

Reflexiones sobre los principales obstáculos para las instituciones y proyectos culturales y para las empresas en la gestión de sus alianzas

En la reunión del Observatorio de las Alianzas de la Cultura de finales de 2019 se acordó distribuir a los miembros del mismo un Cuestionario cualitativo para profundizar en el conocimiento de algunos aspectos del sector, siguiendo con una actividad habitual de Cultura y Alianzas¹. El Cuestionario se envió justo antes de que se decretara el confinamiento, en marzo de 2020. Por ello todo el proceso se ha visto sometido a las dificultades propias de los presentes tiempos. Los cambios acaecidos han hecho que se complementara con conversaciones personales para garantizar la validez de las conclusiones en la nueva realidad. La pandemia del Covid19 ha representado para la Cultura una situación de crisis desconocida hasta el momento, con cierres y despido de personal en de todos los países, en un panorama desolador.

También en todos ellos las ayudas y medidas públicas se han puesto en marcha. En España es de destacar, por lo que a las alianzas se refiere, la temprana medida para las donaciones de los particulares de hasta 150 Euros², siguiendo con la tendencia de mejora de las aportaciones de los individuos, o micromecenazgo llamado también “mecenazgo popular” o “mecenazgo ciudadano”, que nos sitúa como líderes en este aspecto en la Unión Europea , y que juzgamos que debería completarse con la introducción de un mecanismo semejante al “5 por mil” italiano³, existente también en Portugal⁴ que convertiría efectivamente a la ciudadanía en “todos mecenas”.

En los subsectores líderes en alianzas, museos y música y artes escénicas la situación es de aguda crisis. La música y artes escénicas se hallan ante la dificultad de la reducción de aforos,

¹ <http://www.culturayalianzas.es/estudio-sobre-la-posicion-de-las-empresas-espanolas-en-relacion-con-sus-alianzas-con-las-instituciones-culturales-realizado-por-cultura-y-alianzas-y-la-camara-de-comercio-de-barcelona-con-la-subven/>

² <https://culturaymecenazgo.culturaydeporte.gob.es/guia-rapida/personas-fisicas.html>

³ <http://www.culturayalianzas.es/italia/>

⁴ <http://www.culturayalianzas.es/jornada-sobre-modelos-de-financiacion-mixta-de-la-cultura-en-europa-el-caso-de-portugal/>

junto con la percepción subjetiva del público respecto a su seguridad. Para hacer frente a todo ello han surgido interesantes iniciativas de monetización del "streaming", que podría adicionalmente acercar a nuevos públicos hasta ahora alejados por distintas razones como la distancia geográfica, la edad o los hábitos y que abren nuevas posibilidades de alianzas con empresas.

En los museos, en todos los países, no se ha recuperado el público debido a la práctica desaparición del turismo y a la falta de respuesta del público local, el cual fue víctima del "crowding-out" del turístico, algo a tener en cuenta en un futuro enfoque del turismo, que debería ser ciudadano y convivencial. También aquí se busca monetizar el acceso digital. Se pone nuevamente de manifiesto al valor del Arte como reserva de valor. Han acudido a la venta de obras para hacer frente a sus dificultades financieras instituciones culturales como el Museo de Brooklyn o el Covent Garden o empresas como British Air o Deutsche Bank. Museos y otras instituciones han movilizado de forma excepcional fondos especiales para hacer frente a los gastos corrientes.

Cuando se cumplen treinta años de la introducción del fenómeno en España⁵, las alianzas están firmemente establecidas como se demostró en la pasada crisis económica. Empresas e instituciones culturales tienen perfectamente incorporado el hábito del diálogo y el acuerdo en beneficio mutuo y de toda la sociedad. Deloitte en su estudio sobre los efectos del Covid19, dentro de su serie habitual sobre la situación de las empresas españolas, afirma que éstas no se plantean reducir sus aportaciones a acción social. Y McKinsey, también en una de sus publicaciones periódicas, afirma que se afianzará un "capitalismo de stakeholders". Otra cuestión es si entre sus intereses se hallará la Cultura, que con demasiada frecuencia no se ha incluido en la acción social. En este sentido resulta preocupante que la agrupación francesa de fundaciones y fondos de dotación convoque una jornada europea en la cual la Cultura no aparece como un ámbito prioritario. En cambio resulta esperanzador que en Estados Unidos, con el apoyo de las fundaciones Ford y Rockefeller, se haya creado un "pool" de instituciones destinado al estudio y reivindicación de las industrias culturales como "inversión de impacto", una consideración que siempre hemos defendido en Cultura y Alianzas. También las Cámaras de Comercio estadounidenses han defendido el valor de la Cultura.

En este entorno adquieren mayor relevancia los aspectos a mejorar para el establecimiento de alianzas que inquietan y motivan al sector y que se han puesto de manifiesto en las respuestas al citado Cuestionario.

Destaca en primer lugar el **factor humano**, la dificultad para encontrar profesionales preparados para el diálogo y el intercambio. Para las instituciones culturales resulta un asunto de la máxima preocupación encontrar en el mercado personal con adecuada formación para

⁵ *Revista de Occidente*, "El mecenazgo empresarial de la Cultura en España. De casi todo hace ya veinte años...", Minguella, F., Madrid, nº 367, diciembre 2011.

dialogar con las empresas y su punto de vista, detectando objetivos compartidos y con capacidad de innovación y adaptación de los proyectos a las necesidades de las empresas, mientras las empresas lamentan una escasa capacidad de innovación y adaptación por parte de las instituciones y proyectos culturales, al tiempo que les resulta difícil a ellas mismas contar con personal adecuado para el análisis de las propuestas o para una actividad proactiva.

Un inconveniente resaltado por ambas partes es **la percepción social de baja relevancia de la Cultura** respecto a otros ámbitos. Las especiales circunstancias actuales hacen **perentoria una decidida manifestación pública en este sentido**. En Europa ha destacado el caso de Alemania, con una total reivindicación del valor de la Cultura, no sólo por la correspondiente ministra sino por el propio Presidente del país, cosa que también se ha producido en Francia.

Aparece como inevitable una **"refundación" público-privada** del sector basada en la valorización de la Cultura, en la que el Estado permanezca como actor relevante y en que **la Cultura no se considere una "prioridad secundaria"** como ha sido habitual con frecuencia. También se reivindica un nuevo "New Deal" para la misma al tiempo que se señala el peligro populista de un excesivo **localismo regresivo** que vaya contra la básica búsqueda de la excelencia.

Las instituciones ven mejor la **sensibilidad hacia la Cultura por parte de los interlocutores empresariales**, quienes siguen lamentando cierta **dificultad de entendimiento** entre el mundo de la Cultura y el de la empresa.

En cuanto a los aspectos legislativos y fiscales, coinciden en ambos casos en que la **legislación no se adapta a la realidad** y en la necesidad de un **mejor trato fiscal**, que liberaría a las instituciones culturales de la necesidad de diseñar contraprestaciones complementarias. El **ambiente de permanente futura mejora** contribuye a mantener la convicción de un inadecuado trato fiscal. Dicha mejora, en línea con el "benchmarking" europeo, parece **inaplazable** con el fin de ampliar la base de empresas que apoyan la Cultura, como se ampliaría la base ciudadana con el "5 por mil".

Ambas partes coinciden en la necesidad de mejorar en el **análisis de las audiencias** por parte de las instituciones culturales, tarea en la que éstas se hallan ya implicadas

El inevitablemente elevado **coste** de los proyectos culturales no es visto como una dificultad por parte de las instituciones culturales, que lo tienen interiorizado, pero sí por las empresas que deben encajarlos en sus presupuestos. En cambio a las instituciones culturales les preocupa una posible escasa **rentabilidad** para las empresas, quienes, por su parte, mayoritariamente no creen que sea así, lo cual denotaría la **falta, y la necesidad, de un seguimiento y evaluación conjunta**.

Las empresas son sensibles a la **dificultad de localización de proyectos interesantes y adaptados** a la empresa y a la dificultad para las **aportaciones en especies o en servicios**. Esta última se tomaba en consideración en un proyecto de reforma de la legislación que no se ha producido. Las instituciones culturales son conscientes de su situación poco competitiva en el ámbito del **voluntariado corporativo**.

Octubre 2020