

# *Creación cultural y economía*

**M**últiples son las relaciones que, en la actualidad y

**CARLOS  
GÜELL DE  
SENTMENAT\***

una autopista de doble dirección en que el tráfico puede fluir en un sentido o en otro. Así, es innegable la influencia que una determinada fase del ciclo económico ha podido tener en las formas que adopta la producción artística, como lo es que un determinado modelo cultural, dirigido desde el Estado u otra instancia, puede influir en la economía al modificar los gustos y hábitos de los consumidores y de esta forma, la demanda y en consecuencia la producción económica, a un plazo más o menos largo. Todos sabemos que determinados productos o servicios, como los financieros y de seguros, sólo pueden ver surgir o aumentar su demanda en una sociedad cuyos miembros gozan de cierto grado de sofisticación en sus conocimientos.

De entre los innumerables aspectos que se podrían considerar (el de los mercados de producción cultural, entendiendo ésta como un sector económico y su formación de precios y rentas, el ya mencionado de modelo cultural y producción de bienes y servicios, etcétera) ele giré uno que me resulta extraordinariamente próximo, por mis afinidades y mi dedicación presente. Se trata del

**«Distintas son las opiniones que existen sobre la vitalidad del mecenazgo en el horizonte inmediato. Han abundado las pesimistas, que observaban el fenómeno como un mero producto de calco de actitudes extranjeras en los momentos de gran auge económico.»**

\*Presidente de la Asociación Española para el Desarrollo del Mecenazgo Empresarial (AEDME).

tema del mecenazgo empresarial de la cultura, de gran relevancia en España en este momento, aprobada la nueva Ley, próximo su Reglamento y en una coyuntura de beneficios empresariales nuevamente favorable.

Distintas son las opiniones que existen sobre la vitalidad del mecenazgo en el horizonte inmediato. Quizás podamos afirmar que han abundado las pesimistas, que observaban el fenómeno como un mero producto de calco de actitudes extranjeras en los momentos de gran auge económico de finales de la pasada década y principios de la presente. Quienes así han opinado en el inmediato pasado no han tenido en cuenta la propia realidad del fenómeno, evidente a todo aquel que lea con detenimiento la cartelera cultural y de espectáculos en nuestro país. Los ejemplos abundan y, precisamente por ello, no quiero hacer menciones que podrían ponerme en el peligro de olvidar alguna realización tan relevante como las que mencionara. Por ello, remito al lector a la citada cartelera, o le pido que reflexione acerca de lo que él mismo haya podido beneficiarse de este hecho en su consumo cultural habitual.

Es una realidad comprobada que el alza en el nivel de vida conduce a un alza más que proporcional en la demanda de bienes culturales. La demanda de bienes y servicios culturales es muy elástica con respecto a la renta a partir de un cierto nivel de ésta. Sin embargo, frente a esta demanda de respuesta más que proporcional, como bien ha advertido la propia UNESCO recientemente, el incremento de los fondos destinados a la cultura no progresa a ritmo semejante.

No debemos olvidar que el origen de los fondos que se destinan a la producción cultural no es el mismo en las distintas sociedades. En las anglosajonas los fondos públicos, y la responsabilidad pública, son mucho más reducidos, proporcionalmente, que en sociedades europeas continentales, tanto en las latinas como en las más septentrionales de tradición socialdemócrata. Digamos, aunque sea de pasada, que tal "indiferencia" del Estado por la creación cultural y el nivel cultural de sus ciudadanos no nos parece aconsejable como modelo, si nos atenemos a las características del grueso de la población —y no de las élites— de países tales como Estados Unidos o el Reino Unido. Un tema que queda abierto a la reflexión.

No debemos tampoco olvidar que el modelo de organización social y económica recogido por nuestra Constitución encomienda al Estado determinadas responsabilidades, para atender a las cuales se le

**«La demanda de bienes y servicios culturales es muy elástica con respecto a la renta a partir de un cierto nivel de ésta. Sin embargo, frente a esta demanda de respuesta más que proporcional, como bien ha advertido la propia UNESCO recientemente, el incremento de los fondos destinados a la cultura no progresa a ritmo semejante.»**



provee de los necesarios ingresos fiscales. Y entre estas responsabilidades se halla el acceso de los españoles a la Cultura.

También creemos que, una vez suministrado el nivel universal presupuestariamente posible, queda un amplio campo para que las empresas, como muestra de su correcto comportamiento como instituciones "buenas ciudadanas" acudan a financiar aquellos aspectos de las actividades culturales, y en aquellos entornos que las propias empresas consideren los adecuados para comunicar, a su propio personal y al conjunto de la sociedad, su identidad y los valores a los que se adhieren.

Esta vocación "ciudadana" de las empresas se alimenta en nuestro país de una muy larga tradición, desde las distintas formas asociativas populares, culturales y sociales, a la generosidad y mecenazgo individual, que halla en las distintas partes de nuestra geografía formas de expresión peculiares. Este es un aspecto que las empresas deben tener muy en cuenta al diseñar sus estrategias, para conectar con el sentir de la población.

Otro aspecto absolutamente distintivo existe en nuestro país. Este es el papel relevantísimo que las Cajas de Ahorro, a través de su Obra Social, de contenido cada vez más cultural una vez que los aspectos de asistencia social han sido asumidos por el Estado fruto de nuestra Constitución, tienen en la producción cultural en los múltiples aspectos de ésta: artes plásticas, patrimonio, bibliotecas, talleres, etc. No olvidemos tampoco que las Cajas representan, aproximadamente, la mitad del conjunto del sistema financiero español. Un sistema financiero sometido a acelerados cambios.

De acuerdo con el estudio del patrocinio empresarial de la cultura en España realizado por Andersen Consulting para el Ministerio de Cultura, en adición al papel protagonista de las Cajas de Ahorro, los sectores económicos más activos en el campo cultural son, por este orden: productos de consumo, servicios, química a industria básica, servicios financieros y, a mayor distancia, servicios públicos, distribución y comercio, alimentación y bebidas, construcción e industrias manufactureras. En cuanto a las actividades objeto de su apoyo, las más beneficiadas han sido la música clásica y la pintura.

Debemos añadir, fruto de la experiencia que poseemos en AEDME, que no son sólo todos los sectores económicos los que han acudido en apoyo de la cultura, sino también empresas de todos los tipos y tamaños, españolas y multinacionales, grandes, medianas y pequeñas, estas últimas en actividades de proximidad a su área de actividad en actuaciones sumamente interesantes, para la cultura y para

**«Esta vocación "ciudadana" de las empresas se alimenta en nuestro país de una muy larga tradición, desde las distintas formas asociativas populares, culturales y sociales, a la generosidad y mecenazgo individual, que halla en las distintas partes de nuestra geografía formas de expresión peculiares. Este es un aspecto que las empresas deben tener muy en cuenta al diseñar sus estrategias, para conectar con el sentir de la población.»**



el desarrollo turístico y económico de determinadas localizaciones. También aquí, la aportación de las empresas no es únicamente dineraria, sino de facilitación de las distintas capacidades que poseen.

Creemos asimismo que el mecenazgo cultural, como parte del concepto más amplio de mecenazgo de la empresa, que se extiende asimismo a las actividades que suelen calificarse de sociales humanitarias y de medio ambiente, y que en Francia han sido adecuadamente calificadas como "mecenazgo de solidaridad", sigue y seguirá siendo un instrumento básico para la comunicación y convivencia de la empresa con su entorno, puesto que las actividades culturales conforman la atmósfera adecuada para el mensaje empresarial. Sin embargo, y cada vez más, también las empresas que todavía no lo hacen iniciarán su diversificación hacia este "mecenazgo de solidaridad", sin abandonar por ello el cultural. También nosotros opinamos, parafraseando un conocido y ya clásico discurso del Presidente de una compañía paradigmática en cuanto a su "ciudadanía empresarial", British Petroleum, que "no sólo de pan vive el hombre". Y también creemos que el mecenazgo aumentará, no tanto por una mayor dedicación a este fin de las empresas ya activas, sino por el inicio de tal actividad en otras que todavía no lo han hecho.

Veámoslo en cifras. No todas ellas corresponden a igual año, pero nos sirven para establecer una comparación. El valor de los fondos del mecenazgo empresarial de la cultura, únicamente para las empresas y sin incluir la Obra Social de las Cajas para el año 1991 y de acuerdo con la estimación realizada por Andersen Consulting, ascendía a 11.500 millones de pesetas. Ya para el ejercicio de 1993, último para el cual he podido disponer de cifras, el valor de lo dedicado a la Cultura por las Cajas supera los 26.000 millones de pesetas. El Ministerio de Cultura le dedicó 65.000 millones, las Administraciones Autonómicas 87.000 y los Ayuntamientos 150.000 millones de pesetas.

El peso de los fondos privados es pues muy importante. Y es conveniente que recordemos que, junto con su financiación, las Cajas y empresas suelen aportar "intangibles" tales como relaciones públicas, publicidad, capacidad de gestión, tan útiles para los patrocinados como el propio dinero.

Ante algunas voces que periódicamente abogan por la conversión de las Cajas en sociedades capitalistas, el desasistimiento de la financiación de la Cultura que ello implicaría es un hecho a considerar. El país no podría hacer frente al múltiple vacío que generaría la retirada de las Cajas de su tradicional actividad, vertebradora de numerosas regiones. Y es que hoy en día la Cultura

**«El mecenazgo cultural, como parte del concepto más amplio de mecenazgo de la empresa, que se extiende asimismo a las actividades que suelen calificarse de sociales humanitarias y de medio ambiente, y que en Francia han sido adecuadamente calificadas como "mecenazgo de solidaridad", sigue y seguirá siendo un instrumento básico para la comunicación y convivencia de la empresa**



forma parte de este inconcreto Estado del Bienestar del cual se pretende con frecuencia certificar una temprana defunción.

También la actividad de mecenazgo cultural de las empresas creemos que debería ser objeto de un mejor tratamiento legislativo, en vista de lo que ha sido la actuación de las empresas —y sus fundaciones— en la reciente crisis económica.

Probablemente es éste el momento, ante la redacción del Reglamento de la reciente Ley de Fundaciones y Mecenazgo, o en la próxima Ley de Presupuestos, de abogar por una legislación de las "fundaciones de empresa" semejante a la francesa, que aleje a las fundaciones culturales de los avatares económicos coyunturales de las empresas matrices, dotándolas de un keynesiano efecto anticíclico. Efecto que, para terminar esta reflexión sobre economía y cultura, puede constituir una de sus más interesantes cualidades en el futuro cambiante que empieza a conformarse.

**«Ante algunas voces que periódicamente abogan por la conversión de las Cajas en sociedades capitalistas, el desasistimiento de la financiación de la Cultura que ello implicaría es un hecho a considerar. El país no podría hacer frente al múltiple vacío que generaría la retirada de las Cajas de su tradicional actividad, vertebradora de numerosas regiones.»**

