 68,2% se encuentra urbanizada. En 1990, se encontraba construida o desarrollada urbanísticamente 82,4% del área total de la localidad.

Cuadro No.1 - Distribución del área en La Candelaria⁵⁹.

Indicador	Hectáreas	% sobre el total del Distrito Capital
Área total	181,00	0,07
Área urbana	164,10	0,40
Área amanzanada	123,50	0,56
Área residencial	86,60	0,52

LÍMITES⁶⁰

La localidad limita por todos sus costados con la localidad 3, Santafé:

Cuadro No.2 - Límites de la localidad⁶¹.

Costado	Límite
Sur	Calle Cuarta
Oriente	Paseo Bolívar
Norte	Avenida Jiménez
Occidente	Carrera Décima

DIVISIÓN TERRITORIAL⁶²

La Candelaria está constituida por seis barrios: Santa Bárbara, Egipto bajo, Belén, Las Aguas, La Concordia y el centro administrativo o Candelaria.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Bogotá se encuentra actual divida administrativamente en 20 localidades.

⁵⁹ Fuente, Censo DANE 1993.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Departamento Administrativo del Medio Ambiente, Agenda Ambiental.

⁶² Ibid.

Cuadro No.3 - Barrios de la localidad⁶³

Código	Sector Censal	Barrio	Población	Estrato
1.804	3.103	Las Aguas	6.753	2
2.101	3.204	Belén	4.233	2
1.808	3.203	Santa Bárbara	2.850	2
2.102	3.104	La Concordia	2.938	2
2.103	3.104	Egipto Bajo	4.850	3
4.277	3.110	Centro Administrativo o Candelaria	7.673	3

Nota: en algunos casos, se presentan predios con estrato 1, beneficio generado por ser considerado "de conservación y patrimonio".

Figura No. 2 - Ubicación de la localidad⁶⁴

⁶³ Fuente: Planeación Distrital. Actualización de datos CEC usando proyecciones poblacionales de la Secretaria Distrital de Salud.

⁶⁴ Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital.

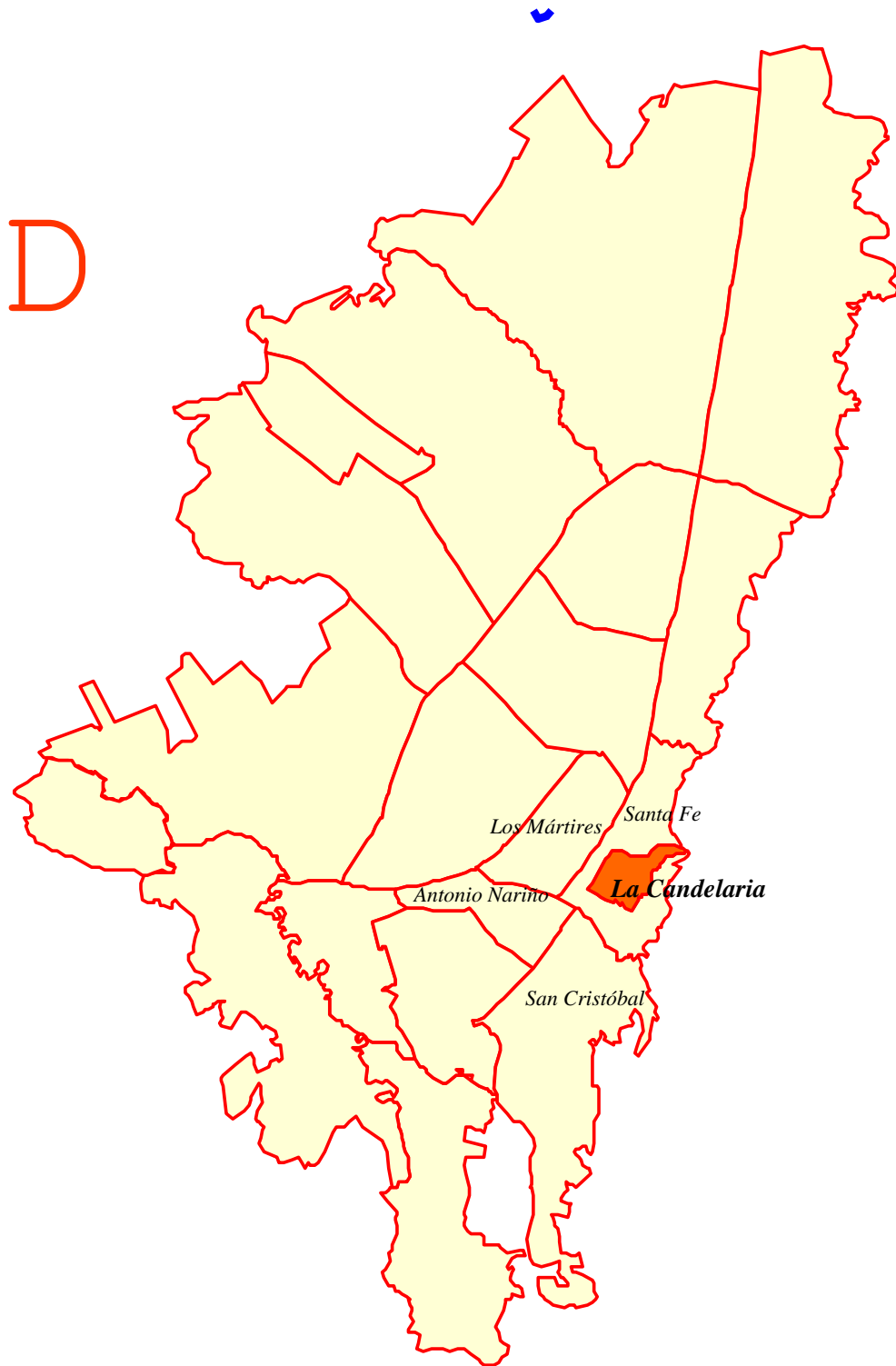
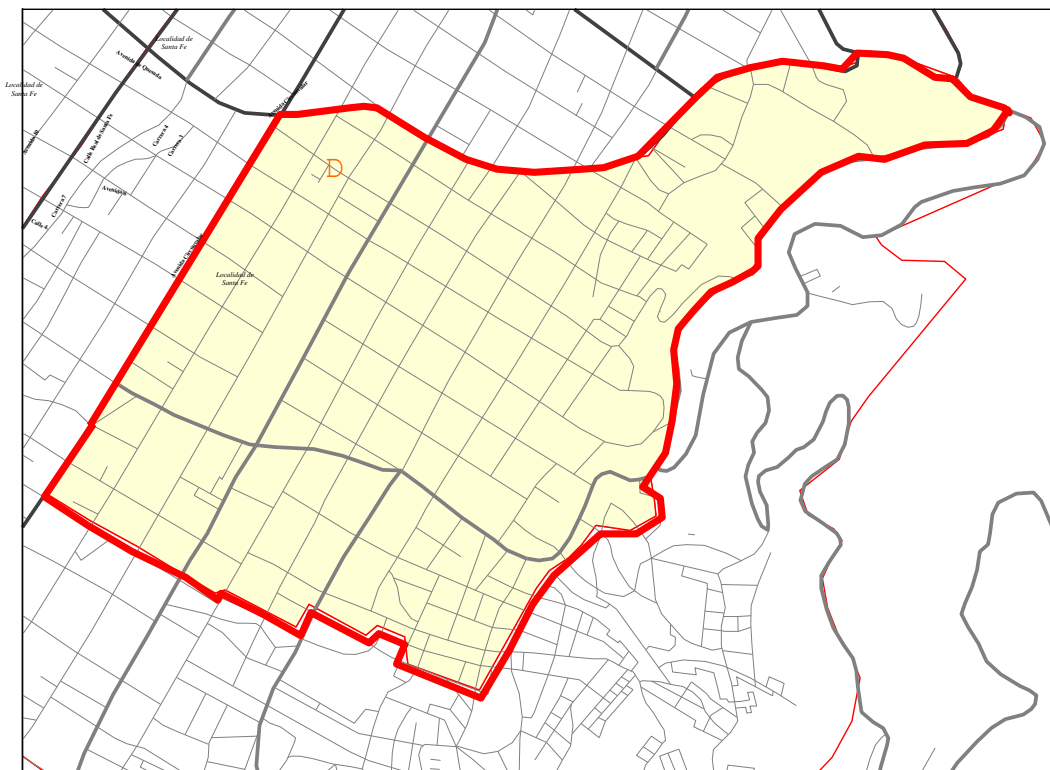


Figura No.2 - Delimitación de la localidad⁶⁵

⁶⁵ Fuente: Secretaria Distrital de Salud.



USOS DEL SUELO⁶⁶

La Candelaria, por su carácter funcional de centro nacional e histórico, ha concentrado un número considerable de instituciones gubernamentales, culturales, religiosas, educativas, financieras y comerciales, y de población flotante. Como centro administrativo nacional y distrital, se encuentran ubicados la Presidencia de la República, el Congreso Nacional, los Ministerios del Interior, Relaciones Exteriores, Hacienda, Agricultura y Comunicaciones, el Palacio de Justicia, la Hemeroteca Nacional, la Superintendencia Bancaria, la Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá, la plaza de Bolívar la catedral primada de Colombia y la biblioteca Luis Ángel Arango.

El sector educativo se localiza en la carrera tercera este hasta la carrera sexta, entre calles octava a catorce. Aquí se ubican importantes universidades como la Externado de Colombia, La Autónoma, La Libre, La Gran Colombia, La Mayor de Nuestra Señora del Rosario e instituciones de educación intermedia y colegios. El sector cultural se encuentra en esta misma área, con sedes y salas de diferentes grupos teatrales, el teatro Colón, diferentes Museos como la casa del florero y el observatorio

⁶⁶ Ibid.

nacional. El sector comercial comprende desde la carrera tercera a la carrera décima, entre calles séptima y la avenida Jiménez.

(Cuadro No. 9 - Distribución del uso del suelo⁶⁷- Eliminado)

El sector residencial, con estratos 2 y 3, se localiza en el resto de la localidad, donde se encuentran viviendas unifamiliares o compartidas, residencias y hoteles dedicados en gran parte a la prostitución, comercio minorista, algunos servicios de talleres y unos pocos almacenes de comercio mayorista.

ARTE Y CULTURA⁶⁸

La cultura es uno de los ejes de trabajo y fuente de orgullo e identificación básica de la localidad. Por una parte, se constituye como una de las características más importantes de Santa Fe de Bogotá; por otra, es la actividad, a la par con la recreación, que logra ser convocante con la comunidad capitalina y ese carácter se le ha reconocido desde hace muchos años; y en tercer lugar, siendo una actividad de mayor importancia, soporta las dificultades provenientes de características económicas como los altos costos de realización y escasa capacidad económica de la comunidad para acceder a la misma.

Los talleres de teatro, danza, música o títeres y los eventos culturales y artísticos se han popularizado y han revalorado el papel de La Candelaria como centro de confluencia y hospitalidad de la ciudad. Centros culturales como el Teatro Popular de Bogotá, La Candelaria, El Tecal, centro cultural Gabriel García Márquez, El Local, El Teatro Libre, la Corporación Colombiana de Teatro, las danzas de Delia Zapata, el centro León Tolstoi y personajes del arte y la cultura entre muchos otros, participaron con el conjunto de la administración en el impulso recíproco de la acción cultural local, haciéndose partícipes de los procesos de gestión y desarrollo de la localidad. En el cuadro XX se referencian sitios de interés cultural de la localidad.

Cuadro XX - Principales instituciones culturales de la localidad⁶⁹

⁶⁷ Fuente: La Candelaria Ayer y Hoy, Cámara de Comercio de Bogotá, Corporación La Candelaria.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Fuente: Estudio CEC sobre oferta cultural en Bogotá D.C., 2001.

BIBLIOTECAS	MUSEOS
Luis Angel Arango	Museo de Arte Colonial-Claustro de San Ignacio
Casa de Poesía Silva	Museo de Arte Religioso
Hemeroteca Luis López de Mesa	Museo del Oro
Fundación Rafael Pombo	Museo del 20 de Julio
Biblioteca Eduardo Santos	Museo de Desarrollo Urbano
Instituto Colombiano de Cultura Hispánica	Museo Iglesia Santa Clara
Biblioteca del Concejo Distrital Ignacio Escallón	
	Museo de Artes y Tradiciones Populares-Claustro de San Agustín
Biblioteca Antonio Rocha	Museo de Trajes Regionales de Colombia
Fundación Gilberto Alzate Avendaño	Museo y Quinta de Bolívar
Biblioteca del Congreso	Museo Arqueológico-Casa del Marqués de San Jorge
Biblioteca del Banco Ganadero	Museo Nacional de Telecomunicaciones
Biblioteca del Ministerio de Relaciones Exteriores	
	Museo Francisco José de Caldas
Casa del Marqués de San Jorge	Museo de La Salle-Ciencias naturales
Fondo Cultural Cafetero	Casa de La Moneda
	Museo del Tesoro Capitular
	Museo de la Policía Nacional
	Museo Militar
	Museo del siglo XIX-Fondo Cultural Cafetero

CARACTERISTICAS URBANAS DE LA CANDELARIA

Según la información suministrada por el Departamento Administrativo de Catastro Distrital - DACD, entidad encargada de la valoración de predios y su la definición del uso del suelo, tenemos que la localidad 17 "La Candelaria", tiene:

Barrios	6
Predios	8.845
Extensión en metros cuadrados	1´117.643.8 m^2
Área Construida	1´350.320.1 m^2

De esta información analizada con la información catastral sobre VE, se puede obtener que:

Actual VE	\$492´´300.611´854.000.00
Valor Promedio por Predio	\$38´517.678.79
Altura Promedio	Una Planta
$vm^2(L17)$:	\$252.245.3, donde ($m^2t= m^2c$)

Esta información permite establecer que si $m^2t= m^2c$, se debe a la baja demanda por predios en la zona para ser demolidos, como consecuencia de

la normatividad vigente⁷⁰, situación que beneficia la vocación natural de conservación de la localidad⁷¹.

Cuadro No.XX - Insumos para VEMU⁷²

	La Candelaria	Bogotá D.C.
Predios	8.845	1'687.766
Altura Promedio ⁷³	Una Planta	Tres Plantas
vm^2	\$252.245.3	\$195.639.68

Ahora bien comparando La Candelaria con la ciudad, es evidente que pese a ser un espacio reducido dentro de la urbe (teniendo sólo el 0,52% del total de predios) su vm^2 es superior a la media, lo cual muestra que pese a ser de estratos bajos, su valor económico es de antemano reconocido por el estado y el mercado, pero debe considerarse que en la ciudad ciertas zonas de expansión, son las que bajan el promedio general.

Es importante considerar que para Bogotá un vm^2 de \$195.639.68⁷⁴ es relativamente bajo frente a un valor vm^2 máximo de \$ 9'700.000.00 en la ciudad.

Cuadro No. XX - Valores Metro Cuadrado en La Candelaria⁷⁵

	La Candelaria	Bogotá D.C.
Máximo	\$1'890.000.00	\$9'700.000.00
Mínimo	\$7.94	\$0.00
Promedio	\$252.245.30	\$195.639.68

⁷⁰ El parágrafo 2 del artículo 6° del Acuerdo No.10 de 1980 del Concejo de Bogotá, costata que "La Corporación La Candelaria, deberá emitir concepto sobre el valor histórico y mérito arquitectónico de las edificaciones ubicadas en la zona cuando se trate de restauraciones, remodelaciones o demoliciones", de igual modo, en artículo 1° se define que el objetivo de la Corporación será "la defensa y conservación, tanto de edificios y lugares declarados específicamente como Monumentos Nacionales, así como de los bienes inmuebles y zonas o sectores de interés histórico, arquitectónico, ambiental y del contexto urbano localizados dentro de los límites de la Zona Especial de La Candelaria, definida en el Capítulo III del presente Acuerdo."

⁷¹ Según La Corporación La Candelaria, "El centro histórico determinado por el Decreto 678 de 1994, cuenta con 2,020 predios, pero la localidad abarca una jurisdicción mayor.", refiriéndose a la Zona Especial referida en el Acuerdo No. 10 ante mencionado.

⁷² Fuente: DACD

⁷³ "Para establecer la altura promedio en Bogotá es necesario aclarar que una es la altura promedio permitida por norma y otra, es la altura promedio que actualmente se presenta en Bogotá; la altura promedio permitida es de cuatro (4) pisos y la altura promedio que actualmente se presenta es de tres (3) pisos.", Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital - DAPD - Subdirección de Planeamiento Urbano.

⁷⁴ En el momento de realización de este estudio, el peso (moneda colombiana) presentaba una tasa de cambio de \$2.300 pesos por cada US\$1 dólar.

⁷⁵ Fuente DACD, Cálculos CEC

El valor máximo que se presenta en la Localidad, es inferior al de la ciudad, como consecuencia de la relación inversa entre tiempo y precio: a más edad del predio menor valor⁷⁶.

UNIDAD DE ANÁLISIS: CASA MUSEO 20 DE JULIO DE 1810

ESTIMACIONES VEMU PARA LA CASA MUSEO 20 DE JULIO - PILOTO DE ESTUDIO

Es innegable el aporte en la construcción de identidad nacional que genera la "Casa del Florero" ó "Museo del Veinte de Julio", ya que es un monumento histórico que conmemora el grito de independencia de Colombia a España en 1810. Tomando este bien como piloto, se ha logrado establecer que:

	Catastro	Museo
Area Terreno	462.00	933.00
Area Construida	623.70	1,158.00
Área Total	1,085.70	2,091.00

		vm2
La Candelaria	Promedio	252,245.30
La Candelaria	Mínimo	7.94
La Candelaria	Máximo	1,890,000.00
Bogotá D.C.	Promedio	195,639.68
Bogotá D.C.	Máximo	9,700,000.00

		VE
La Candelaria	Promedio	273,862,722.21
La Candelaria	Mínimo	8,620.46
La Candelaria	Máximo	2,051,973,000.00
Bogotá D.C.	Promedio	212,406,000.58
Bogotá D.C.	Máximo	10,531,290,000.00

Cuadro No.XX - Estimación Actual⁷⁷

Actualmente, la casa Museo tiene un valor catastral de \$274 millones de pesos, pero su valor podría llegar a ser de \$10.531 millones, indicador que inicialmente fue considerado como COC, pero su bajo elemento de sacrificio lo excluyó.

⁷⁶ Esto se explica por la presencia de expansión en la ciudad y a la baja valoración que el mercado hace de los inmuebles antiguos por su fuerte depreciación comercial, situación diferente a otras ciudades del mundo.

⁷⁷ Fuentes: DACD y Casa Museo 20 de Julio de 1810. Estas instituciones presentan información asimétrica, lo cual muestra el problema del sistema de información que se podrá ver en una ciudad para la estimación de VEMU.

CÁLCULO DE INDICADORES VEMU

Realizando los cálculos con la información de las fuentes, y consideran que el promedio de plantas en Bogotá D.C. es de tres⁷⁸, que el máximo permitido son 12⁷⁹ y el máximo presentado son 42⁸⁰, se obtiene que:

Cálculos para Tres(3) Plantas

		COC		CPO		CFO	
		Catastro	Museo	Catastro	Museo	Catastro	Museo
La Candelaria	Promedio	349,611,985.80	706,034,594.70	41,953,438.30	84,724,151.36	24,472,839.01	49,422,421.63
La Candelaria	Mínimo	11,004.84	22,224.06	1,320.58	2,666.89	770.34	1,555.68
La Candelaria	Máximo	2,619,540,000.00	5,290,110,000.00	314,344,800.00	634,813,200.00	183,367,800.00	370,307,700.00
Bogotá D.C.	Promedio	271,156,596.48	547,595,464.32	32,538,791.58	65,711,455.72	18,980,961.75	38,331,682.50
Bogotá D.C.	Máximo	13,444,200,000.00	27,150,300,000.00	1,613,304,000.00	3,258,036,000.00	941,094,000.00	1,900,521,000.00

Cálculos para Doce(12) Plantas

		COC		CPO		CFO	
		Catastro	Museo	Catastro	Museo	Catastro	Museo
La Candelaria	Promedio	1,398,447,943.20	2,824,138,378.80	167,813,753.18	338,896,605.46	97,891,356.02	197,689,686.52
La Candelaria	Mínimo	44,019.36	88,896.24	5,282.32	10,667.55	3,081.36	6,222.74
La Candelaria	Máximo	10,478,160,000.00	21,160,440,000.00	1,257,379,200.00	2,539,252,800.00	733,471,200.00	1,481,230,800.00
Bogotá D.C.	Promedio	1,084,626,385.92	2,190,381,857.28	130,155,166.31	262,845,822.87	75,923,847.01	153,326,730.01
Bogotá D.C.	Máximo	53,776,800,000.00	108,601,200,000.00	6,453,216,000.00	13,032,144,000.00	3,764,376,000.00	7,602,084,000.00

Cálculos para Cuarenta y Dos(42) Plantas

		COC		CPO		CFO	
		Catastro	Museo	Catastro	Museo	Catastro	Museo
La Candelaria	Promedio	4,894,567,801.20	9,884,484,325.80	587,348,136.14	1,186,138,119.10	342,619,746.08	691,913,902.81
La Candelaria	Mínimo	154,067.76	311,136.84	18,488.13	37,336.42	10,784.74	21,779.58
La Candelaria	Máximo	36,673,560,000.00	74,061,540,000.00	4,400,827,200.00	8,887,384,800.00	2,567,149,200.00	5,184,307,800.00
Bogotá D.C.	Promedio	3,796,192,350.72	7,666,336,500.48	455,543,082.09	919,960,380.06	265,733,464.55	536,643,555.03
Bogotá D.C.	Máximo	188,218,800,000.00	380,104,200,000.00	22,586,256,000.00	45,612,504,000.00	13,175,316,000.00	26,607,294,000.00

⁷⁸ Fuente: DACD y DAPD-SPU con cálculos CEC

⁷⁹ "Es necesario informar que según las normas vigentes, todavía existe en Bogotá un sector en el centro de la ciudad que está reglamentado por el decreto 1042 de 1987 tutelado por el Acuerdo 7/79, el cual permite en algunos sectores altura libre, en la parte de la ciudad desarrollada y que tiene norma del Acuerdo 6 de 1990, la altura máxima permitida es doce (12) piso la cual se localiza en algunos ejes en los sectores con Tratamiento de Desarrollo autorregulable, la altura depende del ancho de la vía, y predios con frente a vías de 22 metros o más se puede lograr alturas de 18 pisos." Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital - DAPD - Subdirección de Planeamiento Urbano.

⁸⁰ "El predio con mayor altura en Bogotá, es el edificio Colpatria que tiene una altura superior a los 40 pisos. (Aproximadamente 42 pisos)", Fuente: DAPD - SPU.

ANÁLISIS SOBRE INDICADORES OBTENIDOS

El Costo de Oportunidad de Congelación - COC, que podría ser el valor económico - VE - del monumento, estaría determinado a la decisión de la cantidad de plantas a construir. Se puede decir que para obtener el promedio de densificación de la ciudad, como mínimo, la Casa Museo 20 de Julio de 1810 tiene un COC de \$1,398 millones, y \$108,601 como máximo. Esta amplia diferencia se debe al problema de fuentes, ya que existe una discrepancia entre las mediciones oficiales y las del Museo mismo, en cuanto a su área total. Si se analiza desde la óptica del promedio, el Museo tendría un COC de cerca de \$2,800.000, y si se analiza desde el punto de vista de los máximos, sería de cerca de \$108 mil millones. El máximo presenta el problema que está calculado desde el máximo VE por metro cuadrado en la ciudad, el cual es determinado por nuevas construcciones en zonas de alta demanda comercial, lo cual hace que su VE sea alto. Por lo tanto cabe considerar, que el COC sería de \$2.824 millones de pesos.

Bajo esta perspectiva, mensualmente el Museo tiene un CPO de \$24'250.000, situación alejada de la realidad, ya que solamente produce un promedio de \$2'000.000⁸¹ mensuales, tan sólo la décima parte. En cuanto a CFO, estaría por el orden de los \$198 millones de pesos.

⁸¹ Estimaciones iniciales sobre cifras oficiales del museo.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES DE LA APLICABILIDAD DE VEMU Y LAS BARRERAS TÉCNICAS DEL CASO DE ESTUDIO

VEMU se presenta como una serie de herramientas que buscan indicar la relación entre un monumento y la productividad de la ciudad, como hemos anotado, pero la brecha entre teoría y práctica arrojada por el caso de estudio es de pertinente profundización.

El caso de estudio presenta serias barreras técnicas y legales para ser competitivo en el ámbito del mercado de bienes y servicios culturales por su condición legal de ser parte del Ministerio de Cultura, lo cual lo somete a la imposibilidad de generar recursos autónomos, reduciendo su capacidad de acción y desaprovechando las ventajas legales de las donaciones propuestas en la Ley General de Cultura⁸².

Por esto es necesario comprender el marco normativo que aplica sobre la Casa Museo y proyectar, en la medida de lo posible, se diferencia de productividad en diferentes marcos legales.

Pese a esto es claro que *VEMU* explica en una amplia dimensión el aporte del Museo a la productividad de la Nación, por lo tanto se ahondará en su análisis por medio de una explicación detallada de la formación de capitales.

LA PRODUCTIVIDAD DE UN MUSEO EN COLOMBIA

EL MARCO JURÍDICO: LA LEY GENERAL DE CULTURA Y EL MINISTERIO DE CULTURA

La ley General de Cultura creó un marco normativo inexistente para el país desde la promulgación de la Constitución Política de 1991, ya que los artículos 70, 71 y 72 de la misma, se encontraban sin normatividad desarrollada. Básicamente esta Ley, normativizó el ambiente cultural, absorbiendo entidades como Colcultura⁸³ y creando el Ministerio de Cultura, lo cual es un avance significativo, ya que la “cultura” paso de ser una dependencia del Ministerio de Educación Nacional y una institución descentralizada, a ser parte del gabinete ejecutivo en compañía de los otros ministerios.

⁸² Ley 397 de 1997.

⁸³ Artículo 74° de dicha Ley.

Como parte fundamental la Ley establece la “Cultura”⁸⁴ como parte fundamental de la nacionalidad⁸⁵, tema que se ha expuesto anteriormente. Dentro de este estudio, son relevantes la normatización que la Ley hace sobre el patrimonio nacional y la creación del Ministerio de Cultura.

Así pues, según el Artículo 1º párrafo 5:

“Es obligación del Estado y de las personas valorar, proteger y difundir el Patrimonio Cultural de la Nación.”

Condición que se cumple en el Artículo 4º,

“Definición de patrimonio cultural de la Nación. *El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, Museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.*

Las disposiciones de la presente ley y de su futura reglamentación serán aplicadas a los bienes y categorías de bienes que siendo parte del Patrimonio Cultural de la Nación pertenecientes a las épocas prehispánicas, de la Colonia, la Independencia, la República y la Contemporánea, sean declarados como bienes de interés cultural, conforme a los criterios de valoración que para tal efecto determine el Ministerio de Cultura.

Parágrafo 1o.- *Los bienes declarados monumentos nacionales con anterioridad a la presente ley, así como los bienes integrantes del patrimonio arqueológico, serán considerados como bienes de interés cultural.*

También podrán ser declarados bienes de interés cultural, previo concepto del Ministerio de Cultura, aquellos bienes que hayan sido objeto de reconocimiento especial expreso por las entidades territoriales.”

Este Artículo agrupa el patrimonio cultural de la Nación, dejando el espacio para la declaración futura de nuevos patrimonios, recogiendo

⁸⁴ La definición de Cultura en la Ley es bastante amplia y se encuentra proclamada en el artículo 1º párrafo 1º, “Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.”

⁸⁵ Artículo 1º párrafo 2º, “La cultura, en sus diversas manifestaciones, es fundamento de la nacionalidad y actividad propia de la sociedad colombiana en su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los colombianos. Dichas manifestaciones constituyen parte integral de la identidad y la cultura colombianas.”

los anteriormente declarados. La función de nombrar como monumento nacional un elemento urbano, queda en manos del Consejo de Monumentos Nacionales, según el Artículo 7°,

“Consejo de Monumentos Nacionales. *El Consejo de Monumentos Nacionales es el órgano encargado de asesorar al Gobierno Nacional en cuanto a la protección y manejo del patrimonio cultural de la Nación.”*

Para evitar dejar un vacío jurídico, la Ley aclara con un alto nivel de especificidad como y quien debe declarar y manejar estos monumentos, el Artículo 8° de la misma,

“Declaratoria y manejo del patrimonio cultural de la Nación. *El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Cultura y previo concepto del Consejo de Monumentos Nacionales, es el responsable de la declaratoria y del manejo de los monumentos nacionales y de los bienes de interés cultural de carácter nacional.*

A las entidades territoriales, con base en los principios de descentralización, autonomía y participación, les corresponde la declaratoria y el manejo del patrimonio cultural y de los bienes de interés cultural del ámbito municipal, distrital, departamental, a través de las alcaldías municipales y las gobernaciones respectivas, y de los territorios indígenas, previo concepto de los centros filiales del Consejo de Monumentos Nacionales allí donde existan, o en su defecto por la entidad delegada por el Ministerio de Cultura.

Lo anterior se entiende sin perjuicio de que los bienes antes mencionados puedan ser declarados bienes de interés cultural de carácter nacional.

Para la declaratoria y el manejo de los bienes de interés cultural se aplicará el principio de coordinación entre los niveles nacional, departamental, distrital y municipal y de los territorios indígenas.

Los planes de desarrollo de las entidades territoriales tendrán en cuenta los recursos para la conservación y la recuperación del patrimonio cultural.

Parágrafo 1o. *Se reconoce el derecho de las iglesias y confesiones religiosas de ser propietarias del patrimonio cultural que hayan creado, adquirido con recursos o que estén bajo su legítima posesión. Igualmente, se protegen la naturaleza y finalidad religiosa de dichos bienes, las cuales no podrán ser obstaculizadas ni impedidas por su valor cultural.*

Al tenor del artículo 15 de la Ley 133 de 1994, el Estado celebrará con las correspondientes iglesias y confesiones religiosas, convenios para establecer el régimen de estos bienes, incluyendo las restricciones a su enajenación y exportación y las medidas para su inventario, conservación, restauración, estudio y exposición.”

Este Artículo deja en claro que los elementos urbanísticos que deban ser declarados monumentos, deberán serlo por declaratoria de las autoridades locales, a menos que sea un monumento de carácter nacional.

Ante esta circunstancia, y la necesidad de proteger el patrimonio, la ley, en sus Artículos 10° y 11°, establece la condición contractual de los mismos y su régimen especial,

“Artículo 10.- Inembargabilidad, imprescriptibilidad e inalienabilidad. *Los bienes de interés cultural que conforman el patrimonio cultural de la Nación que sean propiedad de entidades públicas, son inembargables, imprescriptibles e inalienables.*

Parágrafo. *El Ministerio de Cultura autorizará, en casos excepcionales, la enajenación o el préstamo de bienes de interés cultural entre entidades públicas.*

Artículo 11.- Régimen para los bienes de interés cultural. *Los bienes de interés cultural públicos y privados estarán sometidos al siguiente régimen:*

1. Demolición, *desplazamiento y restauración. Ningún bien que haya sido declarado de interés cultural podrá ser demolido, destruido, parcelado o removido, sin la autorización de la autoridad que lo haya declarado como tal.*

2. Intervención. *Entiéndese por intervención todo acto que cause cambios al bien de interés cultural o que afecte el estado del mismo.*

Sobre el bien de interés cultural no se podrá efectuar intervención alguna sin la correspondiente autorización del Ministerio de Cultura.

La intervención de bienes de interés cultural deberá realizarse bajo la supervisión de profesionales en la materia debidamente acreditados ante el Ministerio de Cultura.

Por virtud de lo dispuesto en el artículo 5o. de esta ley, para los bienes de interés cultural que pertenezcan al patrimonio arqueológico de la Nación, dicha autorización estará implícita en las licencias ambientales de los proyectos de minería, hidrocarburos, embalses o macroproyectos de infraestructura. En estos casos, se dispondrá que la supervisión será ejercida en cualquier tiempo por los profesionales acreditados ante el Ministerio de Cultura.

El propietario de un predio que se encuentre en el área de influencia o que sea colindante con un bien inmueble de interés cultural, que pretenda realizar obras que puedan afectar las características de éste, deberá obtener autorización para dichos fines de parte de la autoridad que efectuó la respectiva declaratoria.

3. Plan especial de protección. Con la declaratoria de un bien como de interés cultural se elaborará un plan especial de protección del mismo por parte de la autoridad competente.

El plan especial de protección indicará el área afectada, la zona de influencia, el nivel permitido de intervención y las condiciones de manejo y el plan de divulgación que asegurará el respaldo comunitario a la conservación de estos bienes, en coordinación con las entidades territoriales correspondientes.

Para el caso específico del patrimonio arqueológico reconocido y prospectado en desarrollo de la construcción de redes de transporte de hidrocarburos se entenderá como Plan Especial de Protección el Plan de Manejo Arqueológico que hace parte del Plan de Manejo Ambiental presentado al Ministerio del Medio Ambiente dentro del proceso de obtención de la licencia ambiental.

4. Salida del país y movilización. *Queda prohibida la exportación de los bienes muebles de interés cultural. Sin embargo, el Ministerio de Cultura podrá autorizar su salida temporal, por un plazo que no exceda de tres (3) años, con el único fin de ser exhibidos al público o estudiados científicamente.*

La salida del país de cualquier bien mueble que se considere como integrante del patrimonio cultural de la Nación requerirá del permiso previo de los organismos territoriales encargados del cumplimiento de la presente ley o del Ministerio de Cultura.

El bien objeto de la exportación o sustracción ilegal será decomisado y puesto a órdenes del Ministerio de cultura.

Así mismo, el Ministerio de Cultura y demás instituciones públicas, realizarán todos los esfuerzos tendientes a repatriar los bienes de interés cultural que hayan sido extraídos ilegalmente del territorio colombiano.”

Esta norma delega al Ministerio de Cultura el manejo de los bienes muebles e inmuebles considerados como patrimonio nacional. Ahora bien, desde el Artículo 49° al 55° se dictan normas relacionadas de manera directa con los Museos,

“Artículo 49. Fomento de Museos. *Los Museos de país son depositarios de bienes muebles, representativos del Patrimonio Cultural de la Nación. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, tiene bajo su responsabilidad la protección, conservación y desarrollo de los Museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos Museos en todas las áreas de Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo estimulará el carácter activo de los Museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.”*

Este Artículo fundamenta mucho de lo expuesto de manera teórica en este documento, pero genera una barrera técnica legal a los Museos existentes en el momento de su promulgación, ya que los dispone como parte del Ministerio y limita su desarrollo a las políticas del mismo. De manera contraria, el Artículo 55° plantea una alternativa de creación de recursos propios por parte de los Museos,

“Artículo 55. Generación de Recursos. El Estado, a través del Ministerio de Cultura, estimulará y asesorará la creación de planes, programas y proyectos de carácter comercial, afines con los objetivos del Museo que puedan constituirse en fuentes de recursos autónomos para la financiación de funcionamiento.

Así mismo, el Ministerio de Cultura podrá adquirir y comercializar bienes y servicios comerciales para fomentar la difusión del patrimonio y la identidad cultural dentro y fuera del territorio Nacional.”

Pese al espacio que abre, limita la acción gerencial de los Museos a proyectos afines con los objetivos del mismo.

Por otra parte, el Artículo 66° crea el Ministerio de Cultura, de donde según el Artículo 67° es parte la Dirección Nacional de Museos y, como unidad administrativa especial, el Museo Nacional. En este articulado, 83 artículos en total, no se deja en claro si la Casa Museo 20 de Julio de 1810 es parte de la Dirección Nacional o del Museo Nacional.

ORIGEN DE LOS RECURSOS DE LOS MUSEOS DE COLOMBIA

Los Museos en Colombia, por lo menos los anteriores a la expedición de la Ley, como hemos visto forman parte del Ministerio de la Cultura, lo cual los hace dependientes de las destinaciones presupuestales del mismo.

Los Museos nacionales tienen un papel fundamental en el desarrollo del país, como agentes de construcción de capital como se ha advertido. Ahora bien, no son autónomos. Esta limitante reduce la capacidad de desarrollo de los mismos, ya que si bien se considera que cierto bien mueble debe ser comprado o recibido como donación, con el fin de aumentar la colección del mismo, este ingreso debe hacerlo el Ministerio y no el Museo. Pese a la libertad de acción del Artículo 55°, la norma genera un flujo Recursos-Ministerio-Museo que reducen la capacidad de acción del Museo.

En adición a esto, el mismo artículo hace hincapié en que si se desarrollan recursos autónomos deben ser afines al objetivo del Museo. Esto significa que si el Museo desea crear una tienda de “recuerdos”, bajo el cumplimiento de la misión de difusión del mismo, situación realmente difícil de sustentar, deberá solicitar a la Dirección de Museo que contrate o

habrá una convocatoria para la producción de estos “recuerdos”⁸⁶, lo cual es un proceso lento y bastante improbable, ya que esta contratación se haría por medio de recursos del Ministerio, que son bastante escasos⁸⁷.

En adición a estas limitantes, los recursos obtenidos por los Museos como ingresos por boletería, deben ser consignados en la Tesorería del Ministerio; Situación que se compensa de alguna manera, ya que las nóminas, impuestos y servicios públicos son pagados por la autoridad nacional.

Es cierto que los Museos se convierten en recaudadores de boletería⁸⁸ y que sus costos son asumidos por el Estado, pero esto genera una subutilización de la capacidad potencial de los mismos, como es el caso del Museo del Louvre o la nueva dinámica actualmente presentada por el Museo de Historia de Barcelona.

En conclusión, la “paternalidad” del Ministerio de Cultura sobre los Museos en Colombia, genera una pérdida potencial de ingresos a estos, que reduce su campo de acción y de difusión, que debe ir más allá de la prestación de un servicio “presencial”, y convertirse en un multiplicador de identidad nacional por medio de estrategias publicitarias y de mercadeo.

POSIBLES RECOMENDACIONES AL MINISTERIO DE CULTURA

Sin ser la función de este documento, que es la de postular una serie de herramientas y probarlas, el análisis que se ha desarrollado permite realizar algunas posibles recomendaciones de manera general, para insertar productividad a la economía por medio de los Museos en Colombia:

Transformar los Museos a Institutos Descentralizados ó Fundaciones. Esto con el fin de aprovechar la capacidad productiva de los mismos y no desaprovechar la capacidad instalada de la ciudad. En caso que se definan como fundaciones o similares, la junta directiva de los mismos debe ser mayoritariamente compuesta por la administración pública⁸⁹.

⁸⁶ Según Ley 80 de 1993.

⁸⁷ Considerando la información de asignación presupuestal de la Ley 482 de 1998, el Ministerio de Cultura contaba en ese entonces con \$30.067'937.523, que significaban el 0.07% del Presupuesto Nacional de 2000.

⁸⁸ Esta boletería según Ley 2ª de 1976 es exenta del Impuesto a las Ventas, I.V.A..

⁸⁹ Al ser fundaciones pueden recibir donaciones de manera directa, generando en el donante una reducción de su impuesto de renta, igual al 50% del valor del donación, sin que la reducción supere el 30% del impuesto a pagar, según el estatuto tributario. Por otra parte, tendrían el régimen especial previsto por el artículo 19º de dicho estatuto.

Generar el espacio normativo para la creación “Asociaciones Amigas”.

Estas Asociaciones, sin ánimo de lucro, tendrían como objetivo generar recursos para los Museos, y este flujo se entregaría al Ministerio o al Museo, según la norma vigente. Hemos demostrado que estas instituciones son importantes generadores de capital social y pueden ser un importante generador de recursos para el Museo.

Permitir la explotación comercial de las “réplicas” comerciales de los objetos de las colecciones del Museo.

Cada Museo tiene una amplia colección de piezas muebles que son de propiedad de la Nación, por lo tanto su explotación debe generar recursos para la Nación. Estos recursos deben entrar al Ministerio para ser asignados al Museo que los genere, entregando un ingreso de libre destinación para su administración.

Considerar la opción de convertir los Museo en un agente dinámico de fomento de la identidad nacional.

Este concepto parte de la rigidez de los Museos ante su función de “presentación” de piezas. El Museo debe aprovechar su vocación de formación nacional, para utilizar sus espacios para el fomento de otras actividades artísticas que conlleven a la construcción de Nacionalidad.

Construir una red nacional de Museos para muestras itinerantes.

Parte de la problemática del bajo dinamismo de los Museos se debe a la limitante de sus colecciones y a su ubicación geográfica. Los Museos poseen una cantidad limitada de piezas para exhibir y las rotan según los resultados de los estudios Museológicos desarrollados, esto genera que el consumidor concorra a estos en períodos de tiempo irregulares y bastante distanciados. Por otra parte, las personas que pueden enriquecerse del Museo son aquellas que pueden ir a él, en gran medida los habitantes de la ciudad donde reside. Esta propuesta apunta a establecer salas de exposición para muestras de otros Museos, que se roten de manera Nacional, con una periodicidad tal que cada Museo estrene mensualmente una nueva sala para sus visitantes.

En conclusión, estas recomendaciones aplicadas por aparte o como un conjunto sistemática de acción, generarían que los Museos se conviertan en parte de la cotidianidad del consumo cultural de los ciudadanos, generando un impacto de formación de capital de difícil cuantificación.

LA PRODUCTIVIDAD DE LA CASA MUSEO 20 DE JULIO

Dentro de la información arrojada por VEMU, se calcula que el CPO de este monumento debería ser de \$28'241.550⁹⁰ pesos mensuales, que no

⁹⁰ Se consideró el CPO promedio de La Candelaria para 12 plantas con la información del Museo.

está lejana de la realidad, pero su productividad esta sujeta a su definición legal.

ESTRUCTURA DE INGRESOS Y GASTOS DE LA CASA MUSEO

La Casa Museo 20 de Julio de 1810, popularmente denominada "Casa del Florero"⁹¹, es a su vez Museo y monumento. Museo porque expone bienes muebles que son Patrimonio Nacional, Monumento por ser declarado como tal el 20 de julio de 1960. Una sola unidad urbana, reúne patrimonio nacional mueble e inmueble y es generadora de identidad nacional.

Es de propiedad del Ministerio de Cultura, por lo tanto sus gastos de funcionamiento son asumidos por el Ministerio. A su vez, el Ministerio, por medio de la Dirección Nacional de Museo, destina en su presupuesto un rubro para el Museo, que en 1999 fue de veinte millones de pesos para su funcionamiento regular.

Ahora bien, el Museo sólo genera ingresos por medio de la boletería, que en 1999 fue de \$3´132.167 de pesos con una entrada mensual promedio de 4.072 visitantes. Esto arroja un ingreso anual de \$37´586.000⁹² pesos para el Ministerio, generando un beneficio aparente de 53% aproximadamente. Se dice aparente porque la inversión del Ministerio es más alta si se suman los costos de servicios públicos, nómina e impuestos.

EL VALOR HISTÓRICO DE LA CASA MUSEO – COC

De la información obtenida en el capítulo anterior, se concluye que como mínimo la casa Museo como monumento podría tener un valor de \$2.824 millones de pesos⁹³.

Este valor debe ser interpretado como la valoración económica mínima de acervo histórico del grito de independencia. Adelantándonos a las críticas, esta información muestra que mantener el suceso del “grito de independencia” tiene un costo bastante importante para la productividad de la ciudad.

Si por algún motivo, la administración decidiera demolerlo, o un terremoto lo eliminase de la faz de la tierra, la oportunidad de generar un nuevo activo fijo para la ciudad es muy atractiva. Esto tiene sentido si se comprende que hasta 2000, Bogotá permitía la expansión sin control real

⁹¹ Según folleto informativo del mismo.

⁹² Estas cifras de visita al museo son dinámicas, ya que en 1998 la entrada promedio fue de 3.642 personas por mes, presentando un aumento del 11.8%, sin haber cambiado sus precios de boletería.

⁹³ Ya que se consideró el CPO promedio de La Candelaria para 12 plantas con la información del Museo, se usó la misma fuente para el COC.

sobre la misma, pero desde la normatividad del nuevo Plan de Ordenamiento Territorial, la expansión se limita y se fomenta la densificación.

El Alcalde Mayor de Bogotá, debe comprender que respetar ese monumento, significa respetar un acervo de identidad nacional cercano a los 3 mil millones de pesos, y que su defensa significa que el acervo aumente en el tiempo.

Cuando se calculó el COC, no se estimó la colección de bienes muebles suscritos en el Museo, solamente se evaluó la casa donde ocurrieron los hechos históricos que contribuyeron a la independencia de España.

LA CASA MUSEO COMO GENERADORA DE CAPITAL HUMANO - CPO

La dificultad de comprensión del COC, es bastante distante del profundo análisis que se puede hacer del CPO. Si asumimos que este es de \$28'241.550⁹⁴ pesos mensuales, lo que informamos es que mensualmente la casa Museo genera mensualmente un capital humano que costaría esa misma cantidad.

Que una persona reciba una capacitación, un conocimiento, tiene un costo.

Cifras de 1999.

Tipo de Visitante	1999	Promedio Mensual
Adulto	20,555	1,713
Estudiante	11,502	959
Niños	16,809	1,401
Total	48,866	4,072

Este cuadro nos permite comprender que mensualmente 4.072 personas aumentan o fortalecen su imaginario y su identidad nacional. En promedio, 1.713 adultos fortalecen sus recuerdos visitando el Museo, y en muchos casos son orgullos de llevar a sus hijos, para mostrarles que sus “papas” ya sabían de los sucesos del 20 de julio, y generan en los hijos orgullo hacia ellos. Se muestra así que el sostenimiento del capital humano y la generación de capital social, no dependen de una visita al Museo, sino que es necesario que el Museo este ahí.

⁹⁴ Se consideró el CPO promedio de La Candelaria para 12 plantas con la información del Museo.

Valor Boleta	1999
--------------	------

Adulto	1000
Estudiante	750
Niños	500

Cuando un profesor toma la alternativa de enseñar la historia del “grito de independencia” llevando a sus alumnos al Museo, una inversión de \$750 pesos por estudiante, le reporta un conocimiento que costaría cerca de \$7000 pesos⁹⁵, es decir, que si el Estado subsidia con \$250 a los estudiantes, la economía sacrifica \$6,000 de productividad mensual por visitante.

Esta formación de capital humano sólo es posible si el Museo existe y funciona correctamente, entonces es necesario que las autoridades locales y nacionales comprendan que la economía sacrifica, para este caso, \$6.000 pesos mensuales personas de productividad por sostener en el imaginario de la ciudad y de la Nación, el agente de formación de identidad nacional denominado “Grito de Independencia”.

ORGULLO FAMILIAR COMO BASE DEL CAPITAL SOCIAL, EL CFO EN LA CASA MUSEO

Como mencionábamos anteriormente, existe una formación de capital social en el fomento de la unidad familiar, en el sentido del fortalecimiento del orgullo natural por el padre y/o la madre.

En este sentido, este reforzamiento sólo es posible si el padre ha tenido la oportunidad de conocer el Museo antes, que para este caso podría ser común, pero en el caso que no ocurriese, el hecho emocional que el hijo sienta una afinidad compartida con sus padres, también genera una fuerte cohesión familiar.

Para este caso en particular, la casa Museo no tiene “redes sociales” en torno a él, por las barreras técnicas que presenta la Ley General de Cultura.

En conclusión, el sacrificio de \$197´669.686 pesos por parte del fisco distrital, significa que como mínimo 8.400 familias⁹⁶ tuvieron la oportunidad de aumentar su unidad familiar, costando esto al fisco un sacrificio de cerca de \$23.500 pesos por familia.

⁹⁵ Se estableció un promedio aritmético entre el CPO mensual escogido y el promedio de visitantes.

⁹⁶ Considerando que cada núcleo familiar posea 2 hijos, situación cercana a la realidad de Bogotá.

Las bondades de fortalecer el tejido social de la familia son incontables, y parten desde el concepto francés de “la familia es la base de la sociedad”, entonces, el sacrificio esta justificado.

LA CASA MUSEO 20 DE JULIO, UN GENERADOR DE CAPITAL

Se puede decir a manera de conclusión, y como base de análisis agregado, que la Casa Museo 20 de Julio de 1810, en un escenario de densificación, le significa un sacrificio de \$2.824 millones de pesos de FBKF a la ciudad; Que sacrifica una productividad mensual de \$28`241.550 a la economía urbana; y que la administración no percibió \$197`669.686 pesos por impuesto predial.

Bajo el análisis de la economía cultural y como herramienta de demostración de la importancia del sostenimiento de la memoria nacional en pos del desarrollo socioeconómico, se puede afirmar que la Casa Museo 20 de julio de 1810, cuesta cerca de \$2.824 millones de pesos, que a su vez aumentan el acervo de bienes culturales tangibles de la ciudad y la Nación por el mismo monto; Que produce \$6.000 pesos de capital humano por visita a cada visitante; y, finalmente, que le ahorra a la administración distrital \$23.000 de pesos de capital social a cada familia visitante.

En conclusión, las herramientas económicas tradicionales utilizadas en servicio de los monumentos urbanos, se convierten en los argumentos fundamentales para la postulación, creación y seguimiento de políticas públicas que partan de la construcción de identidad nacional como base del desarrollo sostenido de una sociedad.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Herrera, Camilo. "**Rentabilidad Social: un aporte teórico y matemático**". BID. 1997.
- Herrera, Camilo. "**Cultural Economy**". Cultural Dynamics. 1998.
- Herrera, Camilo. "**Capital Cultural**". BorradorCEC No.3. 2001.
- Banco Mundial. "**Informe sobre el desarrollo mundial 1996: de la planificación centralizada a la economía de mercado**". 1997.
- Smith, Anthony. "**National Identity**". Penguin. 1991.
- Takabatake, Michotoshi. "**La revuelta de los votantes: el abandono de la lealtad a los partidos**". Cuadernos de Japón. 1995.
- North, Douglass. "**Las Instituciones, el cambio institucional y el desarrollo económico**". Fondo de Cultura Económica. 1993.
- Kalmanovitz, Salomón. "**Las instituciones Colombianas en el siglo XX**". Borradores de Economía. 1999.
- Secretaría de Salud Distrital. "**Diagnóstico local de salud: localidad 17**". 1999.
- Judd, Dennis. "**The past is not even past: selling urban history as entertainment**". University of Missouri.
- Alcaldía Mayor de Bogotá, Otros. "**Reencuentraté. Un compromiso con La Candelaria**". Corporación La Candelaria. 1998.
- Casa Museo 20 de Julio. "**Informe de Gestión**". 2000.
- Corporación La Candelaria. "**Balance Social de Gestión y Resultados**". 1999.

Fuentes secundarias por solicitud:

Departamento Administrativo de Catastro Distrital de Bogotá.
Departamento de Planeación Distrital de Bogotá.
Corporación La Candelaria