

DERECHO DE AUTOR Y PROMOCIÓN CULTURAL.
LA FINANCIACIÓN DE LA CULTURA: ESTADO,
SOCIEDAD CIVIL Y MERCADO

Por RUBÉN GUTIÉRREZ DEL CASTILLO*

I. PRESENTACIÓN

En este documento, trataremos de aportar información valiosa acerca de un aspecto que, para el sector cultural —y, sin duda, para la sociedad, las sociedades, en su conjunto— muestra una capital importancia en el estado actual de la economía internacional: las relaciones entre economía y cultura y, más en concreto, la financiación de los proyectos culturales. En el momento de enfrentarnos a la elaboración de un artículo sobre financiación de proyectos culturales podemos tener la tentación de elaborar un texto de carácter censal, ofreciendo información sobre fondos disponibles, convocatorias y recetas para la captación de fondos. Sin embargo, una reflexión más reposada nos lleva a abandonar tal idea ya que, sin duda, estaría destinada al fracaso. Fracaso derivado, en primer lugar, por lo amplio y heterogéneo del sector cultural. Fracaso también, en segundo lugar, ya que no aportaríamos nada que tuviera más valor de lo que cualquiera de los lectores, con sus propios recursos, pudiera encontrar en Internet. Información, por cierto, susceptible de quedar obsoleta en el mismo momento en que se queda fijada en un documento. Por estas razones, hemos querido dar al documento un carácter eminentemente estratégico y teórico, en el que se apunten debates, argumentos y estrategias.

A lo largo de las siguientes páginas, intentaremos ofrecer, de manera sintética pero sin hurtar matices significativos, un conjunto de información sobre, en primer lugar, las relaciones entre economía y cultura, mencionando algunas de las características que hacen de los bienes y servicios culturales un raro objeto de estudio desde la ciencia económica para, ya en segundo lugar, centrarnos en la relevancia del sector cultural en la economía, tanto en la más concreta vertiente de aportación al Producto Interior Bruto y al empleo como en los efectos de la misma sobre el desarrollo económico. Esta primera reflexión resulta per-

* Economista especializado en el análisis del sector cultural. Responsable de Investigación y Desarrollo de la Fundación Autor/SGAE (España).

tinente para enmarcar, en un contexto macroeconómico, los flujos económicos relacionados con el sector cultural. Desde esta perspectiva, se ve con mayor claridad el ciclo económico de la financiación del sector cultural.

En segundo lugar, y en lo que constituye el grueso del documento, nos centraremos en la financiación propiamente dicha del sector cultural. Adelantamos ya en esta presentación que tal financiación procede de tres ámbitos bien diferenciados: el sector público, el sector privado y, por supuesto, el propio mercado. A cada uno de estos tres ámbitos dedicaremos un amplio epígrafe y siempre desde una perspectiva analítica y estratégica, eludiendo el carácter censal o meramente documental de fuentes y recursos para la financiación. Consideramos que exponer los argumentos que explican la intervención de los gobiernos en la financiación de la cultura, los debates en torno a la financiación privada y las tendencias de la misma en el actual contexto de recesión económica así como las características peculiares del mercado para los bienes y servicios culturales y el efecto que en los mismos está teniendo el cambio de paradigma tecnológico es más fértil que un mero enunciado de directorios y recetas. Directorios y recetas que, en cualquier caso, son de fácil acceso para todos los participantes del programa en Internet.

Confiamos, por lo tanto, en que este documento resulte de utilidad para explicar y cuestionar los mecanismos de financiación pero también para diseñar estrategias eficientes para la financiación de proyectos culturales que quieran convertirse en una realidad, manifestando también la importancia, que como fuente de recursos, tienen las legislaciones sobre derecho de autor para la financiación de la cultura.

II. BREVE INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA CULTURA. LA APORTACIÓN DE LA CULTURA A LAS ECONOMÍAS NACIONALES.

1. Las características económicas de la cultura

Desde que en 1966, Baumol y Bowen publicaron su obra *Performing Arts-The Economic Dilemma*, la *economía de la cultura*, se ha desarrollado hasta el punto de ser una de las especialidades más interesantes en lo que a producción académica se refiere. Utilizando recursos y argumentos de las diferentes corrientes del pensamiento económico, desde los planteamientos *micro* de la *Economía del Bienestar*, a las teorías de *Elección Pública* y las herramientas econométricas, el análisis económico del sector cultural ha conseguido importantes avances en la caracterización de un ámbito que, por sus características, se encuentra en los límites del paradigma neoclásico.

De este modo, durante las últimas décadas, y de forma paralela al desarrollo de la importancia económica en las sociedades avanzadas de todo aquello relacionado con la cultura y el arte, la ciencia económica ha tomado conciencia de

la relevancia de este sector y ha dedicado importantes esfuerzos a analizarlo. Si bien fueron las aportaciones de Galbraith (1960) y Robbins (1963) las pioneras en cuanto al tratamiento económico de los servicios culturales (la conferencia de Galbraith versó sobre la situación en Norte América de los artistas y sobre el potencial de exportación de los bienes culturales, mientras que el artículo de Robbins se circunscribe al análisis del papel que debe jugar el Estado en el apoyo al arte y la cultura), es el trabajo de William J. Baumol y William Bowen *Performing Arts, The Economic Dilemma* (1966) el que, de una manera sistemática, sienta las bases para el estudio teórico y empírico de la realidad cultural desde una perspectiva económica. Desde entonces, las aportaciones en este campo han sido muchas, la gran mayoría vinculadas a la *Association of Cultural Economics International*, fundada en 1973, y a su publicación *Journal of Cultural Economics*, publicado desde 1977, así como a sus Conferencias Bienales celebradas desde 1979.

Dentro de este extenso campo de estudio, en el que conviven los análisis sobre el mercado del arte (plástico), la industria del entretenimiento y las políticas culturales, han sido los ámbitos de las artes escénicas, por un lado y el de las contribuciones económicas del sector cultural los que, en distinta medida, han protagonizado innumerables debates y un importante desarrollo tanto académico como institucional.

Llegados a este punto, sólo nos resta preguntarnos por qué tanto interés, por qué la economía dedica sus esfuerzos a estudiar la cultura. La respuesta está en las características tan especiales que, como bien económico, tienen las artes y la cultura. No es este el lugar para exponer detalladamente tales características (algunas de las cuales sí serán objeto de mayor dedicación a lo largo del presente documento) pero consideramos obligado, al menos, mencionarlas de una manera agrupada, que permita a los lectores hacerse una rápida idea. En primer lugar, debemos tener en cuenta la particular estructura de producción y costes, estructura ésta más especial cuanto menos susceptible de la reproducción mecánica sea el bien cultural. Así, las artes en vivo por un lado, y las artes visuales (objetos únicos) por otro presentan unas características tanto de producción como de estructura de costes que las diferencian de la mayor parte de los bienes y servicios.

Por otro lado, no podemos dejar de mencionar los problemas de productividad, es decir, la enfermedad de los costes diagnosticada por Baumol (1966) y cuyo nombre lleva asociada (*síndrome de Baumol*). Esta *enfermedad* consiste en lo siguiente: los costes del sector de las artes crecen relativamente por encima de los del resto de la economía debido a que los salarios en el sector artístico deben mantenerse en los niveles del resto de la economía pese a que en este sector no se hayan producido incrementos de productividad que justifiquen tal nivel de salarios. Es decir, las artes y la cultura deben, aunque no les corresponda estrictamente, ofrecer unos salarios acordes con la situación general de la economía para poder atraer a los trabajadores necesarios. Dado que esta pérdida

de productividad es inherente a buena parte de la economía de servicios, conviene aclarar cuáles son las consecuencias específicas y, por ende, los motivos de preocupación, generados por el famoso *síndrome de Baumol*. Evidentemente, un incremento relativo de los costes supondrá un aumento de los precios, lo que socialmente no es deseable ya que puede reducir la demanda. En segundo lugar, y dado que el único modo de mantener el equilibrio presupuestario sería aumentando los precios en función de la pérdida de competitividad, por encima, claro está, del nivel general de precios, y dado que a la mayor parte de sus agentes (empresas sin ánimo de lucro), tal medida les va a resultar inadmisibile, se genera una distancia entre ingresos y gastos que sólo puede cubrirse a través de subvenciones, o no cubrirse, expulsando a las empresas del mercado. También, y dada la dificultad financiera, el *síndrome de Baumol* puede afectar al contenido artístico, a la creatividad ya que, sin duda, este contexto económico facilita muy poco la asunción de riesgos estéticos o variaciones del repertorio que puedan suponer abandonar éxitos de público. En una reciente investigación aún en proceso (Fernández Blanco y Gutiérrez del Castillo, 2012) se han analizado, desde esta perspectiva, los diferentes sectores culturales en España, llegando a la conclusión de que la enfermedad de los costes puede constituir una seria amenaza para muchos de los sectores culturales en España, especialmente en los ámbitos del patrimonio, artes visuales y el sector editorial, si bien tal amenaza se extiende al resto de sectores, con la única excepción del audiovisual.

Un tercer aspecto característico de la cultura es la estructura de la demanda de bienes y servicios culturales. A falta de una mayor concreción, podemos adelantar que buena parte de los bienes y servicios artísticos, principalmente aquellos relacionados con la cultura tradicional (artes escénicas; música clásica; ópera; artes visuales; danza, etc.) presentan una función de demanda muy particular, en la que es el gusto, entendido como capacidad para obtener utilidad (satisfacción) del *consumo* de las artes el principal factor. El gusto depende del capital cultural de las personas, de ahí que sean necesarias políticas activas de democratización de acceso a la cultura, desarrollo de audiencias, etc. Los factores habituales como el precio o la renta presentan, en buena medida, un nivel de influencia menor. Para un mayor desarrollo recomendamos la lectura básica del texto de Heilbrun y Grey (1993).

Tampoco podemos olvidarnos de las particularidades relativas al comercio internacional de cultura, así como a las razones que justifican la intervención del sector público en el sector de las artes y la cultura, si bien a este punto dedicaremos más atención más adelante.

2. La aportación de la cultura a las economías nacionales

No podemos cerrar este capítulo sin hacer mención a los efectos que la cultura tiene sobre la economía. Para comenzar, debemos traer a este documento los principales elementos teóricos, que conciben la cultura como marco

básico para el desarrollo económico, como contribución a la generación de un espacio óptimo para la toma de decisiones. En este sentido, el Premio Nobel de Economía, Douglas C. North, menciona las instituciones (siendo la cultura una de ellas) como factor de crecimiento (North, 1990). El también economista, Jeremy Rifkin, ha llegado a hablar de “la cultura como manantial del que brotan las normas de conducta acordadas” (Rifkin, 2001). Haciendo un ejercicio de concreción y pasando del escenario anterior, más general y sociológico que directamente nos remite a Max Weber y a la influencia de la ética protestante del trabajo en el ascenso del capitalismo (Weber, 2004), distintos argumentos conectan la cultura con el desarrollo económico. Así, el economista español José Ramón Lasuén considera que la cultura y las artes son un factor de crecimiento endógeno, un elemento interno de las economías, que puede motivar el crecimiento, incrementando la información, mejorando actitudes y desarrollando emociones, elementos que inciden de manera directa en la mejora de la productividad, la generación de un empresariado más activo y el incremento de gustos de los consumidores, que demandarán productos más competitivos y de mayor valor añadido (Lasuén y Aranzadi, 2002:277-304). Argumentos similares son los que aporta el informe de la Comisión Europea *The Impact of Culture on Creativity* (KEA, 2009: 31-35). Según este trabajo, la cultura, a través de la creatividad, aporta una serie de elementos al individuo que conducen a la innovación (dimensión afectiva, espontaneidad, intuición, recuerdos, imaginación, valores estéticos) generando valores sociales y económicos (nuevas perspectivas, diferenciación, valores intangibles, simbólicos y valores colectivos y de comunidad).

Con estos argumentos tendríamos, pues, explicada la contribución de la cultura al crecimiento económico. Sin embargo, estas reflexiones no nos informan del peso relativo que, como sector productivo dentro de las economías nacionales, tiene el sector de la cultura y las artes. Estos datos nos permitirían saber si estamos ante un sector importante desde el punto de vista de su aportación al PIB y al empleo o si se trata, en términos de creación de producto interior bruto, de sectores marginales. Analizando la información referida a España, para el año 2009, último del que se tienen datos disponibles y según la Cuenta Satélite (MCU, 2011a), las *actividades culturales*¹ suponen el 2,8% del PIB. Si ampliamos esta información al conjunto de la década, podríamos ver cómo el porcentaje en el año 2000 era algo mayor, el 3,1%. En términos medios para el conjunto de la década, el dato fue del 3,0%. Si en lugar de la aportación al PIB, analizamos la participación en el Valor Añadido Bruto del total de la economía llegaríamos a resultados similares, un 2,9% en 2009, un 3,3% en 2000 y un 3,2% de media para el conjunto de la década. Resulta evidente la impor-

¹ Por actividades culturales la Cuenta Satélite de la Cultura en España comprende los siguientes sectores: patrimonio, archivos y bibliotecas, libros y prensa, artes plásticas, artes escénicas y audiovisuales.

tancia económica de este sector. Pero si además consideramos otros sectores como la informática y la publicidad, se genera entonces un nuevo agregado, las denominadas actividades vinculadas a la *propiedad intelectual*, siguiendo la terminología utilizada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España, que comprende tanto a las *actividades culturales* —con la excepción de patrimonio— como a los dos últimos sectores citados. De esta manera, la repercusión de las *actividades vinculadas a la propiedad intelectual* en el PIB del Estado español supusieron el 3,6% en 2009, el 4,2% en el año 2000 y, en términos medios para la década, el 3,9%. En términos de VAB, las *actividades vinculadas a la propiedad intelectual* generaron el 3,7% del total en 2009, el 4,4% en 2000 y, de media, el 4,1% para la primera década del siglo XXI. Analizando las cifras correspondientes a la participación sobre el VAB en el total de ramas de actividad, podremos observar como las *actividades culturales* (un 2,9% en 2009) y las *actividades vinculadas a la propiedad intelectual* (un 3,7% en 2009) aportaron tanto o más al VAB que sectores —con un fuerte arraigo en las estrategias económicas y las políticas públicas— como la *agricultura, ganadería y pesca* (un 2,6% en 2009) o la *energía* (un 2,9% del VAB en 2009). En lo que se refiere al empleo (MCU, 2011b), para el conjunto de actividades económicas consideradas dentro del sector cultural², en el año 2009 y 2010 se registraron un total de 544.800 y 508.700 empleos respectivamente, lo que supone el 2,9% y el 2,8% según el año sobre el total de empleo en el conjunto del Estado español. Se trata, además, de un empleo con muy alta cualificación, ya que en 2010, el 55,3% de los trabajadores incluidos en estas cifras presentaba educación superior o equivalente, lo que supone un porcentaje muy superior al del conjunto de la economía española (un 36,6% de universitarios sobre el total).

Estos datos, con las cautelas metodológicas siempre necesarias, tienen su reflejo, en el ámbito internacional, en los resultados de los estudios llevados a cabo por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Así, y con una metodología común, se han analizado 30 países correspondientes a diferentes áreas geográficas y, del conjunto de los datos, se puede concluir que las industrias culturales (basadas en el derecho de autor y derechos conexos, para el caso de estos estudios) aportan en términos medios en torno al 5,4% del PIB de sus respectivas economías y en torno al 5,9% del conjunto de empleos (OMPI, 2012: 2-3). El reciente estudio de la OMPI *Wipo studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries* (OMPI, 2012: 24) ofrece datos relativos a países como Colombia (3,3% del PIB y 5,8% del empleo), Jamaica (4,8% del PIB y 3% del empleo), México (4,8% del PIB y 11% del empleo), Panamá (6,3% del PIB y 3,2% del empleo) y Perú (2,7% del PIB y 4,5% del

² Ministerio de Cultura. Anuario 2011 de estadísticas culturales. Ministerio de Cultura. 2011. Nota: para medir la aportación al empleo el MCU considera las siguientes clasificaciones CNAE 2009: 181, 182, 264, 268, 322, 581, 591, 592, 601, 602, 741, 742, 900, 910 así como cualquier otra actividad económica si se trata de una ocupación cultural. www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t40/clasrev&file=inebase (ver estructura completa)

empleo)³. Recomendamos su lectura, especialmente el apartado metodológico, para una mayor profundización en los problemas de conceptualización de los sectores culturales.

En la actualidad, la OMPI está finalizando el estudio referido a Brasil, cuyos resultados serán de gran interés para conocer, con una metodología similar, el peso de las industrias de la cultura en una economía de gran tamaño y que se encuentra en una fase de crecimiento.

Además de los estudios realizados con esta metodología, en las dos últimas décadas se han llevado a cabo diferentes iniciativas para conocer el peso en las economías nacionales de la cultura en el ámbito latinoamericano. Así, podemos destacar la *Cuenta Satélite de Cultura* en Colombia, desarrollada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) del gobierno colombiano. Según este trabajo⁴, y para el año 2007, último para el que existen datos disponibles, las actividades culturales suponían el 1,78% del PIB, dato muy similar a los obtenidos a la largo de la primera década del siglo XXI pero mostrando un crecimiento sostenido desde el 1,58% correspondiente al año 2000. Desde el ya extinto Convenio Andrés Bello y desde la OMPI, previos al desarrollo de la metodología estándar, se desarrollaron iniciativas similares. En este punto debemos también señalar los trabajos de Antonio Marcio Buainain (2001) y del economista mexicano Ernesto Piedras (2004).

III. INTERVENCIÓN PÚBLICA EN LA FINANCIACIÓN DE LA CULTURA

Hemos visto, hasta el momento, cómo el sector de la cultura presenta una serie de características económicas diferentes al resto de sectores. Hemos visto también cómo la cultura y las artes tienen claros efectos en la economía, muy especialmente desde el punto de vista de creación de riqueza y de aportación al Producto Interior Bruto. Es, precisamente, desde esa perspectiva, desde donde resulta más que adecuado situarse para analizar los problemas de financiación del sector, sector que, insistimos, resulta uno de los más productivos y que más aporta a las riquezas nacionales y al empleo en los últimos años.

Desde el punto de vista de la financiación, debemos tener en cuenta que el sector de la cultura la encuentra en tres pilares básicos: financiación pública, financiación privada e ingresos por vía del mercado. Esta *tripod economy* como es conocida en el Reino Unido (Mermiri, 2011:258-259) presenta, por lo tanto, una serie de circuitos financieros que, siguiendo el esquema utilizado por Edwin

³ Los datos aquí expuestos proceden de los diferentes estudios desarrollados por la OMPI en distintos años. En concreto, los datos de México corresponden al año 2003, los de Colombia, Jamaica y Perú al año 2005 y los de Panamá al año 2006. Lamentablemente, este tipo de estudios no tiene un seguimiento anual que permita analizar la evolución en el tiempo.

⁴ www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=130&Itemid=115.

Harvey (2003:40-43) están vinculados a una economía pública, a una economía de la *filantropía*, a una economía de mercado y a una economía mixta, mezcla de las anteriores. Comenzaremos en este apartado analizado la relación entre la economía pública y la financiación de la cultura.

La financiación de la cultura por parte del sector público está “basada en motivaciones de interés general y de rentabilidad social, como también sustentada en el cálculo político-fiscal del presupuesto público, sus limitaciones y sus prioridades” (Harvey, 2003: 40-41). El profesor Harvey expone que las decisiones sobre financiación pública se enfrentan a objetivos alternativos como puedan ser conservar el patrimonio cultural o apoyar la creación, la intervención directa con acción pública o la intervención indirecta mediante una política de subvenciones, o, finalmente, atender a la inversión en infraestructura (políticas de oferta) o favorecer el consumo cultural (políticas de demanda). Estos son, entre otros, los objetivos de las políticas públicas en materia cultural, objetivos que aparecen como alternativos pero que, en muchas ocasiones, deben ser desarrollados conjuntamente. Es entonces, en el papel activo de las administraciones públicas como financiadoras de la cultura cuando resulta pertinente preguntarse porqué el sector público interviene en este sector.

Desde la economía se esgrimen una serie de causas que expondremos a continuación. El argumento general es que el mercado, dadas las características peculiares de la cultura y las artes, no resulta eficiente en la asignación de recursos pues existen una serie de características que ponen de manifiesto la limitación del mercado en este sector. Por supuesto, todas ellas pueden ser objeto de debate, pero suponen también una argumentación rigurosa para la intervención pública en las artes y la cultura. Para ello, seguiremos el esquema desarrollado por Heilbrun y Gray (1993), Urrutia (1989) y Grampp (1991), utilizando también algunas matizaciones realizadas por Frey (2005), enunciando los principales argumentos y, en la mayoría de los casos, mostrando también elementos para la matización y el debate.

Las razones provenientes de la teoría económica se clasifican en dos grupos: las enmarcadas dentro de los denominados *fallos de mercado* y las derivadas de la condición de las artes y la cultura de *bienes de mérito* y la redistribución de la renta.

1. Los fallos de mercado

Exponemos, a continuación, las razones que contribuyen a explicar la intervención de las administraciones públicas que se derivan de los fallos de mercado

Externalidades. El concepto económico de externalidad es muy sencillo. Según Samuelson externalidades son las “actividades que afectan a otros para mejor o para peor sin que éstos paguen por ellas o sean compensados. Existen externalidades cuando los costos o los beneficios privados no son iguales a los costos o beneficios sociales” (Samuelson, 1990:1.137). Los efectos externos vinculados a

las actividades artísticas y culturales son los siguientes: 1) legado para las generaciones futuras, bajo la incertidumbre de que el mercado preserve suficientemente, por sí mismo, las artes escénicas; 2) identidad y prestigio nacional. En este punto, cabe preguntarse si no hay otros sectores cuyo apoyo resulta más eficiente en términos de prestigio nacional (el deporte de élite, por ejemplo); 3) beneficios para la economía local y nacional, a través de la atracción de turismo, lo que influye directamente en la hostelería, restauración y otras empresas de servicios y, por otro lado, el prestigio generado por tales actividades puede suponer un incentivo para la localización de empresas. En este punto sólo cabría cuestionar la pertinencia de ayudas estatales para desarrollar una región a favor de otra, y, desde este punto de vista, recurrir a las ayudas regionales para solucionar estos problemas; 4) contribución a una mejor educación, más completa (que, a su vez, conforma el gusto necesario para estimular la demanda); 5) mejora del comportamiento social, bajo el supuesto de que el disfrute de las artes escénicas eleva el alma, en términos de Hegel. Ejemplos a favor de este argumento son citados por Jevons (1883), a propósito del *efecto civilizador* de las artes, y por Robbins (1963:53-72). Por el contrario, algunos economistas han puesto en duda este argumento, reprochando la falta de evidencia empírica. Así, Throsby y Withers (1979:176-177) se hacen eco de este debate; y 6) apoyo a la innovación artística. El mercado, en muchas ocasiones, es incapaz de valorar los resultados ofrecidos por los nuevos paradigmas estéticos, por los movimientos de vanguardia. De ser el mercado el único mecanismo para asignar recursos, la aparición y desarrollo de nuevas tendencias sería poco viable.

- *Las artes y la cultura como un bien público.* Volvamos a Samuelson para definir este concepto. “Bien público es aquella mercancía cuyos beneficios pueden proporcionarse a todos los individuos (de un país o de una ciudad) con un costo que no es mayor del necesario para proporcionárselos a una persona. Los beneficios del bien son indivisibles y no se puede excluir a ningún individuo. Por ejemplo, una medida de salud pública que erradique la viruela protege a todos, y no sólo a los que pagan las vacunas. Contrástese con bienes privados, como el pan, que si son consumidos por una persona, no pueden ser consumidos por ninguna otra” (Samuelson, 1990: 1.126). Así pues, los bienes públicos se caracterizan por presentar un consumo conjunto, no rival, y por no poder aplicarse el principio de exclusión, es decir, no se puede impedir el consumo de esos bienes aunque no se esté dispuesto a pagar por ellos (efecto del *free rider*, o *gorrón*). Este tipo de bienes, al no ser provistos por el mercado, se enfrentan al problema de determinar su cuantía y modo de producción. En el caso de las artes las administraciones públicas, bajo el supuesto de que la cultura y las artes tienen efectos externos que benefician a la sociedad en su conjunto, deberá proveer éstas hasta que la valoración social coincida con el coste de proveerlo. Investigaciones empíricas han demostrado en sociedades occidentales que la población sí cree en los efectos externos positivos de las artes. Throsby y Withers (1983: 37-52), en su investigación referida a Australia ponen de manifiesto la subestimación de la demanda en caso de que el individuo tenga que participar

en el pago de la misma. Existe, así, el problema de conocer la valoración social con el consiguiente obstáculo de la tendencia a subestimar la demanda si tenemos que pagar por esos servicios (efecto del *free rider*).

- Algunas actividades culturales sufren de *costes decrecientes*. Los rendimientos de buena parte de las actividades culturales crecen según lo hace la cantidad ofrecida, disminuyendo así el coste medio de producción (coste medio decreciente). Esta estructura de costes (rendimientos a escala) supone que la formación habitual del precio que tiende a coincidir con el coste de producir una nueva unidad del bien (coste marginal) produzca directamente pérdidas. Desde este punto de vista, resulta necesaria, una ayuda para cubrir costes (Frey, 2005: 77).

- *Información imperfecta*. Los consumidores potenciales no tienen información perfecta sobre buena parte de los productos y servicios culturales. Este problema se manifiesta a través de dos efectos. Por un lado, y dada la influencia del gusto en la demanda, aquellas personas con pocas experiencias previas en lo que a asistencia al teatro se refiere, difícilmente podrán valorar positivamente el asistir, por ejemplo, a una función de danza contemporánea, por la sencilla razón de que no saben qué es lo que ocurre allí dentro. Así, y aquí viene el segundo efecto, las compañías, ante tal baja demanda, incrementarán los costes medios de producción, lo que, a su vez, supone excluir a más gente del disfrute de las artes.

- Pérdida de productividad (*enfermedad de los costes* o *síndrome de Baumol*). La existencia de este problema, comentado suficientemente en el apartado anterior, también se ha utilizado para justificar la intervención pública.

2. Bienes de mérito y redistribución de la renta

Por último, y para terminar este apartado, mencionaremos las razones expuestas para justificar las ayudas públicas que no corresponden a fallos de mercado sino que se derivan de la característica de *bien de mérito* propia a las artes y la cultura y de la importancia de la *redistribución de la renta*.

Respecto a los *bienes de mérito*, comenzaremos definiendo este concepto. Son bienes de mérito aquellos bienes que la sociedad ha decidido proveer en cantidades superiores a los que los individuos están dispuestos a adquirir a precios de mercado⁵. Transcribiendo las palabras de Heilbrun y Gray “bienes de mérito son ese tipo de bienes y servicios con la cualidad de tener unos efectos mejores sobre la gente que lo que ellos piensan” (Heilbrun y Gray, 1993: 220, traducción del autor). Dada la existencia del problema de información comentado arriba (la ignorancia priva a determinados consumidores de experiencias gratificantes), las artes y la cultura pueden ser consideradas un bien de mérito, y como tal, susceptible de ser apoyado económicamente por las administraciones públicas.

⁵ MUSGRAVE, R. A. - MUSGRAVE, P. B. (1992)

Por otro lado, y acorde a los principios igualitarios presentes en muchas constituciones nacionales —como es el caso de la Constitución Española de 1978⁶—, ningún ciudadano, independientemente de su nivel de renta, debe ser excluido del disfrute de la cultura y las artes. En este sentido, y para compensar los efectos de una distribución de la renta dispar entre los distintos individuos, las administraciones públicas deben subsidiar el acceso a la cultura a los menos favorecidos, así como una mejor distribución geográfica de los bienes culturales. En este punto, y sin entrar en las deseables profundidades de este abismo⁷, sólo debemos avisar de los posibles efectos perversos de las subvenciones a ciertas expresiones artísticas, en el caso de que sólo repercutan, o lo hagan en su mayor parte, sobre los colectivos que tienen un mayor poder adquisitivo y que son los que ya disfrutaban de estas artes⁸ y que no vengán acompañados de los necesarios programas para el desarrollo de audiencias y democratización de acceso a la cultura.

A modo de conclusión, podemos afirmar que todas estas razones son las que mantienen la justificación de la intervención del sector público en la financiación de los proyectos culturales, razones también que subyacen al establecimiento de políticas a nivel nacional e incluso internacional, como la Convención Internacional de la Unesco para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Los motivos anteriormente enunciados, si bien objeto de debate tanto en los entornos académicos como en los políticos sostienen conceptualmente el establecimiento de fondos y acciones para el apoyo directo a las instituciones culturales. En este punto, recomendamos la consulta detallada a una serie de trabajos realizados por el especialista argentino Edwin Harvey gracias a los cuales se puede tener acceso al estado e historia de los principales fondos para las artes y la cultura en los distintos países iberoamericanos así como su contextualización con otros países de referencia: La financiación de la cultura y las artes. Iberoamérica en el contexto internacional (Harvey, 2003), Política y financiación pública de la cinematografía. Países iberoamericanos en el contexto internacional (Harvey, 2005), Política y financiación pública del teatro. Países iberoamericanos en el contexto internacional (Harvey, 2006a) y Política y financiación pública de la música. Países iberoamericanos en el contexto internacional (Harvey, 2006b).

Evidentemente, al margen de la puesta en marcha de fondos y subvenciones, los gobiernos, para el desarrollo de su política cultural, tienen en la política fiscal y, más en concreto, en el establecimiento de desgravaciones por aporta-

⁶ En este punto, recomendamos la consulta de la obra, fundamental, de PRIETO DE PEDRO (1995)

⁷ POMMERHNE, W. W. - FREY, B. S. (1990); TOWSE, R. (1994); PEACOCK, A. - RIZZO, I (1994); CUMMINGS, M. - SCHUSTER, M. (1989), etc.

⁸ Este argumento es uno de los más esgrimidos para criticar el apoyo público hacia algunos proyectos de alto coste, como el Teatro Real. Este argumento, sin embargo, olvida el resto de razones esgrimidas en este apartado, especialmente las comprendidas entre las externalidades.

ciones y donaciones a proyectos culturales y artísticos, otra de sus principales herramientas. A tratar estos aspectos, nos dedicaremos en profundidad en el epígrafe que sigue.

IV. LA FINANCIACIÓN PRIVADA DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Junto a la financiación procedente directamente de las administraciones públicas y a los ingresos obtenidos por las instituciones culturales en el mercado, la financiación privada constituye una de las fuentes de recursos necesarias para el desarrollo del sector. La coyuntura económica de recesión y los problemas de déficit presupuestario de buena parte de los países de la Unión Europea están promoviendo, en los últimos años, una mayor atención a las fuentes privadas para impulsar el sector cultural. A lo largo de este epígrafe intentaremos analizar el papel de las desgravaciones fiscales como elemento de política cultural y aportar argumentos de naturaleza teórica que explican el patrocinio empresarial de las artes y la cultura, presentaremos también tendencias en el patrocinio y las donaciones en el Reino Unido y en Estados Unidos y terminaremos con una mención al estado del debate sobre la Ley de mecenazgo en España.

Los estados, a través de la política fiscal, pueden impulsar la participación de la sociedad civil en el mantenimiento y desarrollo del sector cultural. El funcionamiento es bien sencillo, ya que se trata de permitir deducir las aportaciones a instituciones culturales a la hora de calcular los impuestos, bien sobre la renta en el caso de las personas físicas o sobre sociedades en el caso de personas jurídicas.

Así, según O'Hagan "las deducciones fiscales alteran claramente para el donante el precio de su aportación benéfica a las artes. En concreto, las deducciones reducen el coste neto de aportar una suma fija a una institución artística y, por esto, se podía inducir a los donantes a contribuir con mayores aportaciones que si no existiesen beneficios fiscales" (O'Hagan, 2005: 113). Estos incentivos fiscales no suponen, exclusivamente, un efecto neto positivo sobre el sector cultural, ya que se debe tener en cuenta los costes que estas políticas de incentivos tienen sobre el conjunto de ingresos públicos. Sobre este punto volveremos al final de este capítulo. Otro elemento crítico debe ser considerado, y está relacionado con la progresividad de los impuestos que son objeto de desgravaciones (renta y sociedades, principalmente). Nos explicamos, trayendo de nuevo aquí las palabras de O'Hagan: "Un factor clave de estas deducciones sobre contribuciones benéficas que debemos subrayar es que el gasto fiscal (para el Estado) depende del tipo impositivo marginal del donante. Este gasto fiscal es la cuantía de la donación multiplicada por la tasa, que va desde cero hasta la más alta, para aquellos con el mayor nivel de ingresos. Así pues, cuanto más alto es el tipo impositivo correspondiente a una persona (o empresa), más subvencionada estará la donación por parte del Estado" (O'Hagan, 2005: 113-114). Es decir, que para

una misma cuantía donada por un individuo o empresa, los beneficios fiscales serán mayores conforme mayores sean sus ingresos. Todos estos aspectos deben ser considerados a la hora de establecer políticas de incentivo frente a políticas de gasto directo.

En cualquier caso, la relación entre la sociedad civil y la cultura y las artes, si bien mediada por las políticas fiscales y las leyes de mecenazgo correspondientes, se establece como una relación bilateral que genera “beneficio mutuo, pues la empresa da principalmente dinero, pero también bienes y servicios o conocimientos técnicos, a cambio de promoción o transferencia de imagen por parte de la institución apoyada” (Kirchberg, 2005: 639). En los siguientes párrafos expondremos cuáles pueden ser las motivaciones de las empresas para realizar aportaciones y de las instituciones culturales para recibirlos.

1. Motivaciones de las empresas

A continuación, expondremos las motivaciones de las empresas, siguiendo la clasificación propuesta por Young y Burlington citada por O’Hagan y Harvey (2000: 205-224). En primer lugar, podríamos hablar del *modelo neoclásico*, que es el más obviamente relacionado con el propósito comercial de la empresa. Según este modelo, el objetivo que subyace a la filantropía empresarial no es otro que el incrementar sus beneficios. El patrocinio empresarial “persigue los objetivos inmediatos de aumentar las ventas de productos y servicios, mejorar la imagen empresarial y otras metas relacionadas con las relaciones públicas” (Kirchberg, 2005:643). Buena parte del público de determinadas actividades culturales tiene elevados niveles de renta y consumo y constituye en sí mismo un objetivo comercial importante, y patrocinando a las artes y otras actividades, las empresas pueden encontrar un camino eficaz para acceder a ellos. También, en este incremento de beneficios, podrían incluso considerarse efectos indirectos como la mejora de la moral (motivación y vinculación emocional) de los empleados o las relaciones con la comunidad. En segundo lugar, nos encontraríamos con el *modelo ético*, que pivota sobre la idea de la responsabilidad social de la empresa y la idea de buen ciudadano empresarial. Tradicionalmente, han sido las actitudes personales (y valores) de los principales directivos de las empresas (incluso sus gustos personales) los que han determinado en buena medida la orientación de sus decisiones. En cualquier caso, la decisión de apoyar la cultura y las artes está motivada por la “obligación moral de apoyar a la población más próxima geográficamente, la satisfacción personal obtenida gracias al hecho de ayudar y el deseo de mantener contacto con un mundo creativo y vital ajeno a los negocios” (Kirchberg, 2005:644). En tercer lugar, se podría identificar el denominado *modelo político*, que “considera el patrocinio empresarial de la cultura como un medio para crear y preservar el poder y la autonomía empresarial, por ejemplo, frente a organizaciones públicas u otras compañías poderosas” (Kirchberg, 2005:645). Se trataría, entonces, de generar

buenas relaciones con el entorno local a través de las artes de tal modo que éste pueda, en un momento dado, presionar a favor de la empresa en cuestiones relativas a decisiones políticas. Finalmente, nos encontramos con el *modelo de grupos de interés (stakeholders)*. Las empresas no sólo influyen, sino que también son influidas por distintos grupos de interés. Las empresas están inmersas en un circuito de retroalimentación de tal manera que mejoras en la comunidad (inducidas, por ejemplo, por el patrocinio empresarial a las artes, promoviendo una imagen atractiva en lo cultural de un área geográfica determinada), tendrán claras repercusiones en el desarrollo de la propia empresa, que tendrá acceso a un mayor y mejor mercado, a unos empleados más cualificados y, además, verá como sus activos inmobiliarios incrementan su valor. Estos modelos, o los muy similares desarrollados por Galaskiewicz y Sinclair (citados en Kirchberg, 2005:651) denominados *asociación comercial* (modelo neoclásico), *asociación cívica* (modelo ético), *asociación estratégica* (modelo político) y *asociación filantrópica* (modelo de grupos de interés) nos resultan de gran utilidad para conocer las dinámicas que subyacen a las acciones de patrocinio e, incluso, para diseñar planes de captación de fondos según las motivaciones de las empresas a las que, como institución cultural, podamos tener acceso.

2. Motivaciones de las organizaciones culturales para buscar patrocinio

Tras examinar las motivaciones de las empresas, aún nos queda por conocer cuáles son las motivaciones de las organizaciones culturales para recurrir al patrocinio, más allá de la obvia necesidad de recursos de financiación. Para las organizaciones culturales, que deben competir para obtener recursos públicos y privados no sólo con otras organizaciones culturales sino también con otras instituciones del ámbito de lo social, la educación, la salud, el medio ambiente o la religión, el acceder a una ayuda empresarial puede ser motivo de reputación frente al resto de organizaciones. Además, el apoyo de una empresa prestigiosa tiene un efecto de atracción de ayudas de otras empresas e incluso de financiación pública. Para muchas organizaciones, el apoyo empresarial les permite desarrollar programas complementarios o innovadores que, ante la ausencia de tales recursos financieros, no podrían desarrollar. Tampoco se debe descartar que, debido a las dinámicas del sector privado, una ayuda de una empresa puede salvar a una organización cultural de una emergencia financiera. “La función del mundo empresarial, no como sostén de instituciones artísticas solventes, sino como salvador de aquellas que están comprometidas financieramente parece ser cada vez más importante, especialmente en una recesión económica” (Kirchberg, 2005: 642). Por último, recibir una ayuda empresarial puede ser visto como reflejo de una buena gestión de la propia organización cultural que así demuestra sus propias aptitudes empresariales y la eficiencia en su gestión.

Estos serían, pues, los supuestos teóricos que desde la economía de la cultura se enuncian para explicar la participación de la sociedad civil y, más en

concreto, de las empresas, con las artes y la cultura. Sin embargo, resulta de interés conocer con detalle cuáles son las tendencias experimentadas durante los últimos años, años caracterizados por la recesión económica, en países como el Reino Unido y Estados Unidos.

3. La economía de las donaciones en Estados Unidos

En Estados Unidos, la economía filantrópica procedente del sector privado alcanza unos altísimos niveles. En su conjunto, y para el año 2011, las contribuciones filantrópicas procedentes de individuos, fundaciones, legados y empresas supusieron un total de 298.420 millones de dólares, lo que representa el 2% del total del Producto Interior Bruto estadounidense (Giving USA, 2012). Las contribuciones filantrópicas para el conjunto de actividades objeto de las mismas, entre las que se encuentra la cultura y las artes, crecieron de manera significativa en Estados Unidos durante los últimos treinta años, y sólo en los años 1987, 2008 y 2009 se observó, en dólares corrientes, descensos de las contribuciones. Pese al fuerte incremento de las cantidades, incluso descontando los efectos de la inflación, su repercusión en el PIB apenas varió en las últimas tres décadas, ya que si en el año 2011 las aportaciones filantrópicas representaban el ya mencionado 2,0% del PIB, en 1971 suponían el 2,1%. Es decir, en estos treinta últimos años, la economía estadounidense creció a un ritmo muy superior al que lo hicieron las aportaciones filantrópicas. En cualquier caso, centrándonos en los últimos años, se puede observar cómo la tendencia de crecimiento observada a partir del año 2002 se interrumpe en 2008, con descensos ese año y el siguiente para iniciar la recuperación en el año 2010 y 2011. En concreto, las aportaciones crecieron en 2010 un 3% y en 2011 un 4%, si bien aún no se han recuperado las cifras correspondientes a 2007.

En lo que se refiere a las fuentes de las aportaciones, debemos señalar que la mayor parte de las contribuciones proceden de individuos (el 73%, por un total de 217.790 millones de dólares), seguidos por las fundaciones (14%, 41.670 millones), legados (8%, 24.410 millones) y empresas (5%, 14.550 millones). En este punto, debemos señalar que la contribución de las empresas no creció en 2011, sino que experimentó un muy leve descenso (-0,1%), mientras que el resto de financiadores vieron incrementadas sus aportaciones.

Por último, y acercándonos así a nuestro más directo objeto de estudio, veamos cómo se distribuyeron estos fondos según los diferentes tipos de actividad de las organizaciones receptoras: en primer lugar se encuentran las organizaciones religiosas, que concentraron en 2011 el 32% de las contribuciones; en segundo lugar las organizaciones educativas, con el 13% de las contribuciones; en tercer lugar, los servicios humanitarios, con el 12%; en cuarto lugar, los servicios de salud (8%); en quinto, los asuntos internacionales (8%), en sexto, los servicios sociales (7%); en séptimo lugar, las artes y la cultura que, con un 4%, recibieron en total 13.120 millones de dólares. Medioambiente, donaciones

especialmente dirigidas a fundaciones y a individuos así como otros destinos de difícil clasificación complementan la distribución de donaciones. Las artes y la cultura mantienen, pues, en 2011, la misma proporción que consiguieron en 2010, un 4%, si bien experimentaron en ambos años un crecimiento respecto al año anterior. Así, en los dos últimos años, las contribuciones a las artes y la cultura crecieron, siempre según los datos de Giving USA, en un 8,4%. Este crecimiento importante, sin embargo, no señala una tendencia en extremo favorecedora de las tendencias en las contribuciones respecto a nuestro sector, ya que otros como los asuntos internacionales, los servicios humanitarios, los servicios sociales, la educación y el medio ambiente crecieron en proporciones superiores. Sólo los servicios de salud (con un crecimiento del 3,9% en los dos últimos años) y las actividades religiosas (con un descenso neto del 3,7%) mostraron variaciones positivas inferiores a las experimentadas por la cultura y las artes. Parece, pues, que en estos momentos de dificultad económica, la cultura y las artes no suponen un destino prioritario para las contribuciones filantrópicas en Estados Unidos.

4. Las contribuciones filantrópicas para las artes en el Reino Unido

La otra gran referencia para las contribuciones filantrópicas es, sin duda, el Reino Unido. Gracias a los estudios desarrollados por Arts & Business y, más en concreto, a la encuesta sobre inversión privada en el sector cultural⁹. Sobre estos datos y los análisis desarrollados sobre los mismos por la investigadora Tina Mermiri (Mermiri, 2011) hemos podido sintetizar el estado de las aportaciones filantrópicas a la cultura en el Reino Unido, las tendencias de las mismas y extraer una serie de reflexiones que consideramos útiles tanto desde una perspectiva de debate académico y político como desde la perspectiva del gestor cultural que necesita de información estratégica para desarrollar sus planes de captación de fondos.

En primer lugar, se impone una mirada global a la aportación filantrópica a la cultura y las artes en el Reino Unido a lo largo de los últimos diez años. Así, observando las cifras, podríamos ver cómo estas aportaciones han crecido considerablemente en la última década, si bien el crecimiento (de 336,5 millones de libras en 2000/2001 a 686,6 millones de libras en términos corrientes en 2007/2008) se vio interrumpido, mostrando descensos en 2008/2009 (de 686,6 millones se pasa a 654,9 millones) para alcanzar los 658 millones de libras en 2009/2010, lo que supone un nuevo cambio de tendencia y la vuelta a las variaciones positivas. Estos datos, en concreto los de 2009/2010, deben ponerse en

⁹ La organización Arts & Business realiza anualmente una gran encuesta sobre la financiación privada en las organizaciones culturales en el Reino Unido. Sobre un universo de 5000 instituciones, suelen recibir alrededor de 1000 respuestas, que mediante un sistema de cuotas y extrapolaciones les permiten ofrecer información detallada sobre las relaciones entre la inversión privada y la cultura en el Reino Unido.

perspectiva con la estructura financiera del sector cultural en el Reino Unido. El 46% procede de fuentes públicas (el 13% de los *Arts Councils*; el 20% del *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS,) el equivalente del Ministerio de Cultura; el 3% de otros departamentos del Gobierno; el 9% de los gobiernos locales y otras ayudas públicas y, finalmente, el 2% de los fondos de la lotería), el 38% de lo que obtienen vía mercado (venta de entradas, otras ventas, servicios, etc.) y, por último, el 16% procede de la inversión privada (tanto por parte de individuos como de empresas, fundaciones, etc.), cifra muy similar al 15% registrado en el año anterior (2008/2009). Así pues, y aunque la cifra de aportación privada no es ni mucho menos desdeñable, la evidencia empírica nos dice que incluso con la tradición que el Reino Unido cuenta para la aportación privada en el sector de la cultura, estas aportaciones no llegan a suponer ni la quinta parte del total de recursos necesarios para el desarrollo del sector. Esta, sin duda, debe ser una de las grandes enseñanzas pues, e insistimos, pese a la gran tradición de compromiso privado en el Reino Unido, las aportaciones filantrópicas son muy inferiores a las procedentes del sector público e incluso a los ingresos vía mercado. Esta cifra tiene su reflejo en otra: el 38% de las organizaciones culturales y artísticas del Reino Unido no reciben ingresos por parte de empresas, individuos o fundaciones.

Si se analizan las correlaciones existentes entre las diferentes fuentes de recursos financieros, se pueden observar algunas conclusiones. Así, en primer lugar, se observa una correlación positiva entre las tres fuentes de financiación. Es decir, que obtener recursos de una de las fuentes facilita conseguirlos de las otras. En cualquier caso, la correlación más fuerte se encuentra, si se analizan los datos de un año a otro, entre la inversión privada y los ingresos vía mercado. Esto significaría que, cuando una organización recibe fondos privados un año, el siguiente obtendría altos ingresos a través de venta de entradas y otras ventas lo que suele estar vinculado a altos niveles de asistencia. Podría afirmarse que es, precisamente, esa capacidad de atraer público la que, a su vez, atrae la inversión privada, dado que las empresas que aportan fondos quieren obtener grandes éxitos y alcanzar grandes audiencias (Mermiri, 2011: 259).

Para conocer, en cualquier caso, la dinámica de las aportaciones filantrópicas conviene conocer a qué organizaciones se destinan las aportaciones. En términos generales, y sobre los datos de 2009/2010, el 72% de las contribuciones las reciben las principales organizaciones culturales —aquellas con unos ingresos superiores a los 5 millones de libras— (si bien en el año anterior, el porcentaje era mayor, el 75%); el 15% las grandes organizaciones (entre 1 millón y 5 millones); el 11% las de tamaño medio (entre 100.000 libras y un millón de libras) y el 2% (menos de 100.000 libras de ingresos). Es importante poner de manifiesto que, pese que las organizaciones pequeñas atraen, en términos relativos, pocas contribuciones, éstas han crecido en los últimos años un 2%. Desde el punto de vista de la distribución regional, el 68% de las contribuciones se reciben en organizaciones que operan en el área de Londres. En lo que se

refiere al tipo de actividades culturales, en el año 2009/2010 fue el patrimonio (con un 32% del total del dinero de las contribuciones), seguido de los museos (con el 14%) y las artes visuales (con el 13%) las disciplinas que concentraron la recepción de las aportaciones. El teatro (8%), la música (6%), los festivales (4%), la danza, la ópera, artes intermedia, los centros de artes, las comunidades artísticas y los servicios de arte (3% respectivamente), el cine y vídeo (2%), las bibliotecas y la literatura (1% respectivamente) así como otros destinos (1%) completan la distribución. La artesanía no llega al 1%, aunque en el último año experimentó un incremento de 94%, así como las comunidades artísticas (+64%). Las bibliotecas (+25%), las artes visuales (+20%), el teatro (+16%), los museos (+13%), la literatura (+9%) y el cine y vídeo (+6%) experimentan, frente al año anterior, variaciones positivas en la cantidad recibida. Sin embargo, las artes intermedia (-52%), otras disciplinas (-20%), los servicios artísticos (-24%), las ópera (-19%), el patrimonio (-10%), la danza y los centros de arte (-8% respectivamente) y la música (-3%) experimentan descensos respecto al año anterior.

Veamos ahora de dónde proceden esos fondos. Las donaciones individuales suponen la mayoría de las aportaciones (el 55%, que, debe decirse, se destina en su casi totalidad —el 88%— a las principales organizaciones —aquellas con ingresos superiores a los 5 millones de libras). Las aportaciones realizadas por las empresas suponen el 22% y las realizadas por fundaciones y otros fondos el 23%. Se debe destacar que las aportaciones por parte de las fundaciones han crecido en los últimos años mientras que las correspondientes a las empresas han descendido desde 2006/2007, si bien ambos cambios han sido bastante leves (la aportación de las empresas desciende de 171,5 millones en 2006/2007 a 144,1 millones en 2009/2010 mientras que la aportación de las fundaciones crece de 129,4 millones en 2006/2007 hasta llegar a los 154,6 millones en 2009/2010). La aportación de los individuos experimenta un importante crecimiento entre 2006/2007 y 2007/2008, pasando de los 298,4 millones a los 382,1 millones (debido, sobre todo, a una donación particular de 20 millones de libras a un importante museo de Londres). Sin embargo, en 2008/2009 la cifra desciende hasta los 363,1 millones, descenso que continúa, aunque de modo menos pronunciado en 2009/2010, llegando a los 359,3 millones, cifra que, pese a todo, supera a la de 2006/2007.

Las empresas realizan sus aportaciones, principalmente con fondos de patrocinio (un 55%), si bien contribuyen también con servicios y en especie (16%), con cuotas de membresía (15%) y donaciones corporativas (14%). Los sectores empresariales que más invierten en cultura en el Reino Unido son finanzas, industrias creativas, sector inmobiliario, ocio y educación y salud. Sin embargo, debe señalarse que las empresas del sector financiero han disminuido sus aportaciones en los últimos años.

Las donaciones individuales proceden en su mayor parte (49%) de programas de “amigos de” o del carácter de socios de los donantes. Pese a que estos programas sufrieron un pequeño descenso en 2009/2010, su crecimiento en los últimos años ha puesto de manifiesto la importancia que, para las organizaciones culturales tiene vincularse a su público, que en un momento dado se hace más activo en sus niveles de compromiso con la organización y pasa a convertirse en donante. El resto de las contribuciones individuales proceden principalmente de donaciones particulares (27,1%) y de legados (23,4%).

Observando estas cifras y las tendencias experimentadas en el Reino Unido, Tina Mermiri (2011: 267-268) afirma que un descenso de los fondos públicos puede tener consecuencias negativas sobre la financiación en su conjunto. En primer lugar, el descenso de los fondos públicos hará crecer la demanda de fondos privados al mismo tiempo que las organizaciones culturales se encuentran ahora en peores condiciones para resultar atractivas para la inversión privada. Además, cabe preguntarse si los donantes privados, bien sean estas empresas, fundaciones o individuos estarán lo suficientemente motivados como para cubrir las fallas de financiación presumiblemente crecientes a corto plazo.

Evidentemente, la financiación pública y la financiación privada están indudablemente relacionadas. El problema es cuando, en momentos de dificultades económicas y de déficits públicos no compatibles con determinados compromisos, los Estados consideran la financiación privada mediante el patrocinio y el mecenazgo una fuente sustitutiva a los fondos públicos. Ya hemos visto en párrafos anteriores cómo las tendencias de aportación filantrópica en el Reino Unido favorecen a las principales organizaciones en vez de favorecer el desarrollo de ecosistema cultural. Hemos visto también cómo, en el plano teórico, diferentes objetivos corporativos pueden definir el carácter y el destino de las contribuciones, alejándolas de otro tipo de criterios (desarrollo equitativo, provisión de oferta cultural, diversidad cultural, democratización del acceso) propios de la política pública. Sin duda, el debate es complejo y necesario en estos momentos de crisis económica y de replanteamiento, en algunos Estados europeos, del papel del sector público y de su eficiencia.

5. La nueva Ley de Mecenazgo en España

Para finalizar, no podemos evitar hacer mención al estado de este debate en España. Para su documentación nos basaremos en la *Proposición de Ley de modificación de la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo* presentada por el Grupo Parlamentario Popular, cuando aún estaba en la oposición, en el Congreso de los diputados el 28 de enero de 2011 así como en el debate parlamentario que tuvo

lugar en torno a la citada Proposición de Ley el 22 de marzo de ese mismo año, presentada por el actual¹⁰ Secretario de Estado de Cultura José María Lassalle.

En la exposición de motivos de tal Proposición de Ley se menciona, en primer lugar, las divergencias entre el tratamiento fiscal al mecenazgo en España respecto a otros Estados europeos. Así, según la vigente Ley de mecenazgo española, los porcentajes de deducción son del 35% para las entidades sujetas al Impuesto de Sociedades y del 25% para las personas sujetas al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Se señala que en Francia los incentivos fiscales el 60% para la desgravación en la cuota para las empresas y entre el 66 y el 75% para las personas físicas. Que en Italia, dependiendo del tipo de donación, la desgravación puede alcanzar el 100%. Que en Alemania, las personas físicas se deducen el total de las donaciones hasta un máximo equivalente al 20% total de los ingresos del ejercicio. Y se hace mención expresa al contexto de la crisis económica: “En un contexto de crisis económica, en la que los primeros sectores perjudicados son los que resultan menos rentables y más dependientes de la ayuda externa, se hace evidente la urgencia de revisar la ley de mecenazgo, potenciando a través de medidas fiscales y de otra índole el incremento de la sociedad civil en el desarrollo de actividades de mecenazgo así como de responsabilidad social corporativa” (Grupo Parlamentario Popular, 2011).

En el articulado de la Proposición de Ley —que, probablemente sirva como base para la redacción de la nueva Ley de Mecenazgo por parte del nuevo Gobierno del Partido Popular, que redactó tal Proposición de Ley en la oposición, y cuyo ponente fue el citado José María Lassalle— se mencionan los principales cambios, entre los que, además de la creación del Observatorio del Mecenazgo para impulsar el arte joven y el Premio Nacional de Mecenazgo (art. 10), figuran la modificación de los límites de las deducciones, alcanzándose el 60% (desde el 35% actual) para el caso de las empresas con un límite que pasa del 10% al 15% (art. 5º) o el 50% para otras actividades culturales principalmente vinculadas al patrimonio (art. 7º) y, para el caso de las personas físicas, modificándose el límite actual del 25% sobre el valor de la donación hasta el 70% a deducir de la cuota íntegra con un límite que pasa del 10% al 20% (art. 4º).

La propuesta fue en su momento (22 de marzo de 2011) rechazada, ya que sólo obtuvo el apoyo, además del grupo proponente, de Coalición Canaria y la abstención de *Convergència i Unió* (CiU), principal partido en número de votos que representa los intereses nacionalistas de Cataluña. Sin embargo, el debate celebrado en el pleno del Congreso resulta, hasta la presentación de la nueva Ley, de gran interés para conocer los argumentos a favor y en contra de una propuesta como esta. En ese debate, el mencionado Secretario de Estado de Cultura, José María Lassalle y entonces diputado en la oposición del Grupo

¹⁰ Con la llegada del Partido Popular al Gobierno de España, José María Lassalle fue nombrado Secretario de Estado de Cultura el 23 de diciembre de 2011, cargo que ostenta en el momento de finalizar la redacción de este artículo (Septiembre de 2013).

Parlamentario Popular decía lo que sigue: “La proposición de ley que hoy presentamos supone, a nuestro modesto entender, un cambio de orientación estratégica en lo relativo a la política cultural. Hasta el momento, la política cultural de nuestro país ha girado alrededor de la subvención pública y a un intervencionismo público que ha protagonizado el Estado, las comunidades autónomas y los municipios. Hoy tenemos la oportunidad de introducir un cambio estratégico en el eje de gravedad de la política cultural. En primer lugar, atribuyendo a la sociedad civil el protagonismo, no solo en el hecho decisorio que sustenta la política cultural, sino al propio desarrollo de esta. Y, en segundo lugar, colocando a la libertad creativa y al estímulo de los emprendedores creativos como los soportes conceptuales de un nuevo diseño, insisto, de política cultural” (Lassalle, 2011:1).

En el debate surgieron algunos de los argumentos mencionados en las páginas anteriores de este documento. La diputada Nuria Buenaventura, de *Iniciativa per Catalunya* (ICV) mostró su oposición a la propuesta mencionando, por un lado, los efectos negativos que tendría tal reforma sobre la recaudación de impuestos en un contexto de déficit público y, por otro lado, exponiendo ciertas reticencias sobre el hecho de que tal reforma favorezca especialmente a las grandes empresas que, mediante sus propias fundaciones e incluso colecciones artísticas, detraigan ingresos públicos. El diputado Josep Sánchez, de CiU planteó en contra de la propuesta el hecho de que ésta se limite al entorno artístico y cultural, dejando de lado sectores como la investigación, la salud, la educación, la asistencia social, etc. (Sánchez i Llibre, 2011: 8-9): Desde el Partido Socialista, entonces en el Gobierno, la diputada María Monserrat Colldeforns i Sol rechazó la proposición en primer lugar argumentando que el propio Partido Socialista estaba trabajando en una nueva Ley de Mecenazgo. En segundo lugar, mencionó el hecho de que tal reforma debe hacerse extensiva a otros sectores además del cultural. También aparece en su argumento la ya citada pérdida de ingresos para las administraciones públicas sin una contrapartida clara en la creación de empleo. Y, finalmente, la crítica a la *privatización* o *mercantilización* de la intervención pública en el sector cultural consistente en dejar en manos de los mecenas, de las empresas, las decisiones sobre las aportaciones de unos fondos que, en cualquier caso, tendrían como consecuencia “menores dotaciones para asignar recursos a otras entidades según los deseos de una mayoría democrática en los Parlamentos” (Colldeforns i Sol, 2011: 6).

Desde entonces, y ya con el Partido Popular al frente del Gobierno español (con mayoría absoluta parlamentaria), la Ley de Mecenazgo ha constituido un constante anuncio, del cual sólo se tiene noticia de la inclusión en la misma de otras actividades (investigación) pero que, en los delicados momentos presupuestarios, con constantes ajustes de gasto y perspectivas negativas de ingresos, seguro que está siendo objeto de fuertes debates internos en el mismo Gobierno.

V. UN APUNTE Y UN FINAL

Cuando en las páginas iniciales del documento hacíamos mención a la *tripod economy* nos referíamos al hecho de que la financiación del sector de la cultura y las artes se sustenta en tres pilares: la financiación pública, la financiación privada y los ingresos vía mercado. En este documento, hemos analizado con detalle, en primer lugar, las características económicas de la cultura y, principalmente, su dimensión económica, ya que gracias a los diferentes estudios macroeconómicos se ha evidenciado que este sector aporta una parte importante al Producto Interior Bruto y al empleo en las economías nacionales. Sin embargo, pese a tal importancia, la financiación del mismo resulta problemática. Es por esos problemas por lo que, desde la Economía, se justifica la existencia de la financiación pública de la cultura y las artes, cuyos argumentos han quedado suficientemente explicados aquí. Es, sin duda, por algunos de esos problemas pero también por sus particularidades (valor simbólico, públicos determinados, etc.) por lo que también resulta objeto de financiación por parte del sector privado fuera del mercado, lo que hemos llamado, casi siempre en cursiva *filantropía*¹¹. Nos ha quedado por estudiar, como fuente de financiación, el propio mercado. Mercado que, para el caso del Reino Unido, supone el 38% del total de la financiación.

Analizar los mecanismos de financiación de mercado —cómo mejorar las ventas, cómo determinar las estructuras de coste y de precios teniendo en cuenta las particularidades de las organizaciones culturales, cómo utilizar determinados mecanismos del marketing, etc.— supera de largo los objetivos —y los límites— de este documento. Sin embargo, no queremos darlo por concluido sin hacer, al menos, una mención rápida a los efectos del nuevo paradigma tecnológico sobre el mercado de la cultura. Nos estamos refiriendo a las potencialidades del entorno 2.0 para, por un lado, desarrollar acciones de creación de públicos que nos permitan, además de generar más ingresos, hacer crecer la influencia y presencia de las organizaciones culturales en las diferentes comunidades, ahondando en el objetivo de democratización del acceso a la cultura, diversificando audiencias. Por otro lado, las nuevas tecnologías permiten el desarrollo de economías de nicho, modelos de negocio muy especializados que gracias a los efectos de las nuevas tecnologías sobre la reducción de costes y, sobre todo, de acceso a la demanda global, pueden suponer la supervivencia de organizaciones vía mercado que, en otro momento tecnológico, serían probablemente inviables (Anderson, 2007: 17-23).

¹¹ Pedro Vives, en su *Glosario Crítico de Gestión Cultural* (VIVES, 2007: 230) afirma: "Como quiera que se haya adaptado a sucesivas coyunturas, el mecenazgo no es ni filantrópico, ni altruista, ni redistribuidor, como en ocasiones se describe, sino más bien un mecanismo de acumulación. En su trayectoria socio-económica el mecenazgo ha agudizado su carácter instrumental para el coleccionismo en su sentido capitalista y, sobre esa base, para el prestigio familiar, institucional o empresarial en las sociedades occidentales".

Además, el nuevo modelo tecnológico trae nuevos usos y nuevas estrategias, entre las que se encuentra el aparente precio cero: la gratuidad. Gratuidad como elemento controvertido (*La gratuidad es el robo*, titula Denis Olivennes a su ensayo de 2008) y gratuidad como elemento estratégico (*Gratis, el futuro de un precio radical* de Anderson, 2009). Por otro lado, el entorno 2.0 parece que elimina cualquier límite para el contacto directo de la organización cultural con su público potencial, y entre esos límites que han explotado se encuentra el de la financiación. El *micromecenazgo* o *crowdfunding* que, en estos momentos de falta de recursos financieros aparece, con sus problemas¹², como la tabla de salvación para pequeños —y no tan pequeños— proyectos culturales.

Todas estas cuestiones forman parte del debate sobre la financiación del sector cultural, debate que, por momentos, se hace más crudo. Cuando hablábamos de las herramientas fiscales para el desarrollo de políticas culturales no hicimos mención al Impuesto sobre el Valor Añadido aplicable a los productos y servicios culturales.

O' Hagan afirma que “en Europa la intención es tener un tipo de IVA más bajo para el sector de las artes, ya que la Sexta Directiva del Consejo Europeo de 1977 comprometía a los Estados miembros a que el teatro, los conciertos y otros actos culturales estuvieran exentos de este impuesto por razones de interés público” (O' Hagan, 2005: 114-115). Durante el verano de 2012, asistimos en España al cambio del tipo de IVA aplicable a los bienes y servicios culturales, que pasaron del 8% anterior al 21%, lo que ha supuesto una serie de efectos directos negativos sobre la financiación de los proyectos culturales (o las empresas asumen el incremento, lo que supondría una disminución directa de los ingresos obtenidos a través de la venta de entradas, o el incremento de los precios afectará negativamente a la demanda, causando una mayor recesión en el sector cultural). Los primeros datos de los que se disponen confirman los efectos negativos sobre el sector. Así, los sectores afectados por este cambio impositivo mostraron en 2012 reducciones netas de la recaudación obtenida en taquilla, descenso que se suma al generado por la situación de crisis económica en España acumulado desde 2009. En este sentido, los descensos acumulados en la taquilla desde entonces y hasta el 2012 llegan al 22% en las artes escénicas, al 15% en música clásica (desde 2008), al 13,4% en música popular en vivo (desde 2009) y al 9,7% en el caso del cine (Fundación Autor, 2013. 5-6).

Es, precisamente, en el contexto descrito a lo largo de este artículo donde el volumen económico generado por la remuneración correspondiente de

¹² Recomendamos consultar el proyecto del músico gallego Miguel Prado *Grotesque position*, proyecto de *crowdfunding* que constituye en sí mismo una reflexión sobre este método de financiación: el propio artista, llevando al extremo las consecuencias del accionariado y la propiedad, pone un precio a la destrucción del proyecto, precio que, de ser pagado por un *micromecenas*, le daría el derecho de destruir el mismo, quedando tan sólo los residuos de tal destrucción como documentación de la existencia del proyecto. www.verkami.com/projects/1292-nzmbegrotesqueposition.

los derechos de autor aparece como una fuente imprescindible de recursos de financiación para los propios proyectos culturales. Así, a nivel mundial y con cifras procedentes de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores, CISAC, la facturación por licencias emitidas en concepto de ingresos por el derecho de autor supuso, en el año 2011, un total de 7.600 millones de euros (CISAC, 2012: 3). Sólo en España, y siguiendo con datos de 2011, los ingresos sociales generados por las ocho entidades de gestión colectiva de derechos de autor y conexos (SGAE, AIE, AISGE, AGEDI, EGEDA, CEDRO, VEGAP y DAMA) supusieron un total de 490,6 millones de euros (MECD, 2012. 5.1). Si ponemos esta cifra en relación con la correspondiente a lo que denominamos en el apartado 4.4 de este artículo contribuciones filantrópicas para las artes en el Reino Unido en 2010 (658 millones de libras, o, expresado en euros, unos 755 millones de euros), podemos comprobar la importancia que tienen los derechos de autor a efectos económicos. Desde este punto de vista, y dentro del debate sobre financiación de la cultura, la legislación sobre derecho de autor debe considerarse una herramienta fundamental de política cultural, una pieza relevante en el complejo sistema de la financiación de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Chris, *La economía long tail*, Barcelona, Urano, 2007.
Gratis. El futuro de un precio radical, Barcelona, Urano, 2009.
- BAUMOL, William J. - BOWEN, William G., *Performing Arts-The Economic Dilemma*, New York City, The Twentieth Century Found, 1966.
- BUAINAIN, Antonio M., *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de Mercosur y Chile*, Buenos Aires, OMPI, 2001.
- CISAC, *En busca de crecimiento. Derechos de autor en 2011, 2012*; www.cisac.org.
- CUMMINGS, Milton C. - SCHUSTER, Mark D., *Who's to Pay for the Arts*, New York. American Council for the Arts Books, 1989.
- COLLDEFORN I SOL, María Monserrat, "Acta del debate parlamentario sobre la toma en consideración de proposiciones de ley", Madrid, Congreso de los Diputados, 22/3/2011.
- GALBRAITH, John K., *The Liberal Hour*, London, Hamish Hamilton, 1960.
- GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR, *Proposición de ley 122/000264 de Modificación de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades Sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mece-nazgo*, Madrid, Boletín Oficial de las Cortes Generales, 28/1/2011.
- FERNÁNDEZ BLANCO, Víctor - GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, Rubén, "Competitiveness and Cost Disease in the Cultural Sector in Spain", XVI Congreso Internacional de Economía de la Cultura, Kyoto, junio de 2012.

- FREY, Bruno S., “El apoyo público a las artes”, en TOWSE, Ruth, *Manual de economía de la cultura*, Madrid, Fundación Autor, 2005, pp. 71-85.
- FUNDACIÓN AUTOR, *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, musicales y audiovisuales*, Resumen ejecutivo, Madrid, Fundación Autor, 2013, pp. 5-6.
- GRAMPP, William D., *Arte, inversión y mecenazgo*, Barcelona, Ariel, 1991.
- GIVING USA, *The Annual Report on Philanthropy for the year 2011*, Chicago, Giving USA Foundation, 2012.
- HARVEY, Edwin, *La financiación de la cultura y las artes. Iberoamérica en el contexto internacional*, Madrid, Fundación Autor, 2003.
- Política y financiación pública de la cinematografía. Países iberoamericanos en el contexto internacional*, Madrid, Fundación Autor, 2005/2006.
- HEILBRUN, James - GREY, Charles M., *The Economic of Arts and Culture*. Cambridge, Cambridge University Press, 1993.
- JEVONS, William S., “The Use and Abuse of Museums”, en JEVONS, William S., *Methods of Social Reform and Other Papers*, London, Macmillan, 1883; oll.libertyfund.org/?option=com_staticxt&staticfile=show.php%3Ftitle=316&chapter=9815&layout=html&Itemid=27.
- KEA, *The Impact of Culture on Creativity*, Bruselas, Comisión Europea, 2009.
- KIRCHBERG, Volker, “El patrocinio empresarial de las artes”, en TOWSE, Ruth, *Manual de economía de la cultura*, Madrid, Fundación Autor, 2005, pp. 639-652.
- LASSALLE, José M., “Acta del debate parlamentario sobre la toma en consideración de proposiciones de ley”, Congreso de los Diputados, Madrid, 22/3/2011.
- LASUÉN, José R. - ARANZADI DEL CERRO, Javier, *El crecimiento económico y las artes*, Madrid, Fundación Autor, 2002.
- MCU, *Cuenta Satélite de la Cultura en España*, Madrid, Ministerio de Cultura, 2011.
- Anuario de Estadísticas Culturales*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011.
- MECD, *Anuario de Estadísticas Culturales*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012.
- MERMIRI, Tina, “Private investment in culture: the sector in and post recession”, en: *Cultural Trends*, vol. 20, ns. 3-4, London, Routledge, September-December 2011, pp. 257-269.
- MOORE, Thomas G., *The Economics of American Theater*, Durham, Duke University Press, 1968.
- NORTH, Douglas C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, 1990.
- O’HAGAN, John - HARVEY, David, “Why do Companies Sponsors Arts Events? Some Evidence and a Proposed Classification”, en *Journal of Cultural Economics*, Kluwer, n. 24, 2000, pp. 205-224.

- O'HAGAN, John, "Los beneficios fiscales", en TOWSE, Ruth, *Manual de economía de la cultura*, Madrid, Fundación Autor, 2005, pp. 107-116.
- OLIVENNES, Denis, *La gratuidad es el robo*, Madrid, FNAC, 2008.
- OMPI, *Wipo Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*, Ginebra, OMPI-WIPO, 2012.
- PEACOCK, Alan - RIZZO, Ilde, *Cultural Economics and Cultural Policies*, Dordrecht, Kluwer Academic, 1994.
- PIEDRAS, Ernesto, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, Ciudad de México, Conaculta, 2004.
- POMMERHNE, Werner W. - FREY, Bruno S., *Muses and Markets*, Oxford, Basil Blackwell, 1990.
- PRIETO DE PEDRO, Jesús, *Cultura, culturas y constitución*, Madrid, Centro de Estudios Culturales, 1995.
- RIFKIN, Jeremy, "Un nuevo actor en la escena global", *El País*, 4/7/2001.
- ROBBINS, Lionel, *Politics and Economics*, London, St Martin's Press, 1963.
- SÁNCHEZ, Josep, "Acta del debate parlamentario sobre la toma en consideración de proposiciones de ley", Congreso de los Diputados, Madrid, 22/3/2011.
- SAMUELSON, Paul, *Economía*, Madrid, Mc Graw Hill, 1990.
- THROSBY, David - WITHERS, Glenn, A., *The Economics of the Performing Arts*, New York, St. Martin's Press, 1979.
- THROSBY, David - WITHERS, Glenn A., "Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Results", en SHANAHAN, James L. et al. (eds), *Economic Support for the Arts*, Akron, Association for Cultural Economics, 1983.
- TOWSE, Ruth, "Achieving Public Policy Objectives in the Arts and Heritage", en PEACOCK, A. - RIZZO, I. (eds.), *Cultural Economics and Cultural Policies*, Dordrecht Kluwer Academic Publishers, 1994.
- URRUTIA, Juan, "Economía de la cultura", en MINISTERIO DE INDUSTRIA, *Economía Industrial*, n. 267, Madrid, 1989, pp. 25-44.
- VIVES, Pedro, *Glosario crítico de gestión cultural*, Granada, Comares, 2007.
- WEBER, Max, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Madrid, Alianza, 2004.