

DIPLOMACIA CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICO-PRIVADAS

José Andrés FERNÁNDEZ LEOST (1)

Resumen

El peso global de un país se mide no solo por su capacidad militar o económica, sino también por indicadores blandos y científico-culturales: exportaciones audiovisuales, difusión del idioma, compromiso con la cooperación internacional, o nivel de protección del Patrimonio. El sistema de acción cultural exterior español se articula entre el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y el Ministerio de Educación y Cultura; no obstante, la proyección internacional de nuestro Patrimonio resulta todavía endeble. De modo paralelo, la labor cultural que desarrollan las empresas se practica por medio de fundaciones, a través del mecenazgo privado. La irrupción de fórmulas público-privadas en materia de proyectos culturales enfocados al exterior constituye un recurso propicio para ganar en eficacia e impacto internacional, más aún en un contexto de crisis financiera.

Palabras clave

Diplomacia cultural, mecenazgo, internacionalización, Patrimonio.

Abstract

The global influence of a country is measured not only by its military or economic power, but also by its 'soft power' and its scientific, cultural abilities – audiovisual and language spread, commitment to international cooperation, or its heritage protection level. The cultural diplomacy system in Spain is organized by both Ministries of Foreign Affairs and Education and Culture. However, the international projection of the Spanish heritage is still weak. Private sponsors and foundations are responsible to the enterprises' cultural commitment. In foreign cultural projects, the emergence of public-private partnerships is argued to be the best resource to gain efficiency and international impact, especially in the context of a financial crisis.

(1) Responsable de Análisis y Documentación. Fundación Carolina del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Key words

Cultural diplomacy, sponsorship, internationalization, heritage.

SUMARIO: I. Planteamiento; II. La diplomacia cultural; III. El modelo español; IV. El rol del sector privado; V. Alcance de las alianzas público-privadas; VI. Conclusiones.

I. PLANTEAMIENTO

El propósito del presente artículo consiste en exponer el encaje de la diplomacia cultural española y las relaciones público-privadas en el marco del tema de los «Bienes culturales, el Patrimonio y el Derecho», y ello en tanto este encaje no resulta en estos momentos nada evidente. Adelantando parte de la conclusión, cabe afirmar que nuestro país debe recorrer todavía un largo camino para llegar a un grado óptimo de proyección exterior de su Patrimonio cultural. A tal desenlace se llega con tan solo analizar el estado, aún incipiente, en el que se encuentra la diplomacia cultural española y, a su vez, las dificultades que entraña articular alianzas público-privadas entre gobiernos y empresas, más aún de naturaleza exterior. Pero antes de conectar estos elementos con la gestión del Patrimonio y los bienes culturales, y presentar un mapa de situación actualizado, se hace preciso detenerse en la descripción de la estructura institucional y los objetivos del modelo español de acción cultural exterior.

II. LA DIPLOMACIA CULTURAL

La diplomacia cultural, más allá de los precedentes históricos, consiste en una práctica relativamente novedosa de la política exterior de un país, la cual se ha centrado tradicionalmente en asuntos comerciales y de seguridad y defensa. Es cierto que en los países europeos existen oficinas de relaciones exteriores culturales desde principios de siglo (2), pero ha sido en la última década cuando estas prácticas, relacionadas con la proyección de la imagen internacional de los países, han cobrado mayor relevancia. Este auge no es ajeno a la globalización –ni, por cierto, al incremento del turismo cultural– pero tampoco a la introducción de un nuevo con-

(2) En Alemania el Departamento de Cultura en la Oficina de Relaciones Exteriores abrió en 1920; en 1934 se inauguró en Reino Unido el *British Council*, el mismo año en el que en Francia se fundó la *Association française d'action artistique* a cargo de la proyección y el intercambio internacional en cuestiones artísticas y patrimoniales. En el caso de España, la Oficina de Relaciones Culturales del entonces Ministerio de Estado se creó en 1921.

cepto en el ámbito de las relaciones internacionales: el llamado *soft power*, teorizado por Joseph Nye y que se refiere al nivel de influencia global de un país al margen de su capacidad coercitiva (3). Desde entonces, y cada vez más, el peso global de un país no solo se mide por su capacidad militar o económica, sino también por otros indicadores, como el volumen de estudiantes extranjeros que atrae, las exportaciones de sus producciones audiovisuales, la difusión de su idioma, su compromiso con la cooperación internacional, o su posición en el ranking de países con lugares reconocidos como Patrimonio de la Humanidad (4). Es decir, por indicadores *blandos*, en su mayor parte científico-culturales. Esta efervescencia ha traído consigo un mayor interés por la diplomacia cultural, últimamente sobre todo en países emergentes como India o China (5). En cambio, y no deja de ser paradójico, Europa parece estar quedándose atrás, por efecto de la crisis económica y la consiguiente falta de recursos. Resulta en efecto paradójico porque es en Europa desde donde se lanzaron las primeras entidades de proyección cultural, como el *British Council*, el Instituto Goethe o el Instituto Francés, organismos que –pese a todo– continúan siendo referenciales y están empezando a trabajar en iniciativas comunes, a escala comunitaria, en función de las recomendaciones de la *Acción preparatoria de Cultura en las Relaciones Exteriores de la UE* (6).

III. EL MODELO ESPAÑOL

Centrándonos en el caso español, su relativa anomalía (hay quien sostiene que carece de diplomacia cultural) (7), deriva en parte de la instrumentalización propagandística que se produjo en el régimen anterior. De ahí que nuestra institución clave de diplomacia cultural, el Instituto Cervantes, no se creara hasta 1991. Sería equivocado no obstante negar la existencia de una acción cultural previa, puesto que por más instrumentalizada que estuviese:

«La coordinación de la actividad cultural de las embajadas aparece con la creación en 1945 de la Dirección General de Relaciones Culturales (DGRC) y el Instituto de Cultura Hispánica (1946) con la mirada puesta en América Latina. En los años 50, se abren centros culturales españoles en Londres, Roma, Nápoles, París, El Cairo, Alejandría, Beirut y Múnich, una tendencia que continuaría en las siguientes décadas» (8).

(3) NYE, J., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, Nueva York, 2004.

(4) Según la UNESCO, España ocupa el tercer puesto en bienes declarados Patrimonio Mundial.

(5) El caso chino resulta paradigmático, no solo por la proliferación global de Institutos Confucio (se han abierto 300 sedes en 10 años) y el impacto de los actos celebrados recientemente (Expo de Shanghái y Juegos Olímpicos de Pekín), sino por una estrategia que combina la proyección de una imagen moderna y tecnológicamente avanzada, con otra que se enorgullece de su Patrimonio (Exposición de Guerreros de Xian).

(6) Texto disponible en español en http://cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2013/05/Executive-Summaries-ESP_13.06.2014.pdf

(7) NOYA, J., *La imagen de España en el mundo*, Tecnos, Madrid, 2012.

(8) BADILLO, A., «Las políticas públicas de acción cultural exterior de España», Real Instituto Elcano, EEE 19/2014 - 16/6/2014, 2014.

Pero fue con la venida de la democracia y, más en concreto, con la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla de 1992 (un año después de la apertura del Instituto Cervantes y de la inauguración del sistema de Cumbres Iberoamericanas), cuando se puso en marcha una estructura institucional articulada en tal esfera (9). Con todo, citar al Instituto Cervantes resulta didáctico puesto que simboliza el punto en el que nos encontramos en la actualidad. Huelga subrayar que el Cervantes no solo es el organismo a cargo de la enseñanza de la lengua española en el extranjero, sino que también es el instrumento encargado de difundir internacionalmente la cultura española y en español. Las características que lo hacen representativo, radican en que: 1) los contenidos culturales que difunde se refieren ante todo a productos relacionados con las industrias culturales, más que con las bellas artes y el Patrimonio (rasgo que comparte con la mayoría de las instituciones homólogas europeas), y 2) su titularidad, dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, ha generado casi desde su nacimiento una polémica continua, ya que numerosos expertos argumentan que debería depender del Ministerio de Cultura (hoy fusionado en el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte).

Fijando nuestra atención en las instituciones que estructuran el sistema de acción cultural exterior, estas andan dispersas entre estos dos ministerios: aparte del Cervantes, en el Ministerio de Exteriores se ubica con naturaleza de organismo autónomo la Agencia Española de Cooperación Internacional y para el Desarrollo (AECID), además de la Academia de España en Roma y una Red Casas (Casa de América, Casa África, Casa Sefarad, Casa Mediterráneo, Casa Asia y Casa Árabe) dedicadas a la diplomacia informal. Por su parte, en el Ministerio de Cultura nos encontramos, en primer lugar y con una plena vocación exterior, a AC/E (acción cultural española, organismo básicamente centrado –de nuevo– en la difusión y recepción del arte contemporáneo) y al Colegio de España en París. Otras instituciones del Ministerio de Cultura de enorme relevancia pero con una dimensión internacional escasa –más allá del interés que su renombre suscita– son: la Biblioteca Nacional, los Museos del Prado y Reina Sofía, el Instituto de Cinematografía, o el Instituto de Patrimonio Cultural: creado en 1985 y dependiente de la Dirección General de Bellas Artes, entre las funciones de este Instituto se cuentan «la elaboración y ejecución de los Planes para la conservación y restauración de los bienes inmuebles del Patrimonio Histórico [o la] promoción y fomento de los proyectos de investigación arqueológica española en el exterior» (10).

(9) MARCO, E. y OTERO, J., «La transformación de la diplomacia cultural española», *Revista Política Exterior* núm. 134 (marzo-abril), 2010.

(10) De la misma Dirección General depende la Subdirección General de Patrimonio Histórico, encargada de «la formación del Registro de Bienes de Interés Cultural y del Inventario General de Bienes Muebles, [de la] propuesta de adquisición de bienes del patrimonio histórico español y de las medidas que deban adoptarse para su protección y defensa». Finalmente, hemos de hacer mención a Patrimonio Nacional, organismo público dependiente del Ministerio de Presidencia «responsable de los bienes de titularidad del Estado que proceden del legado de la Corona española [...] así como de la puesta a disposición de los ciudadanos del patrimonio histórico-artístico que gestiona a través de su uso con fines culturales, científicos y docentes, entre los que se cuentan: 8 Palacios Reales y 10 Monasterios y Conventos Reales que albergan más de 150.000 piezas histórico-artísticas de todas las disciplinas artísticas» (www.patrimonionacional.es).

Delineada dicha urdimbre institucional cabe preguntarse, ¿qué tiene que hacer una diplomacia cultural que se pretenda potente? En primer lugar, saber coordinar con eficacia todos estos organismos. Sin menoscabo de los encuentros o malentendidos que marcan la historia de las relaciones inter-departamentales, debemos recordar cómo en 2011 el Ministerio de Exteriores y el de Cultura se dieron un documento programático para articular planes regulares, con un reparto definido de competencias (11). El cambio gubernamental de 2012 fue en este sentido continuista, aunque solo formalmente, puesto que hasta la fecha no se han producido mayores avances estratégicos. La novedad parcial que trajo el Gobierno –retomando un planteamiento en curso desde el año 1995– fue el proyecto Marca España: un plan de corte diplomático (sin más asignación presupuestaria que la que recibe una Oficina de coordinación), cuyo objetivo consiste en mejorar la imagen del país, ante todo para captar inversiones, pero que asimismo incorpora la dimensión cultural. Más allá de la etiqueta de Marca España, es evidente que desde el inicio de la crisis se detecta un interés gubernamental hacia la internacionalización, que afecta a asuntos tan dispares como el comercio, la industria, las infraestructuras, la educación o el deporte. En lo que respecta a la cultura, tal propensión quedó reflejada explícitamente en el *Plan estratégico cultural 2012-2015*, en cuyo punto dedicado a la internacionalización se hablaba, por este orden: de las industrias culturales, del turismo cultural, de las exigencias de coordinación institucional y, ya en último lugar, de la necesidad reforzar la proyección internacional de nuestro Patrimonio Cultural en el ámbito de las Convenciones de la UNESCO.

Resultaría con todo incorrecto proclamar que, desde una perspectiva internacional, España no ha hecho nada por dar a conocer su Patrimonio. Así, es necesario destacar las oportunidades que siempre abre la celebración de los Años Duales, citas que se prolongan durante más de un año con el fin de conmemorar la efeméride de una relación bilateral, cuyas últimas ediciones han sido la de los Años Duales España-Rusia (2011) y España-Japón (2013-2014) (12). O, asimismo, las exposiciones internacionales que se organizan, con un gran éxito de acogida, en terceros países; en este caso el ejemplo más reciente es el de la muestra de Velázquez que se inauguró a finales de octubre de 2014 en el Museo de Historia del Arte de Viena. Pero igualmente es imprescindible recalcar la labor que viene desarrollando la AECID, institución que desde su nacimiento, en 1988, mantiene activa una iniciativa de Patrimonio centrada en la revitalización de centros históricos, en la conservación de paisajes culturales y en la rehabilitación de sitios arquitectónicos en toda Latinoamérica (además de, en menor medida, en Oriente Medio, el Magreb y África Subsahariana). Se trata de un programa que responde a los mandatos salidos de las convenciones internacionales y que se compagina con una línea de actividad de Escuelas-taller, también de cara al exterior, enfocada en la restauración del Patrimonio. Bajo este esquema despuntan algunos ejemplos, como la revitalización del

(11) El Plan Nacional de Acción Cultural Española diseñaba una «arquitectura institucional» de gobernanza codirigida por los dos ministerios y sus principales instituciones (Instituto Cervantes, AECID y AC/E), abriendo la participación en sus grupos de trabajo al Ministerio de Educación, al Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), a Radio Televisión Española y a las Comunidades Autónomas.

(12) En el marco de este Año Dual se programó en Tokio el Seminario sobre el «Modelo Español de Gestión Turística del Patrimonio Histórico» (http://spainjapanyear.jp/es/pdf/catalogo_dual_es.pdf).

centro histórico de Comayagua Colonial, en Honduras; la rehabilitación del convento de Santo Domingo, en Cartagena de Indias; la conservación del Patrimonio del Valle del Colca de Perú; la del parque nacional de Tikal en Guatemala; o la mejora del Patrimonio cultural de la región de Chiquitania, en Bolivia. En suma, «el Programa de Patrimonio ha contribuido a la realización de 9 planes de gestión de Paisajes Culturales, más de 30 planes de revitalización de Centros Históricos y 200 intervenciones en Patrimonio arquitectónico y urbano» invirtiendo a lo largo de su historia más de 130 millones de euros (*20 años del Programa de Patrimonio de la Cooperación Española*, AECID) (13).

IV. EL ROL DEL SECTOR PRIVADO

De modo paralelo a lo anterior, nos encontramos con la labor internacional que desarrollan las empresas privadas. Un trabajo que –más allá del que ejecutan en su núcleo de negocio– cabe denominar de diplomacia corporativa. Antes de revisar algunos hitos de este tipo de actividades, es pertinente señalar que la contribución del sector privado a la cultura (dejando de lado las empresas que se dedican a ello), no ha llegado a encauzarse en España con la misma facilidad que en otros países de nuestro entorno. Y ello básicamente por la tardanza que se dio en nuestro país en aprobar una ley de fundaciones, figura a través de la cual se practica el mecenazgo privado. De forma genérica, una esclarecedora explicación de la formación de las fundaciones en Europa se la debemos Javier Gomá (14), quien nos advierte cómo estas se fueron abriendo paso no sin dificultades en la historia contemporánea continental, debido principalmente a dos prejuicios: el liberal y el estadista (15). Tanto es así que España no dispuso de una normativa actualizada al respecto hasta 1994,

(13) Recuérdese que la AECID aprobó en 2007 una *Estrategia de Cultura y Desarrollo para la Cooperación Española* en la que, entre otros puntos, se incidía en el eje de la Gestión sostenible del Patrimonio Cultural. En este sentido, los objetivos planteados consistían en: «Apoyar los múltiples procesos existentes en conservación, restauración, preservación y revalorización de los bienes patrimoniales, tanto los materiales como los inmateriales, analizando la contribución que todos estos esfuerzos de carácter multisectorial puedan aportar al desarrollo sostenible. [Y en] intervenir, de forma prioritaria y mediante una actuación rápida, en casos de conflicto o de catástrofes naturales, contribuyendo, a partir de su recuperación y puesta en valor, a restablecer el desarrollo social, económico y cultural, regenerando las señas de identidad y anclajes históricos de los habitantes de la zona damnificada». Igualmente, en el ámbito UNESCO, a la AECID le corresponde proteger el Patrimonio en el exterior y luchar contra el tráfico ilícito de bienes culturales, en conjunción con el Ministerio de Educación y Cultura.

(14) GOMÁ LANZÓN, J., «La madurez de las fundaciones, según la constitución: lo público, más allá de lo estatal», *Nueva Revista* núm. 91, 2004.

(15) Según el primer prejuicio, las fundaciones se consideraban en el siglo XIX reliquias del absolutismo, toda vez que heredaban el espíritu de las capellanías, obras pías y patronatos. Tras las revoluciones modernas y la instauración de las economías de mercado, la consideración de estos cuerpos sociales intermedios quedó en entredicho (salvo en los países «sin Historia feudal», como Estados Unidos). Del mismo modo, en el siglo XX, nos topamos –siempre según GOMÁ LANZÓN, J., «La madurez...», *op. cit.*– con el prejuicio estadista, que parte de la premisa de que las responsabilidades de interés general competen en exclusiva al Estado. Sin embargo, la hegemonía de Estados Unidos, vinculada al colapso de la Unión Soviética, cuajó en un cambio de mentalidad que impulsó el desarrollo de una lógica bienestarista y cívica más allá de la estricta circunscripción público-estatal, canalizada empresarialmente en la noción de responsabilidad social o corporativa.

una ley además que tuvo que renovarse apenas ocho años después (Ley 50/2002) con el fin de definir con mayor precisión la naturaleza de las entidades sin fines lucrativos y ampliar el margen de desgravaciones fiscales. Al cabo, son estos incentivos los que animan a las empresas a que destinen parte de sus beneficios a fines «de interés general», en tanto la labor de las fundaciones desarrollan lo contemplado en el artículo 33 de la Constitución española de 1978, en lo que se refiere a la función social del derecho de propiedad (16).

A partir de los años noventa se intensificó en España la inversión empresarial en lo que a menudo se denomina «obra cultural y social». Nótese que el 65% de las más de 9.000 fundaciones activas censadas en 2010 fueron creadas con posterioridad a la primera ley de fundaciones de 1994 (17). Sin embargo, no hubo que esperar a la promulgación de estas leyes para encontrar ejemplos del apoyo del sector privado a la cultura, en su proyección al exterior. Así, en el último trimestre de 1989, la Fundación del Banco Hispano Americano patrocinó la exposición de Velázquez en el Museo Metropolitano de Nueva York. En virtud de su fondo privado esta fundación pudo asimismo organizar en 1989 la exposición «Coleção Banco Hispano Americano: 50 anos de pintura española», en Portugal; otra, en 1990, de «Pintura y escultura de vanguardia» en Dublín o, por fin, una muestra de «Pintura española 1880-1930», al año siguiente en París. A su vez, tras sus procesos de fusión y expansión hacia Latinoamérica, el Banco Santander acometió diversas exposiciones en Chile, México o Brasil e incluso ha abierto en este último país una entidad, en colaboración con el Banco Real, llamada «Santander Cultural», en apoyo a las artes visuales, la música, el cine y la reflexión. Además del Grupo Santander, muchas otras multinacionales españolas han apoyado proyectos internacionales de difusión del arte, la cultura y el Patrimonio.

Sin ánimo de resultar exhaustivo, cabe recordar que en 2007 el banco BBVA celebró su 150 Aniversario con una gira de su colección corporativa por seis países latinoamericanos. O cómo la Fundación Mapfre ha organizado múltiples muestras fuera de España, sobre todo en América Latina, en instituciones tales como el Museo Nacional de Bellas Artes de México, el Museo de Bellas Artes de La Habana, el Museo de Arte Moderno de Bogotá, el Museo de Arte de Lima, el Museo de Bellas Artes de Buenos Aires, el de Bellas Artes de Chile o el Museo de Bellas Artes de Montevideo. Por último, también puede mencionarse la labor que realiza

(16) Como es sabido, hay expertos que ven en estos ejercicios de filantropía un riesgo de privatización de la cultura (así, según razona en su libro, Chin-tao Wu: *Privatizar la cultura*, Akal, Madrid, 2002). Se trata de un riesgo si acaso realmente más acusado en Estados Unidos, país cuya cultura cívica está, en este punto como en tantos otros, bastante alejada de la de la Europa continental, puesto que –según se deduce de lo antedicho– en Estados Unidos siempre se ha observado con recelo que el Estado monopolice la gestión de lo público. Realmente, en Estados Unidos no se produce la clásica distinción cultural entre un sector público y otro privado, sino entre un modelo *not-for-profit*, independiente y que se nutre de donaciones filantrópicas (museos, orquestas, bibliotecas, la mayoría de las universidades) y otro, enteramente lucrativo, que envuelve a las grandes industrias culturales (MARTEL, F., *Smart. Enquête sur les internets*, Éditions Stock, París, 2014). Adviértase que Estados Unidos carece de un Ministerio de Cultura propio. Ello no significa que no disponga de un organismo público: el *National Endowment for the Arts*, agencia federal cuyo presupuesto anual en 2015 asciende a 146 millones de dólares y que, por lo demás, puede asociarse con otras agencias de su condición y con organizaciones no lucrativas.

(17) ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FUNDACIONES, «El sector fundacional español: datos básicos», 2011.

Gas Natural, editando libros dedicados al Patrimonio cultural y natural de los países y áreas geográficas en los que invierte, como el Magreb, Colombia, México, Argentina, Brasil, Qatar, Puerto Rico, Argelia, etc. (18). Por descontado, la crisis económica no ha dejado de influir sobre la disminución de recursos en las entidades privadas al punto de erosionar su margen de actuación, tanto más habida cuenta del proceso de fusión y erradicación de las cajas (19) (más allá, por otra parte, de las últimas tendencias de reencuzamiento de la «obra social» hacia el ámbito sanitario, en detrimento del cultural) (20).

V. ALCANCE DE LAS ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS

Llegados a este punto, debe llamarse la atención sobre la escasez de iniciativas de colaboración público-privada, esto es, de proyectos en que agentes procedentes tanto de la administración pública como de las empresas actúan conjuntamente, en pro de nuestra cultura exterior. Hasta el momento nos hemos referido a actividades que, o bien se gestionan desde lo público, o bien se gestionan desde lo privado, pero sin apenas interconexión entre estas esferas. Este déficit de alianzas público-privadas viene motivado por la tardía introducción en nuestro país de esta fórmula de trabajo, a los recelos que todavía hoy provoca (como usurpación de lo público por lo privado, o viceversa) y al parón de inversión citado. Y ello pese a que esta fórmula de trabajo resulta idónea en el contexto actual: si algo nos enseñó el caso Odyssey es que no podemos estar al albur de un modelo privado, con tecnología y buenos arqueólogos, pero que sitúa los fines lucrativos por encima de la ciencia, frente a otro, público –que antepone la defensa del Patrimonio– pero tiene pocos medios para rescatar restos de naufragios y llevarlos a un museo. Sin el modelo público la cultura quedaría privatizada, pero sin el modelo privado, «la historia de *La Mercedes* se conocería solo en los ámbitos académicos» (21).

Es preciso advertir que el déficit no es radical. En este apartado cabe referirse a los casos de alianzas público-privadas de éxito, como el soporte tecnológico que Telefónica ha proporcionado al Instituto Cervantes, las subvenciones activadas por el ICEX en apoyo a la internacionalización cultural o la creciente participación de empresas privadas en los Años Duales, a través de unas nuevas entidades de signo bilateral que ampara el Ministerio de Asuntos Exteriores en su relación con los

(18) Para más detalle, véase: MINGUELLA, F., «El mecenazgo cultural internacional de las empresas: una contribución a la diplomacia pública», ARI 17/2010, Real Instituto Elcano, Madrid, 2010, a quien hemos acudido para extraer los ejemplos mencionados.

(19) Caja Madrid destinó 165 millones de euros desde 1991 a un Programa de Conservación del Patrimonio (MINGUELLA, F., *Tejiendo alianzas fructíferas. Guía para empresas e instituciones culturales*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría de Estado de Cultura, 2012). Tras la segregación de su negocio bancario en 2012, esta labor ha pasado a gestionarse por la Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid.

(20) No obstante, todavía en 2012, las fundaciones españolas se dedicaban, por orden de importancia, a los siguientes sectores (de forma no excluyente): educación-investigación (52%); cultura y recreo (46,5%); servicios sociales (35,3%); desarrollo y vivienda (27,7%) y sanidad (21%). AGEA RODRÍGUEZ, S., «Ley de Mecenazgo y las fundaciones de investigación y ciencia», en *Lychnos* 10, Cuadernos de la Fundación General CSIC, 2012.

(21) «El tesoro no estaba en el mar», Álvaro de Cózar, *El País*, 14/06/2014.

países prioritarios de nuestra política exterior: las denominadas Fundaciones-Consejo (22). A escala de la administración local, pueden citarse asimismo las relaciones que mantiene la Fundación Solomon R. Guggenheim con la administración vasca, cuyo rendimiento (conocido bajo el eslogan del «efecto Guggenheim») (23) se cifra en «212 millones de euros de aportación al PIB, frente a una inversión de 90 millones» (24), o el impacto que lograron el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat al invertir en la producción del largometraje dirigido por Woody Allen, *Vicky, Cristina, Barcelona*. En consecuencia, posiblemente sea en este nivel local donde el ámbito del Patrimonio pueda extraer mayores oportunidades de apoyo. Ahora bien, es cierto que el sistema español anda escaso de incentivos robustos que reconozcan el papel de sus empresas en la formación de la imagen exterior del país, o de instrumentos que, como la *Mission Mécénat*, dependiente del Ministerio de Cultura y Comunicación francés, apoyen la búsqueda de partenariados para proyectos culturales, también en el extranjero: fundada en 2003, esta *Misión* mantiene una red de «corresponsales» en las unidades centrales y locales del Ministerio y tiene por función coordinar y asesorar a funcionarios y agentes culturales en términos de patrocinio y difusión de nuevas leyes, impulsar cambios legislativos en línea con la armonización europea, desarrollar e incentivar el «círculo de patrocinadores y donantes» del Ministerio y respaldar la creación de fundaciones. A su vez, gestiona la búsqueda de patronos y empresas para financiar proyectos del Ministerio y de sus instituciones delegadas. Ciertamente, debe reconocerse la existencia en el caso español de una Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, parte de cuyo mandato está orientado a este mismo «impulso de la participación de la sociedad en los procesos de creación, dinamización cultural y obtención de recursos a través de programas de patrocinio, voluntariado y turismo cultural». Por lo demás:

«Otras medidas adicionales podrían ser la creación de premios para la valorización del mecenazgo cultural exterior, con una atención continuada y la publicitación de las buenas prácticas identificadas, así como otras iniciativas para promover el papel de las empresas en la cultura y del valor de esta misma, poniendo de relieve sus logros para el conjunto de la sociedad» (25).

No se trata ya, pues, de volver a renovar la ley de mecenazgo con el fin de incrementar los márgenes de desgravación fiscal, lo que también resulta necesario (una ley, la 27/2014, que finalmente no se ha aprobado de forma independiente, sino incluida en el articulado de reforma fiscal preparada por el Ministerio de

(22) En la actualidad existen ocho instituciones de este tipo: se trata de las Fundaciones-Consejo de Estados Unidos, Japón, Brasil, México, Rusia, India, China y Australia. Todas fueron creadas durante la primera década de 2000, salvo la de Estados Unidos, que data de 1998 (<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/FuncionesEstructura/Paginas/OrganismosVinculados.aspx>)

(23) En un ensayo del mismo nombre, ESTEBAN, I., *El efecto Guggenheim*, Anagrama, Barcelona, 2007, explicaba cómo los museos se construyen para regenerar el espacio urbano, promover el turismo y conseguir réditos de imagen.

(24) MARCO, E. y OTERO, J., «Colaboración público-privada en la acción cultural exterior», *Documento de Trabajo 3/2010*, Real Instituto Elcano, Madrid, 2010.

(25) MINGUELLA, F., «El mecenazgo cultural internacional...», *op. cit.* Ejemplo de estas prácticas lo ilustra el *Secretary of State's Award for Corporate Excellence* de Estados Unidos.

Hacienda y Administraciones Públicas) (26). Más bien, la meta consistiría en elevar a política pública o, cuando menos, a directriz a medio-plazo, este tipo de iniciativas en la que todos ganan: las empresas, al financiar proyectos que revierten positivamente en su imagen filantrópica y entrada en países extranjeros; y a los gobiernos, al beneficiarse de la agilidad operativa, el estatuto jurídico y el potencial comunicador del sector privado. Resulta en este sentido oportuno detenerse en la «Guía» elaborada por la profesora Minguella (27), de pasos a seguir cuando se emprenden esta clase de colaboraciones. Según observa, una alianza público-privada en el ámbito cultural «constituye una relación más profunda que un mero patrocinio». De acuerdo con su enfoque, el ciclo debe contemplar un plan que prevea los beneficios financieros y operativos, y también reputacionales, que implica todo proyecto. Por descontado, el acuerdo también debe explicitar un compromiso en el que queden delimitadas las responsabilidades competenciales, pero concediendo un margen de flexibilidad basado en la confianza mutua. Literalmente:

«Más que una estructura cerrada, es un proceso de interacción en el que las nuevas técnicas de gestión, las buenas prácticas y las alianzas se combinan potenciando los instrumentos de imagen y reputación para las empresas, dinamizando la economía de la cultura y aumentando su atractividad».

Una vez alcanzados los primeros resultados, resulta igualmente imprescindible asegurar el seguimiento de la alianza (bajo la batuta de los líderes institucionales), trazando una agenda viable. En este punto la evaluación resulta esencial, la cual ha de recurrir a mediciones cuantitativas y cualitativas (si bien la desventaja en las empresas culturales estriba en que a menudo su repercusión no es inmediata, gran parte de la cual radica en «intangibles»).

VI. CONCLUSIONES

La irrupción de fórmulas público-privadas en materia de proyectos culturales constituye un recurso propicio para ganar en eficacia y soslayar la dependencia de estas iniciativas a cargo de subvenciones públicas. Pese a la indudable novedad operativa que suponen estas asociaciones, con la debida perspectiva histórica no estamos ante un fenómeno tan alejado del que se produjo cuando los objetos de los gabinetes de maravillas del coleccionismo privado se abrieron al público y, en

(26) Según informó la Asociación Española de Fundación, a 11 de diciembre de 2014, en relación a la Reforma de incentivos fiscales al mecenazgo: La Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (BOE núm. 288 de 28 de noviembre), introduce modificaciones en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo. Las novedades afectan al incremento de los tipos de deducción aplicables al mecenazgo, por los donativos realizados por las personas físicas y/o jurídicas a fundaciones acogidas al régimen fiscal especial. Así, con efectos desde el 1 de enero de 2015: 1) Se incrementa el porcentaje de deducción aplicable por las personas físicas en su IRPF, del 25% al 30%, aunque para 2015 dicho porcentaje queda establecido en el 27,5%, y 2) Se estimula la fidelización de las donaciones, realizadas tanto por personas físicas como por personas jurídicas.

(27) MINGUELLA, F., *Tejiendo alianzas fructíferas... op., cit.* Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría de Estado de Cultura, 2012.

muchos casos, pasaron a formar parte de museos nacionales (28). En el contexto de crisis financiera de los últimos años, que ha determinado la implantación de una agenda de austeridad sobre el gasto público en Europa, las alianzas público-privadas constituyen una solución de viabilidad, siempre que la colaboración se desarrolle en un clima de corresponsabilidad y confianza mutua, bajo el objetivo de defensa y promoción de los intereses generales. Por su naturaleza jurídica no lucrativa y atención a tales intereses, las fundaciones (privadas, mixtas o estatales) emergen como instrumentos apropiados, aunque no únicos, para liderar dicha clase de alianzas. En nuestro país, la tardía promulgación de una normativa fundacional moderna no ha sido óbice para que el sector haya registrado una pujanza notable desde los años noventa, impulso que desde la segunda mitad de la década de 2000 se ha visto sofrenado por la recesión y la transformación paralela de la economía cultural.

Desde el punto de vista público, los Ministerios de Asuntos Exteriores y de Cultura vienen impulsando la creación de una arquitectura orgánica, cuyas instituciones más orientadas a la acción internacional son susceptibles de cooperar con el sector privado. El lanzamiento del proyecto Marca España, aun encuadrado en una filosofía de internacionalización y diplomacia económica, dota de sentido estatal al propósito de trabajar a favor de nuestra imagen cultural en conjunción con las empresas interesadas (si bien la Oficina apenas cuenta con capacidad para financiar iniciativas y se limita a funcionar como una unidad de coordinación y sinergia, canalizando el impacto de los logros del país en un mismo mensaje de cara al exterior) (29). Ciertamente, los activos culturales que acaparan más atención son aquellos vinculados a las industrias creativas y al arte contemporáneo, además de a la enseñanza de la lengua en el extranjero. El tratamiento singularizado que en términos de política exterior recibe el Patrimonio (comparativamente menor) cobra mayor fuste si acaso en el ámbito de la cooperación internacional. Por añadidura, la transformación digital del modelo de negocio apunta hacia una preponderancia de intercambio de servicios culturales, frente al de bienes culturales: un cambio no obstante que, como demuestra el *Google Art Project* (30), no tiene por qué resultar

(28) Para una historia del coleccionismo privado puede consultarse la obra de BLOM, Ph., *El coleccionista apasionado*, Ed. Anagrama, Barcelona, 2013. Resulta pertinente recordar que en el propio terreno de la Historia del Patrimonio se reproduce la distinción entre un modelo anglosajón, que fía más el cuidado de los bienes culturales al trabajo de particulares privados (la creación en Inglaterra de la Sociedad de Anticuarios de Londres, antecedentes de los conservadores, data de 1585), y un modelo continental que, con precedentes en la Ilustración, cristaliza en el sistema estatista que se institucionaliza con la Ley de Monumentos de 1830, o Ley Guizot (CHOAY, F., *Alegoría del patrimonio*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2007).

(29) Aun a título meramente informativo, su portal web (<http://marcaespana.es>) ofrece una sección dedicada al Patrimonio cultural, en la que se hace referencia a nuestro legado arqueológico y artístico, desde la cultura romana, paleocristiana, musulmana o mudéjar, hasta el arte renacentista, gótico o barroco. A su vez, enlaza un documento que enumera los bienes y sitios declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO.

(30) Plataforma online (<https://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project?hl=es>) desde la que se puede acceder a imágenes de alta resolución de obras de arte albergadas en museos asociados a la iniciativa. El proyecto se puso en marcha en febrero de 2011, en colaboración con 17 museos internacionales, como la Tate Gallery de Londres, el Rijksmuseum de Ámsterdam, los museos Reina Sofía y Thyssen Bornemisza de Madrid, o el de los Uffizi de Florencia. En 2012, Google firmó acuerdos de colaboración con 151 museos de 40 países, de modo que en la actualidad cuenta con más de 32.000 obras de arte procedentes de 46 museos. Esta expansión incluye obras

patrimonialmente lesivo y ante el que, desde España, la propia AECID ha reaccionado, lanzando una aplicación tecnológica, *EsTuCoo*, que hace referencia a la técnica utilizada en rehabilitación y restauración del Patrimonio (31).

En cualquier caso, la magnitud del reto digital, unido al estado germinal del mecenazgo internacional debiera estimular la reactivación de un verdadero plan de diplomacia cultural coordinado desde la administración pública y perfectamente compatible con las actividades de marca-país. Se trataría de implantar un programa que no solo definiese objetivos financieros o de imagen, sino que delimitase áreas competenciales de forma que, por ejemplo, la legítima explotación del turismo cultural no chocase con las exigencias constantes de protección, conservación, catalogación y valorización que requieren catedrales, centros históricos o sitios arqueológicos. Habría en suma que salvaguardar a los monumentos y al Patrimonio de su conversión en objetos de culto, como decía Alois Riegl, sin caer en la ingenuidad de sustraerlos de su potencial económico (32).

BIBLIOGRAFÍA

- AGEA RODRÍGUEZ, Silvero, «Ley de Mecenazgo y las fundaciones de investigación y ciencia», en *Lychnos* 10, Cuadernos de la Fundación General CSIC, 2012.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FUNDACIONES, «El sector fundacional español: datos básicos», 2011.
- BADILLO, Ángel, «Las políticas públicas de acción cultural exterior de España», Real Instituto Elcano, EEE 19/2014 - 16/6/2014, 2014.
- BLOM, Philipp, *El coleccionista apasionado*, Ed. Anagrama, Barcelona, 2013.
- CHOAY, Françoise, *Alegoría del patrimonio*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2007.
- ESTEBAN, Iñaki, *El efecto Guggenheim*, Anagrama, Barcelona, 2007.
- GOMÁ LANZÓN, Javier, «La madurez de las fundaciones, según la constitución: lo público, más allá de lo estatal», *Nueva Revista* núm. 91, 2004.
- MAEC-AECID, *Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española*, 2007.
- MAEC/MCU, Plan Nacional de Acción Cultural Exterior, 2011 disponible en http://www.aecid.es/galerias/home/descargas/PlanNacAccCult_A4.pdf.

procedentes de la Galería de Arte de Ontario, el Museo de Arte Islámico de Doha, el Museo de Arte de Hong Kong, etc. En otro orden de cosas, llama la atención la ambición expresada por el director de Google de recuperar obras como los budas saqueados por los talibanes a través de la nueva tecnología de las impresoras de 3D.

(31) La aplicación da a conocer los lugares que el Programa de Patrimonio de la AECID ha ayudado a desarrollar, además de que fomenta la atracción de turistas a las regiones rehabilitadas, suministrando información «sobre los centros históricos, sitios arqueológicos o paisajes culturales de interés» (Europa Press, 29/01/2015). Otro ejemplo lo proporciona la Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico, la cual aplica nuevas tecnologías a la protección y estudio del Patrimonio artístico, ante todo mediante el MHS (*Monitoring Heritage System*): un sistema de monitorización adaptado para registrar, evaluar y controlar la conservación de edificios con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de su gestión.

(32) RIEGL, A., *El culto moderno a los monumentos*, Machado Libros, Madrid, 2008.

- MARCO, Elvira y OTERO, Jaime, «La transformación de la diplomacia cultural española», *Revista Política Exterior* núm. 134 (marzo-abril), 2010.
- «Colaboración público-privada en la acción cultural exterior», *Documento de Trabajo* 3/2010, Real Instituto Elcano, Madrid, 2010.
- MARTEL, Frédéric, *Smart. Enquête sur les internets*, Éditions Stock, París, 2014.
- MINGUELLA, Francesca, «El mecenazgo cultural internacional de las empresas: una contribución a la diplomacia pública», ARI 17/2010, Real Instituto Elcano, Madrid, 2010.
- *Tejiendo alianzas fructíferas. Guía para Empresas e Instituciones Culturales*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría de Estado de Cultura, 2012.
- NOYA, Javier, *La imagen de España en el mundo*, Tecnos, Madrid, 2012.
- NYE, Joseph, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, Nueva York, 2004.
- RIEGL, Alois *El culto moderno a los monumentos*, Machado Libros, Madrid, 2008.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA, *Plan estratégico cultural 2012-2015*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012.
- UNIÓN EUROPEA, *Preparatory Action «Culture in EU external relations»*, Luxemburgo, 2014, disponible en http://cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2013/05/Executive-Summaries-ESP_13.06.2014.pdf.
- WU, Chin-Tao, *Privatizar la cultura*, Akal, Madrid, 2002.

