

La hormigonera ilustrada

IÑAKI DOMÍNGUEZ

Tras una larga espera en la que los sucesivos responsables gubernamentales han venido prometiendo una pronta regulación legal del mecenazgo cultural, el Gobierno ha hecho público (octubre de 1991) el anteproyecto de Ley de Incentivos Fiscales a la Participación Privada de Actividades de Interés General, la *ley del mecenazgo*.

El anteproyecto, y la exigencia misma de su regulación, responde a un interés sobradamente justificado, tanto por lo que supone de reconocimiento de una vieja presencia, la de las instituciones de la llamada *tercera vía*, fundaciones, asociaciones, empresas..., como por la necesidad de aumentarla, incorporando al campo cultural las aportaciones económicas y los esfuerzos de nuevas instituciones, que, a la vista del empuje de las industrias culturales y las limitaciones del Estado, resultan cada vez más necesarios.

En este sentido, cualquier gobierno debe ver con agrado la participación de instituciones privadas en la organización, financiación y difusión de actividades culturales que, por su propia naturaleza, no serían tenidas en cuenta por las industrias culturales. Pero, además, resulta evidente que ese mismo Estado tiene que agradecer ese esfuerzo de la iniciativa privada en un terreno, el de la cultura, en el que la Administración pública está constantemente sometida a la acusación de dirigismo y, sobre todo, un ámbito en el que las instituciones públicas pueden gestionar o incluso controlar, pero jamás crear, acción privativa de los grupos e individuos de la sociedad civil. Por estas razones, y por cuanto satisface necesidades culturales evidentes en sociedades avanzadas y complejas, el mecenazgo resulta una institución imprescindible y su regulación una exigencia democrática.

No obstante, pese a tanta evidencia favorable -y al margen de la redacción del anteproyecto-, hay algunos aspectos que impiden el reconocimiento unánime del mecenazgo como la única solución para la revitalización cultural en las sociedades donde las industrias culturales controlan el núcleo de la vida cultural, el primero de los cuales es la evidencia de una actuación sobre la cultura claramente sesgada y parcial, que hace inevitables las otras actuaciones tradicionales, la del Estado y las industrias culturales.

De una manera general, en nuestro país y en el conjunto de los países occidentales, el mecenazgo moderno, fundamentalmente de origen empresarial público o privado, se centra en la promoción y el mantenimiento del conjunto de obras y actividades artísticas que podemos identificar en torno a la denominada cultura de elite y en aquellos aspectos de la cultura más comúnmente aceptados o menos controvertidos.

Pero, además, el peso económico del mecenazgo empresarial en España es aún muy reducido, y ello a pesar de que en España la actividad cultural mueve ya un volumen superior a los dos billones de pesetas y cercano al 3 por ciento del PIB; pero en el que la participación privada se circunscribe a la demanda privada, esto es, a los gastos de los hogares en consumo y a la oferta proveniente de las industrias culturales. El resto de la oferta es abrumadoramente institucional de carácter público, mientras que en la actualidad, el papel de las fundaciones, asociaciones y entidades sin ánimo de lucro -el conjunto de la denominada *tercera vía*-, resulta incomparablemente menor que las otras magnitudes (1).

Por otra parte, es preciso resaltar la dependencia del mecenazgo respecto de la actitud del Estado, de los márgenes de actuación que éste conceda a las entidades privadas, de las ventajas o exenciones fiscales que otorgue, etc. Desde esa perspectiva, el mecenazgo puede interpretarse como un instrumento de la intervención pública en la cultura, pero con una diferencia significativa: su objetivo en relación a la cultura no es *necesariamente* la mejora en la distribución de los recursos culturales o un acceso más igualitario a los bienes y servicios culturales.

Todas estas características del mecenazgo en nuestro país, sus actividades sesgadas, lo limitado de su peso económico, así como su continuada dependencia de la acción del Estado, hacen pensar que la creciente demanda de una ley del mecenazgo e, incluso, la continuada promesa de su pronta regulación, por fin cumplida, tienen que responder a claves diferentes a las de una simple consonancia entre lo que el mecenazgo y las políticas culturales pretenden con relación a la cultura. No sólo no tienen identidad de objetivos, sino que, además, es perceptible la contradicción existente entre buena parte de las prácticas habituales del mecenazgo y las orientaciones básicas de las políticas culturales de los países occidentales.

Es cierto que en algunos casos la reclamación de una ley del mecenazgo se basa en la posibilidad de obtener exenciones fiscales, pero no parece que éste sea el único ni el principal motivo por el que se solicita una ley del mecenazgo. Para algunas empresas la existencia de exenciones fiscales puede representar un ligero ahorro en una inversión; para las fundaciones culturales dicha ley actuará como marco de referencia, pero no limitará ni ampliará de manera ostensible la dedicación de estas entidades constituidas expresamente para actuar en la vida cultural. En nuestra opinión, la demanda de un marco legal para las actividades de mecenazgo no hace sino reflejar la existencia de una nueva consideración del papel de la cultura en nuestra sociedad, cada vez más cercana a una función meramente instrumental que resulta difícil diferenciar del objetivo natural de las industrias culturales.

Y es que, al margen de la rentabilidad, que el mecenas o patrocinador obtenga exenciones fiscales, mejora en la imagen de la marca, etc., en la evaluación de su actividad debe tener en cuenta la eficacia que su acción tiene para la cultura y para la sociedad. La utilización de la cultura como instrumento de captación de clientes o como recurso para mejorar la imagen de marca admite una casi infinita variedad de formas, pero no todas suponen un avance en los objetivos elementales de cualquier sociedad democrática con relación a la cultura: mejora en la capacidad de acceso a los bienes y servicios culturales, incremento de la participación activa de los individuos en los procesos culturales, reducción de la dependencia respecto de los medios de comunicación de masas, etc. Por el contrario, algunas de las fórmulas empleadas por el patrocinio cultural en los países en donde ya está fuertemente implantado, muestran la relación del mecenazgo y el patrocinio con determinadas facetas de la actividad cultural que, más propiamente, podemos calificar como cultura espectáculo.

Es evidente que gracias al mecenazgo tienen lugar exposiciones y convocatorias, surgen fundaciones e institutos de investigación financiados con dinero privado, cuyo fin es, sencillamente, el de apoyar a la cultura. Son el ejemplo del altruismo y, por ello mismo, son relativamente escasos. La mayoría de las actividades de mecenazgo y patrocinio cultural buscan, fundamentalmente, una alternativa a las fórmulas publicitarias habituales. En algunas campañas publicitarias, la utilización del nombre de instituciones culturales constituye un recurso en el que la cultura puede, perfectamente, ser sustituida por cualquier otro elemento: la conservación del medio ambiente, el hambre en el tercer mundo, el analfabetismo o la tradicional imagen femenina.

En el caso de aquella imagen que un investigador norteamericano presentó en un simposio sobre mecenazgo y patrocinio, nos la mostró como una más de las múltiples fórmulas del patrocinio cultural en los EE.UU.; esto es, de las actividades que en favor de la cultura desarrollan las empresas norteamericanas. En la diapositiva se veía una hormigonera que, en lugar de las tradicionales franjas de colores, lucía esplendorosa el nombre de una orquesta sinfónica. Era la viva imagen de nuestro futuro, la definitiva sustitución de la chabacana foto de chica desnuda por la más noble y, sin lugar a dudas, más culta representación simbólica de las bellas artes.

La ley del mecenazgo supone, o, a la vista del anteproyecto de ley hecho público, debería de haber supuesto, una definición del marco, la fijación de los límites

dentro de los cuales el Estado -y a su través la sociedad entera-, reconoce utilidad social a determinadas actividades culturales o relacionadas con la cultura: regulación deseable aun cuando implique el riesgo de que determinadas actividades culturales sean juzgadas como no legítimas, y queden marginadas del beneficio de ser consideradas susceptibles de mecenazgo. Esperemos que los trámites parlamentarios mejoren las perspectivas que su redacción actual ofrece.

(1) Según datos del Ministerio de Administraciones Públicas, el gasto público cultural en el año 1991 ha sido, en el conjunto del Estado, de 687.000 millones de ptas., mientras que el mecenazgo, la aportación de las entidades privadas sin ánimo de lucro, se estima en unos 62.000 millones de ptas.