

ENCUENTRO
IBEROAMERICANO
SOBRE **FINANCIACIÓN**
DE LA **CULTURA**



Actas del Primer Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura

20-23 de noviembre 2012

Lima-Perú

Ana Yáñez (Ed.)

Entidades organizadoras:



FUNDACIÓN DE
Casas Históricas y Singulares



PERÚ

Ministerio de Cultura

Con el apoyo de:



Instituciones colaboradoras:



I.S.B.N.: 978-87-697-0664-0

Revisión: Sofía Gomes da Costa

©Copyright 2014

Los editores no se hacen responsables del material aportado por los distintos autores

ÍNDICE

Presentación y Agradecimientos	3
El apoyo desde el sector público	
La cultura como motor de desarrollo. Juan Martín	6
La colaboración público-privada: fórmulas clásicas y nuevos retos. Ana Yáñez	27
Apoyo financiero a la Cultura. Rafael Varón	34
Participación ciudadana y consulta a expertos en la toma de decisiones públicas. Ángel Moreno	42
El apoyo a proyectos culturales desde entidades públicas de carácter internacional	
SEGIB. Enrique Vargas	60
BID. Fidel Jaramillo	67
Embajada de Estados Unidos. Melissa Schumi	73
OEA. Graciela Meza	78
Iniciativas desde el ámbito privado	
El impacto de la cultura en la innovación técnica y social. Nuevas políticas para emprendimiento cultural. Pau Rausell	95
Alianzas de la cultura con otros sectores de actividad: el caso del Centro Histórico de Quito. Dora Arízaga	107
Desafíos del patrocinio cultural. Margo Hajduk	118
Cultura y sostenibilidad. Una visión transversal desde la responsabilidad corporativa. Alejandro Denes	132
Entidades privadas que apoyan acciones culturales	
World Monument Fund. Juan Pablo de la Puente	140
Fundación ILAM. Georgina DeCarli	147
Fomento Cultural Banamex. Ignacio Monterrubio	159
Fundación Backus. Magdalena Morales	170
Fundación BBVA. Mercedes Castro	178
Indicadores económicos de proyectos culturales: ¿hacemos bien las cosas? Alicia Castillo	195
Experiencias concretas	
El mapa del mecenazgo hispanoamericano, tensiones políticas y desafíos jurídicos en la relación pública y privada para el financiamiento de la cultura. Cristian Antoine	209
Cultura en construcción. La experiencia de los Fondos de Incentivo Cultural en Uruguay. Alejandro Denes	237
Centro histórico “vivo” de Lima: inversión y rentabilidad social-financiera para su revitalización. Silvia de los Ríos	242
Museo de Arte de Lima: un ejemplo de colaboración público-privada. María Teresa Normand	257
Impactrimonio. Pau Rausell	268

La evaluación de proyectos culturales de la AECID. Juan Sánchez	277
La experiencia de Puebla (México) en la recuperación del patrimonio edificado. Carlos Montero	285
Salvando la cuna de la civilización Maya. Un modelo de cooperación público-privada en Guatemala. Claudia Rosales y Rosales	293
Los incentivos económicos para los propietarios de inmuebles declarados Patrimonio Cultural	
World Monument Fund. Juan Pablo de la Puente	311
Fundación Casas Históricas y Parques de Chile. Cecilia García-Huidobro	319
El Instituto Riva-Agüero	322
Proyectos Culturales	
Restauración y puesta en uso de la Casona “Casanova” como Centro Cultural de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann	332
Colegios con Historia	339
Proyecto de investigación arqueológica y puesta en valor del Complejo Arqueológico Garagay	347
Gestión y puesta en valor del Centro Histórico y del Patrimonio Arquitectónico del Distrito de San Jerónimo de Tunán	354
Centro de Interpretación Cultural de la Ciudad de Lampa: puesta en valor y restauración de la Casa de la Oca	365
Valorización del Patrimonio Cultural de la nación mediante la recuperación de la Fortaleza de Collique y Muralla de Tungasuca	370
Poquen Cancha	377
Conclusiones	382

PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

El libro de Actas del *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura: una responsabilidad compartida entre el sector público y privado* es el resultado del foro que, con el mismo nombre, tuvo lugar en Lima entre el 20 y el 23 de noviembre de 2012. Tras el trabajo intenso de un año, las ponencias de los expertos, las intervenciones de los participantes y las sugerencias recogidas por diferentes medios, podemos reunir en esta publicación los aspectos más interesantes allí planteados.

Cuatro meses después de celebrado el *Encuentro* fuimos invitados a presentar las conclusiones del mismo en la [Quinta Reunión Ordinaria de la Comisión Interamericana de Cultura](#), de la Organización de los Estados Americanos (OEA), celebrada los días 21 y 22 de marzo de 2013 en su sede de Washington. Ello supuso un impulso a nuestra labor y el proyecto adquirió una proyección internacional más amplia de la prevista. Esta circunstancia no hubiera tenido lugar sin Rafael Varón y Graciela Meza, a quienes agradecemos sus iniciativas.

Como puede imaginar el lector, esta obra es producto del trabajo de muchas personas a las que debemos agradecer su apoyo para que el proyecto pudiera desarrollarse. Por ello, queremos hacer una especial mención de la [AECID](#), organismo español de cooperación internacional y desarrollo que prestó atención a nuestra propuesta y la financió a través de su Convocatoria Abierta y Permanente de 2011. También agradecemos a nuestros tres socios locales en el Perú, el [Ministerio de Cultura](#), el Instituto Riva Agüero y el Centro de Investigación, Documentación y Asesoría Poblacional (CIDAP), su confianza aun cuando el proyecto estaba en sus primeras fases de redacción y su apoyo determinante para conseguir la financiación que requería la ejecución del mismo. Destacamos especialmente el trabajo de la Dirección General de Defensa del Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura y en concreto de Blanca Alva y Jerka Guerrero, verdaderas artífices del *Encuentro*, y de todo su equipo, sin cuya ayuda difícilmente el resultado hubiera sido tan satisfactorio. En el Perú este tema nunca había sido abordado en un evento de envergadura y las expectativas concitadas resultaron en una inscripción y asistencia masiva de representantes de todos los sectores culturales; es muy gratificante para todos los que participamos en la organización del *Encuentro* que el producto del mismo no se limite a la presentación de estos textos sino que además haya contribuido en el Perú a crear nuevos foros locales de reflexión y debate sobre la importancia de la financiación de la cultura y en



especial de la protección del Patrimonio Cultural. Así mismo, es una buena ocasión para agradecer el soporte constante y diario de los miembros de la [Fundación de Casas Históricas y Singulares](#), pues gracias a ellos podemos desarrollar nuestro trabajo en la defensa del Patrimonio Cultural; también es un buen momento para agradecer a nuestros miembros corporativos, la [Fundación Ramón Areces](#), la [Fundación BBVA](#) y la [Fundación Mapfre](#), que se hayan unido a nosotros en esta labor de mantenimiento de los bienes históricos. Por último, agradecemos su apoyo a los ponentes, a los asistentes a las diferentes conferencias del *Encuentro*, a los participantes, a los que presentaron los proyectos que pudimos conocer el último día y a todos los que creen que merece la pena trabajar por lograr un entendimiento razonable entre el sector público y el sector privado en lo que se refiere a la financiación de la cultura. A ello vamos a seguir destinando nuestros esfuerzos desde la Fundación de Casas Históricas y Singulares y esperamos poder presentar nuevos resultados en breve.



El apoyo desde el sector público



MARCO GENERAL DE LA CULTURA COMO MOTOR DE DESARROLLO

JUAN MARTÍN

Profesor del Departamento de Economía Aplicada V de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (Universidad Complutense de Madrid)

1. Cultura, desarrollo y economía

Desde el propio título de esta ponencia, los términos cultura y desarrollo plantean una relación singular, sobre todo porque asociado a la noción de desarrollo encontramos, no sólo, pero desde luego, el ámbito de lo económico. Podríamos decir que es casi un lugar común el distanciamiento (por evitar el término más rotundo de enfrentamiento) entre las posiciones “culturalistas” y “economicistas”. Sin embargo, en las últimas décadas puede constatarse una fructífera aproximación entre ambos planteamientos, merced a la ampliación de la perspectiva que se ha venido gestando en el ámbito de la ciencia económica.

La denominada Economía de las Artes o de la Cultura surge como línea de investigación sustantiva en el seno de la ciencia económica en tiempos relativamente recientes. Se suele tomar como su origen la obra de Baumol y Bowen, *Performing Arts: The Economic Dilemma* publicada en 1966, donde queda planteado el problema de la llamada “enfermedad de los costes”, que radica en que en este tipo de actividades culturales (como en otras muchas del sector servicios) con grandes dificultades para absorber los avances tecnológicos y reducir así, por ejemplo, las necesidades de mano de obra, su productividad permanece estancada, aumentando sus costes de producción por encima de la media.

En los primeros años setenta se creó la [Asociación Internacional para la Economía de la Cultura](#), que desde 1977 publica su revista [Journal of Cultural Economics](#). En 1976, Mark Blaug edita una primera recopilación de artículos sobre el tema (que ampliará en 2001). Pero es en la última década del siglo pasado cuando empieza a cobrar mayor fortaleza esta línea de investigación, que abarca distintos campos con características diferenciadas: desde las industrias culturales, pasando por las obras representadas, al Patrimonio Histórico.

Precisamente en relación con este último ámbito, en 1994 el reputado economista sir Alan Peacock presenta al Patrimonio - en afortunada y sintética frase - como “un futuro para el pasado” enfatizando la virtualidad de éste como recurso económico. En esa misma dirección profundizan los trabajos del International Council on Monuments and Sites ([ICOMOS](#)), [Conservation Economics](#) (1993) y [Report on Economics of Conservation](#) (1998). Simultáneamente, en un encuentro celebrado también en 1998 entre los principales especialistas en economía de la cultura y en particular del Patrimonio, promovido por la [Fundación Getty](#), se establecieron los



que podemos considerar temas principales de esta línea de investigación, planteándose como dos aspectos distintos pero interdependientes los concernientes a la conservación (“valuation”) y a la puesta en valor (“valorization”) del mismo. Los cuatro temas que se consideraron fundamentales (y que han venido orientando los trabajos posteriores) fueron:

- 1) Los fallos del mercado en la asignación de los bienes culturales, por su condición de bienes públicos que generan externalidades positivas.
- 2) El valor del Patrimonio Histórico.
- 3) Los agentes implicados en su conservación y valorización, así como los beneficiarios de la misma.
- 4) La intervención institucional en este ámbito y en sus distintas modalidades: intervención directa, subvenciones, incentivos fiscales, regulaciones, etc.

2. El papel de las instituciones

En paralelo al surgimiento y consolidación de la economía de la cultura como paradigma científico, se ha ido produciendo el reconocimiento institucional de la importancia del Patrimonio Cultural y su vinculación con el desarrollo socio-económico. Esto ha sido así a todos los niveles: internacionales, europeos, estatales, regionales y locales; poniendo de manifiesto el carácter “glocal” de la valorización del Patrimonio.

Un primer referente histórico a nivel mundial lo establece la Organización de Naciones Unidas (ONU) con la creación de la [UNESCO](#), organización que ha desempeñado un papel fundamental en la difusión de un concepto de cultura caracterizado por ser el motor de un desarrollo equilibrado y necesario para la integración organizada de los pueblos. Su andadura tuvo como uno de sus primeros pasos la [Convención sobre la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural](#), firmada en París el 21 de noviembre de 1972. Después vendría la “Década Mundial sobre Cultura y Desarrollo” (1988-1997), que se materializó en varios documentos entre los que destaca *Políticas culturales para el desarrollo* (1998), aprobado por la Conferencia Intergubernamental de Estocolmo.

También los trabajos de ICOMOS (alguno ya se ha citado) han contribuido internacionalmente a configurar el turismo cultural como una estrategia que permite conservar a largo plazo el Patrimonio Cultural y contribuir al desarrollo económico y social de un territorio, siempre que se plantee con las suficientes precauciones para no poner en peligro la integridad de los bienes culturales. Así queda recogido en la [Carta Internacional sobre Turismo Cultural](#) del año 1999.

Este planteamiento ha sido plenamente asumido por la Unión Europea. Este aspecto del Patrimonio Cultural como factor económico de sostenibilidad, de desarrollo local y de cohesión social, viene siendo señalado desde hace más de tres décadas por el

Consejo de Europa. Desde la “Primera Conferencia de Ministros responsables de la salvaguarda y reanimación del Patrimonio Cultural Inmobiliario” (Bruselas, 25-27 de noviembre de 1969) hasta las más recientes recomendaciones, pasando por la [Declaración de Ámsterdam](#) (Congreso de Patrimonio Arquitectónico Europeo de 1975) o la conocida como [Convención de Granada](#) (1985, ratificada por España en 1987), el Consejo de Europa, haciendo cada vez más hincapié sobre el tema, ha defendido la consideración del Patrimonio Cultural como un recurso económico con notable capacidad para incidir en la regeneración urbana y en el desarrollo local.

Con el [Tratado de Maastricht de 1992](#), la cultura quedó incorporada como nuevo ámbito de su competencia, ya que se entiende que la integración europea no puede circunscribirse sólo al terreno tradicional de las actividades económicas y comerciales, siendo necesario impulsar un sentimiento de pertenencia a la Unión en su ciudadanía al que la cultura contribuye de manera decisiva. En tal sentido, el Programa Marco “Cultura 2000” y sucesivos, han fijado como uno de sus campos de actuación - y financiación - el de la conservación y protección del Patrimonio Cultural europeo, enfatizando a su vez el papel de la cultura no sólo como factor de integración social, sino también como factor económico.

A su vez, la [Declaración de Helsinki](#) (mayo 1996) establece en el punto quinto, después de considerar el Patrimonio Cultural como recurso económico y la necesidad de su inclusión en el proceso de un desarrollo sostenible, que “el crecimiento del turismo cultural puede contribuir al desarrollo y a la revitalización regional, si bien puede crear tensiones sobre el patrimonio cultural y afectar a la calidad de vida de la comunidad. Se deben buscar políticas y estrategias de turismo cultural dentro de la perspectiva de un uso equilibrado y sostenible del patrimonio, preservando las posibilidades de uso para las generaciones futuras. Se deben encontrar modelos específicos de desarrollo del turismo cultural sin reproducir los esquemas habituales del turismo de masas”.

Toda esta trayectoria de progresivo reforzamiento de la consideración del Patrimonio Cultural en Europa alcanzó su punto álgido con el cambio de siglo. Primero con su inclusión entre los objetivos de la “Conferencia de Lisboa” (acentuando la importancia del sector cultural por su vinculación con la sociedad del conocimiento y su contribución al crecimiento económico, la creación de empleo y la cohesión social) y la “Agenda de Gotenburgo” (que lo pone en relación directa con el desarrollo sostenible y la protección medioambiental) del año 2000.

Actualmente, la importancia del Patrimonio Cultural en la legislación europea se plasma en el artículo 167 del [Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea](#) y en la implementación de actuaciones específicas, tales como el Programa “Cultura 2007-2013” y su heredero “[Cultura Creativa](#)”, la “Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización” (2007) - y su concreción en sucesivos Planes de Trabajo en Materia de Cultura (2008-2010 y 2011-2014) - o la creación del “Sello de

Patrimonio Europeo” en 2011, todo lo cual dibuja, en definitiva, un amplio horizonte para la preservación y valorización del Patrimonio Cultural a nivel europeo.

3. Delimitación del sector cultural

Antes de seguir profundizando en la relación entre cultura y desarrollo, parece obligado detenerse a delimitar con claridad qué entendemos por cultura en este contexto. Para ello, me remitiré a una de las fuentes de referencia en mi país, como es la [Cuenta Satélite de la Cultura en España](#) (CSCE) elaborada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte con el apoyo metodológico del Instituto Nacional de Estadística. Se trata de una operación estadística de periodicidad anual cuyo objetivo esencial es proporcionar un sistema de información económica relacionado con la cultura. Diseñada como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, permite estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española. Agrupa en un sector global (cultura) a múltiples actividades de carácter cultural¹.

En la delimitación del ámbito cultural, la CSCE tiene en cuenta como punto de partida los trabajos metodológicos desarrollados por la Oficina Estadística de la Unión Europea ([EUROSTAT](#)) desde el año 1997, que tuvieron como uno de sus principales objetivos la definición de un ámbito cultural común, en la medida de lo posible, a todos los países europeos².

Concretamente, los sectores considerados dentro del ámbito cultural son:

Patrimonio	Archivos y bibliotecas	Libros y prensa	Artes plásticas	Artes escénicas	Audiovisual y multimedia
Monumentos históricos	Archivos	Libros	Pintura	Teatro	Cine y vídeo
Museos	Bibliotecas	Periódicos y revistas	Escultura	Ópera	Música grabada
Sitios arqueológicos			Fotografía	Zarzuela	Radio y televisión
Otros			Arquitectura	Danza	Otros
			Otros	Conciertos	
				Multidisciplinar y otros	

Más allá de esa primera delimitación, la metodología de la CSCE desagrega los sectores culturales en una doble dimensión que distingue entre actividades características

¹ La metodología aplicada en la CSCE fue desarrollada en un proyecto de investigación anterior financiado por el Ministerio de Cultura: “El valor económico de la cultura en España 2000-2004”.

² Este marco europeo ha sido tomado como referencia, estableciéndose algunas diferencias respecto al mismo que, en la mayor parte de los casos, se deben fundamentalmente a motivos instrumentales.

(producción de bienes y servicios culturales en sentido estricto) y auxiliares (poseen en general una indudable connotación cultural o permiten obtener productos que facilitan el uso y disfrute de bienes y servicios culturales).

Cuadro 3.2. ACTIVIDADES CULTURALES CARACTERÍSTICAS Y AUXILIARES SEGÚN SECTORES Y FASES

	Patrimonio	Archivos y Bibliotecas	Libros y Prensa	Artes plásticas	Artes escénicas	Audiovisual y multimedia	
Actividades características	Creación		Creación de trabajos literarios y artículos de publicaciones periódicas	Creación de artes plásticas y visuales, restauración. Arquitectura	Creación de trabajos escénicos, musicales, teatrales, coreográficos, etc.	Creación de trabajos cinematográficos, audiovisuales y multimedia	
	Producción	Actividades de conservación de lugares y edificios históricos y de museos	Actividades de bibliotecas y archivos	Edición de libros periódicos y revistas Actividades de agencias de noticias y agentes literarios	Edición de reproducciones de grabados, Litografías, etc. Actividades de fotografía	Producción de espectáculos escénicos (tales como teatro, danza, ópera o conciertos) y otras actividades relacionadas	Producción y servicios artísticos de cinematografía y vídeo, de música grabada, de programas de radio y televisión y otros trabajos multimedia o vinculados
	Fabricación			Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas			Reproducción de soportes de vídeo o sonido grabados
	Difusión y distribución			Difusión y comercio de libros, prensa y publicaciones periódicas	Difusión y comercio de artes plásticas, galerías de arte y anticuarios	Difusión de espectáculos escénicos y musicales	Difusión, comercio, alquiler, exhibición y emisión de productos vinculados
	Actividades de promoción y regulación	Promoción y regulación de las actividades culturales	Promoción y regulación de las actividades culturales	Promoción y regulación de las actividades culturales	Promoción y regulación de las actividades culturales	Promoción y regulación de las actividades culturales	Promoción y regulación de las actividades culturales
	Actividades educativas	Actividades educativas vinculadas tales como Conservación o Restauración	Actividades educativas vinculadas tales como Biblioteconomía o Documentación	Actividades educativas vinculadas tales como Literatura o Periodismo	Actividades educativas vinculadas tales como Bellas Artes, Historia del Arte, Artes Plásticas, Diseño o Arquitectura	Actividades educativas vinculadas tales como enseñanzas de la danza o de arte dramático	Actividades educativas vinculadas tales como Comunicación Audiovisual o de Imagen y Sonido o Historia de la Música
Actividades auxiliares	Fabricación			Fabricación de material fotográfico	Fabricación de instrumentos musicales	Fabricación de soportes vírgenes para la grabación	
					Fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen		
					Fabricación de equipos fotográficos		
					Comercio al por mayor de artículos auxiliares de la cultura		
	Comercio y reparaciones				Comercio al por menor de artículos auxiliares de la cultura		
	Otros				Reparación de aparatos domésticos eléctricos vinculados a la cultura Agentes de colocación de artistas		

Fuente: CSCE, Metodología.

La amplitud y la heterogeneidad que caracteriza al sector cultural queda de manifiesto considerando que, sobre esta última clasificación, la CSCE aún añade otras actividades complementarias relacionadas con la cultura y la propiedad intelectual, que aunque exceden el ámbito cultural, resultan esenciales para comprender el conjunto del sector creativo. Fundamentalmente consiste en incorporar los sectores de Informática con actividades vinculadas con la propiedad intelectual y la Publicidad³.

4. Aportación a la economía: la cuenta satélite de la cultura en España

Para hacernos una primera idea de cuál es la aportación de la cultura a la actividad económica, recurriremos a esa misma fuente, la Cuenta Satélite de la Cultura en

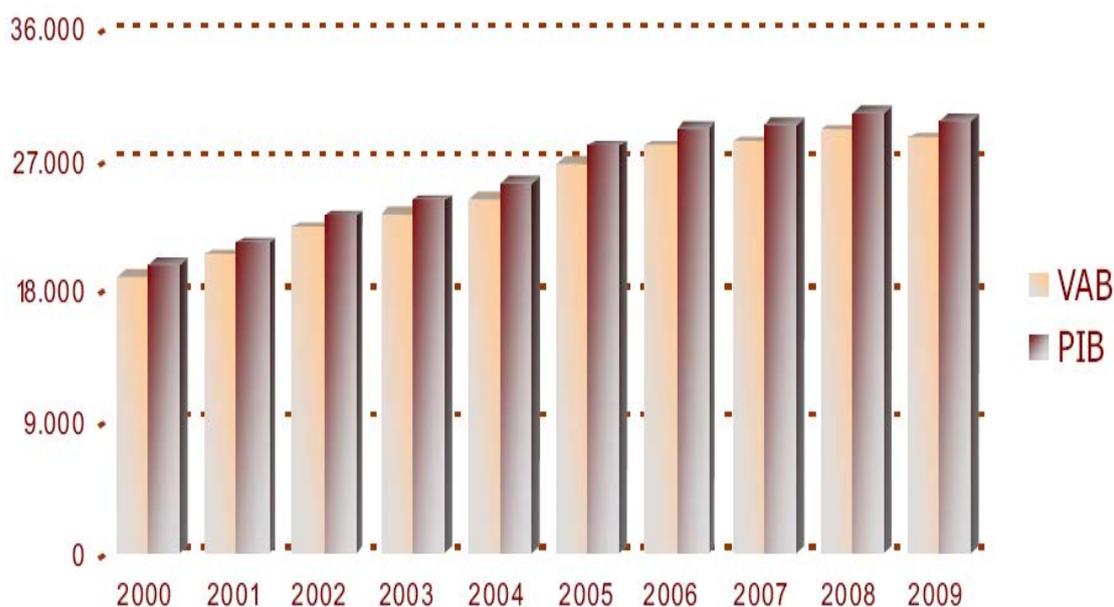
³ Según las propias estimaciones de la CSCE el 70% de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual se corresponde con el ámbito cultural, siendo el restante 30% la aportación adicional de las actividades de publicidad e informática. Ese solapamiento impide que puedan sumarse sin más las magnitudes correspondientes a ambos sectores. Ello no es obstáculo para que puedan considerarse como dos perspectivas paralelas de la contribución de la cultura a la actividad económica.

España. Las últimas cifras disponibles, en términos de impacto sobre el VAB y el PIB españoles (es decir, de participación en el conjunto de la oferta productiva), son las referidas al período 2000-2009.

Lo primero que se constata es el crecimiento experimentado en esa década, a pesar del ligero descenso de 2009. Así, el VAB de las actividades culturales pasa de 19.080 millones de euros en 2000 (en términos corrientes) a 28.614 millones en 2009. En términos de PIB, el salto es de 19.833 millones a 29.753 millones de euros, lo que supone una tasa de crecimiento medio anual del 4,6% (siempre en euros corrientes).

Evolución del VAB y del PIB de las actividades culturales

(Valores absolutos en millones de euros)

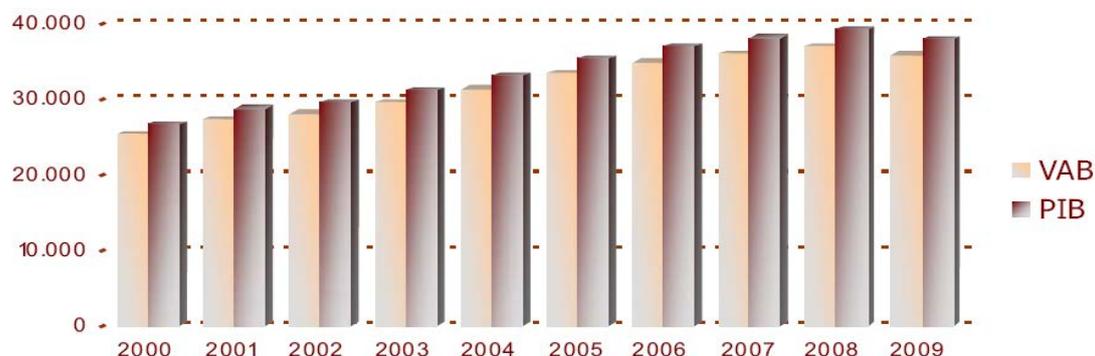


Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009

Otro tanto sucede con el conjunto de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, que suponían un VAB de 25.236 millones de euros en 2000 y de 35.813 millones en 2009. En términos de PIB se pasa de los 26.630 millones de euros en 2000 a los 37.775 millones diez años después, lo que supone una tasa media de incremento anual del 4%.

Evolución del VAB y del PIB de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual

(Valores absolutos en millones de euros)



Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009

Estas estimaciones monetarias supusieron en relación con el VAB y el PIB totales de la economía española para el conjunto del período 2000-2009, una aportación media de en torno al 3% en el caso de las actividades culturales y de aproximadamente el 4% en el de las vinculadas con la propiedad intelectual.

Participación en el VAB y en el PIB de las actividades culturales y vinculadas con la propiedad intelectual.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(P)	2009(P)	Media
Actividades culturales											
En porcentaje del VAB total	3,3	3,3	3,4	3,3	3,2	3,3	3,2	3,0	2,9	2,9	3,2
En porcentaje del PIB total	3,1	3,1	3,2	3,1	3,0	3,1	3,0	2,8	2,8	2,8	3,0
Actividades vinculadas con la propiedad intelectual											
En porcentaje del VAB total	4,4	4,4	4,2	4,2	4,1	4,1	4,0	3,8	3,7	3,7	4,1
En porcentaje del PIB total	4,2	4,2	4,0	4,0	3,9	3,9	3,8	3,6	3,6	3,6	3,9

Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009

Para tener una idea más clara de lo que suponen esos porcentajes, basta comparar las aportaciones de los dos conjuntos de actividades mencionados con las del resto de sectores económicos considerados en el sumatorio del VAB total de la economía

española. Como muestra el cuadro siguiente, la aportación de las actividades culturales es superior a la del sector energético y la de las vinculadas con la propiedad intelectual también lo es con respecto al VAB del sector primario (agricultura, ganadería y pesca).

Participación en el VAB total de ramas de actividad y de las actividades culturales y vinculadas con la propiedad intelectual.

Porcentaje del Valor Añadido Bruto total	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(P)	2009(P)	Media
Agricultura, ganadería y pesca	4,4	4,3	4,0	4,0	3,6	3,2	2,8	2,9	2,7	2,6	3,4
Energía	2,8	2,7	2,6	2,7	2,7	2,8	2,6	2,6	2,8	2,9	2,7
Industria	18,1	17,6	16,9	16,3	15,8	15,4	15,1	14,7	14,2	12,4	15,7
Construcción	8,3	8,9	9,4	9,9	10,6	11,5	12,1	11,9	11,4	10,8	10,5
Servicios	66,4	66,6	67,0	67,1	67,3	67,1	67,4	67,9	68,9	71,3	67,7
TOTAL	100										
Actividades culturales	3,3	3,3	3,4	3,3	3,2	3,3	3,2	3,0	2,9	2,9	3,2
Actividades ligadas a la propiedad intelectual	4,4	4,4	4,2	4,2	4,1	4,1	4,0	3,8	3,7	3,7	4,1

Para 2008 y 2009 estimación provisional

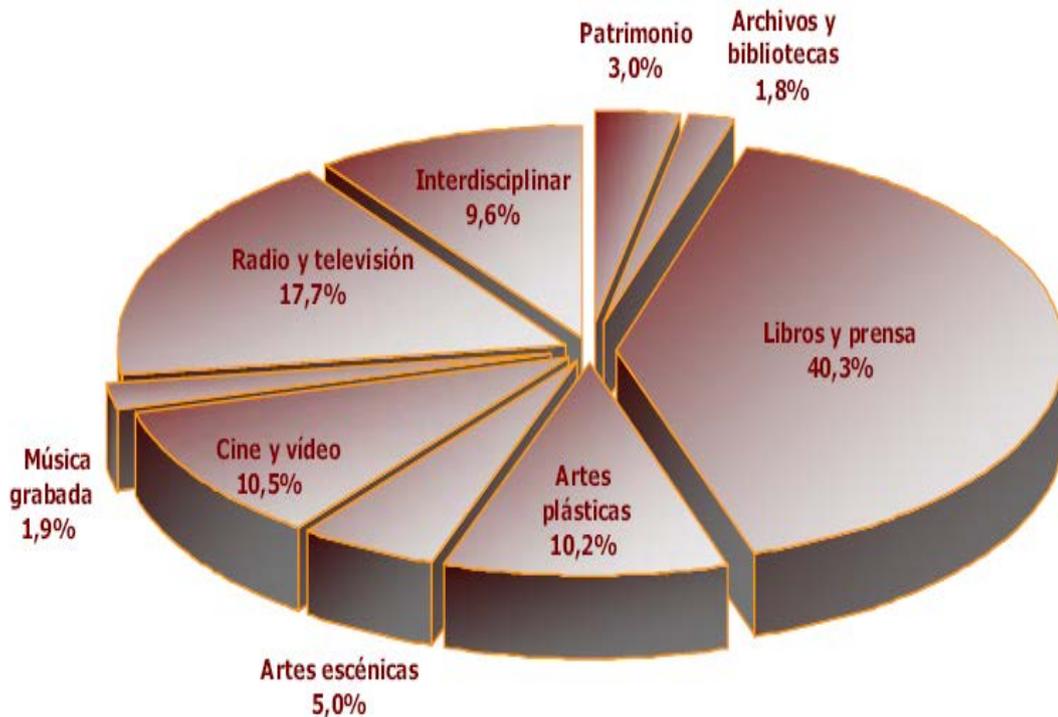
Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009

En cuanto a la distribución por subsectores de la aportación de las actividades culturales al PIB, la media del período 2000-2009 indica que “libros y prensa” tiene el mayor peso (40%), seguido de “radio y televisión” (18%). El sector Patrimonio Cultural representa un 3% del total.

Aportación de las actividades culturales al PIB por sectores

(Media del periodo 2000 – 2009)

(En porcentaje del PIB cultural)



Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009

Los datos aportados por la CSCE para España se encuentran en consonancia con las estimaciones hechas para otros países. Aunque escasas y de carácter casi tentativo⁴, destaca el estudio de la OCDE [International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture](#). Ofrece datos de principios de los años 2000 para Australia, Canadá, Francia, Reino Unido y Estados Unidos.

⁴ "These data are initial estimates and should be interpreted with extreme caution", Gordon y Beilby-Orrin (2006), pp. 40.



El valor económico de la cultura en España

Aportaciones de la Cultura al VAB/PIB en varios países.

	Australia	Canadá	Francia	Reino Unido	EEUU	España (*)
	98-99 %PIB	2002 %PIB	2003 %VAB	2003 %VAB	2002 %VAB	2000-04 %PIB
Patrimonio, archivos y bibliotecas	n.d	0,3	n.d	n.d		0,1
Artes plásticas, escénicas y música	0,2	0,3	0,5	0,6	0,3	0,3
Libros y prensa	1,2	1,8	0,8	2,1	1,1	1,3
Cine, vídeo y fotografía	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4
Radio y televisión	0,6	0,5	0,3	0,9	1,0	0,6
Interdisciplinar						0,3
TOTAL	2,4	3,3	2,0	3,9	2,8	3,0

Fuente: Para España elaboración propia, para los restantes países International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture (OCDE)
(**) Incluye determinadas actividades auxiliares excluidas de los restantes países

14

5. Pero ¿por qué apostar por la inversión en Cultura frente a otro tipo de actividad?

Comprobado que el sector cultural es un importante ámbito de actividad económica, surge no obstante una nueva pregunta. Tal vez la pregunta decisiva: pero ¿por qué apostar por la inversión en cultura frente a otro tipo de actividades productivas? En definitiva, se trataría de indagar en si este tipo de actividades poseen alguna/s especificidad/es que le otorguen ventajas comparativas frente al sinfín de usos que se puede dar a los recursos, siempre escasos (al menos en términos relativos), de la sociedad.

La literatura sobre Economía de la Cultura ya ha aproximado algunas conclusiones al respecto.

a. Capital cultural: un concepto nuclear.

Es David Throsby el que acuña y desarrolla el término de capital cultural. Se define éste como un activo que incluye, atesora o da origen a un valor cultural, además del valor económico que pueda tener. Como cualquier otro tipo de capital, el cultural presenta una doble faceta: stock (activos) y flujo (de los servicios a él vinculados). Puede así ser valorado en términos del coste dedicado a la



conservación de ese stock y/o de los flujos (directos, indirectos e inducidos) que rinden los servicios que lleva asimilado. En cualquier caso, lo peculiar del capital cultural es que encierra dos tipos de valor, el económico y el cultural. Este último (a diferencia del económico), de esencia cualitativa e intangible, sólo puede expresarse por aproximaciones, de complicada - si no imposible - cuantificación.

Bruno Frey, en su conocida obra *La economía del arte*, disecciona el contenido de esa esencia cualitativa e intangible (valor simbólico) de los bienes culturales. Así, habla de: un valor de existencia, ya que independientemente de que se dé (o no) un disfrute directo de esos bienes culturales, la población se beneficia del hecho de que la cultura exista; valor de prestigio, vinculado al anterior y que guarda relación con el papel que juegan respecto a la cohesión social e identitaria de una nación o región; valor de opción, como posibilidad abierta de disfrute futuro para el individuo que renuncia a su disfrute presente; valor educativo, en tanto en cuanto contribuye a la formación y desarrollo de las capacidades estéticas y creativas personales y de la sociedad en su conjunto; valor de herencia o legado, es decir, de transmisión a las generaciones futuras.

Lo que queda claro, como ya se apuntó, es que valor económico y valor simbólico del capital cultural van indisociablemente unidos y que, por tanto, las acciones y políticas encaminadas a potenciarlo no pueden - ni deben - ignorar a ninguno de ellos.

b. Capital social: vertebración de la sociedad.

La recuperación y activación del Patrimonio Cultural, la dinamización y proyección del legado cultural e histórico, contribuyen al desarrollo económico y social. Favorece la integración de los diferentes colectivos sociales, prestando especial atención a su formación y concienciación y a la mejora de la convivencia. Fomenta la promoción de pequeñas empresas - culturales, turísticas, artesanales - que inciden en el desarrollo sostenible de la zona.

c. Integración en el territorio: paisaje cultural y antropológico.

La puesta en valor del Patrimonio Histórico que toma como referencia el turismo cultural, fomenta el desarrollo integral del territorio, tanto a nivel económico como social y cultural. La revitalización económica de muchos territorios puede ser impulsada por actuaciones relacionadas con el Patrimonio y la cultura. La gestión cultural orientada al desarrollo socioeconómico ha de ser coherente con la situación del entorno (paisaje cultural) y sus habitantes (paisaje antropológico).

d. Carácter estratégico: fuente de recursos.

Los elementos integrantes del Patrimonio Histórico también constituyen, merced a su puesta en valor mediante actuaciones de preservación y "explotación" racional, un apreciable stock de recursos susceptibles de ser empleados para contribuir al desarrollo socio-económico. Esa potencialidad se torna aún más atractiva en tanto que, muchas veces, se trata de un activo presente en territorios que padecen



limitaciones o carencias en su actividad económica y recursos productivos, con escasas alternativas de desarrollo, hasta el punto de convertirse en un decisivo elemento dinamizador, no sólo de la economía, sino del conjunto de la vida local.

- e. Sostenible: Patrimonio Cultural y sostenibilidad, dos caras de la misma moneda. En la Economía de la Cultura el concepto de sostenibilidad tiene una especial relevancia, desde una doble perspectiva. Por una parte, por la consideración de la preservación del Patrimonio Histórico como estrategia de impulsión de un desarrollo económico sostenible. Por otra, porque la activación de los recursos vinculados con el Patrimonio Cultural requiere, dada su naturaleza, una utilización responsable de los mismos, que impone la sostenibilidad como criterio *sine qua non*.

No podemos olvidar que la primera condición para el aprovechamiento de las potencialidades que el Patrimonio Cultural atesora es su preservación, la protección del mismo. La transmisión del legado cultural a las generaciones futuras no puede quedar expuesta por el disfrute de la presente. Es inevitable, por tanto, la necesidad de aplicar ese mismo criterio de sostenibilidad al conjunto del Patrimonio, de tal forma que la utilización que de él se haga no ponga en riesgo su propia existencia o legado.

6. Y, además, porque es rentable

Para fundamentar esta última afirmación, voy a remitirme a datos concretos de elaboración propia referidos al subsector Patrimonio Cultural. Aunque de acuerdo con los datos de la CSCE que acabo de mostrar las actividades comprendidas dentro de la rúbrica Patrimonio Histórico sólo suponen el 3% del PIB cultural, en nuestra opinión pueden servir como muestra de la potencialidad económica del conjunto de los bienes culturales.

Es importante advertir que nuestros cálculos están elaborados desde la perspectiva de la demanda agregada, lo que supone aproximar el impacto de los efectos económicos directos e indirectos de las actividades asociadas al Patrimonio Cultural. Esta óptica es distinta de la utilizada por la CSCE, cuyos datos se circunscriben al ámbito de la oferta productiva (VAB), lo que implica limitarse a las repercusiones económicas directas⁵.

La preservación del Patrimonio Cultural no sólo implica los objetivos inmediatos de su protección y restauración (efectos directos), sino también el de su rentabilización (conectando la oferta de los bienes culturales que lo conforman con la demanda potencial de sus usuarios). De esta forma, la puesta en valor del Patrimonio Histórico se vincula indefectiblemente con el desarrollo económico, constatándose así una clara correspondencia entre éste y el fomento de estas actividades culturales que permite

⁵ Así queda explicitado en la tipología de sectores culturales de la metodología de la CSCE, donde se definen las actividades relativas al Patrimonio que se computan, de la siguiente manera: "Se incluyen en esta categoría las actividades ligadas a la gestión y explotación de elementos que pertenecen al patrimonio cultural, tales como los monumentos históricos, los museos y los yacimientos arqueológicos, generada como consecuencia de su apertura al uso público". Metodología de la CSCE (2011), pp. 25.

dejar de lado por completo la visión del esfuerzo en preservación como un gasto consuntivo y consolidar su consideración como inversión en capital cultural generador de importantes rendimientos económicos. No obstante, para ello resulta imprescindible valorar empíricamente la correlación entre dicho esfuerzo y su aportación al crecimiento. Se trata de establecer un balance entre los costes de la preservación - determinados por el gasto en preservación del Patrimonio Histórico (GPH) - y los beneficios generados mediante la contribución al PIB y al empleo a que dan lugar esas actividades de gasto/inversión.

A continuación se presentan algunos de los resultados obtenidos en nuestras investigaciones, desde una doble perspectiva, macro y microeconómica, referidos a España.

a. Perspectiva macroeconómica: turismo cultural, GPH y demanda agregada.

Acometemos la estimación de lo que el conjunto de las actividades de preservación del Patrimonio Cultural, su puesta en valor y su consumo (vía turismo cultural) representan sobre el conjunto de la actividad económica.

Dos posibilidades se presentan a ese respecto:

- Por una parte, el cálculo de su impacto global sobre la demanda agregada. Aquí se consideran dos tipos de efectos sobre el PIB: efectos directos, que vendrían determinados por el GPH, e indirectos, representados por el consumo turístico cultural (CTC). Quedando por ahora excluidos los efectos inducidos (multiplicadores sobre otras actividades económicas afectadas).
- Por otra, la relación entre el esfuerzo en preservación del Patrimonio Cultural y los ingresos generados por el consumo turístico: CTC/GPH.

Para la estimación de los efectos económicos directos de la preservación del Patrimonio Cultural empleamos el GPH público y privado. El primero alcanzó la cifra de 1.740 millones en el año 2008⁶ y el privado lo estimamos en unos 170 millones⁷.

La estimación de los efectos indirectos, mediante el CTC, resulta sumamente compleja. Según la CSTE, se denomina Consumo Turístico al gasto realizado dentro de las fronteras por los visitantes extranjeros y por el turismo interno. Tiene cinco componentes básicos: el transporte, el alojamiento, la restauración, la utilización de los servicios de las agencias de viajes y el consumo de servicios culturales, recreativos y deportivos. De estos cinco apartados, los más importantes son, por este orden, el alojamiento, la restauración y el transporte. En consecuencia, el Consumo Turístico Cultural sería el gasto realizado en tales conceptos por los turistas culturales. Aquí surge una disyuntiva de orden metodológico. Las fuentes estadísticas disponibles para

⁶ Fuente: Ministerio de Cultura (2010). Cifras de gasto liquidado.

⁷ Estimación para el año 2007 realizada a partir de extrapolación de resultados obtenidos en Alonso y Martín 2008.

España no permiten aquilatar con la exactitud deseada el importe del gasto cultural de los turistas. De nuevo existen dos posibilidades de cálculo⁸:

1) restrictiva: tomando como base a los turistas cuyo motivo principal del viaje es el turismo cultural. Esta restricción implica dejar fuera del cálculo a quienes tienen otro motivo principal del viaje, pero sí realizan actividades culturales. Sólo alrededor de un 5,5% del total de viajes turísticos de los residentes en España tienen por motivo principal el turismo cultural (Familitur 2010), siendo este porcentaje del 14,2% para el turismo receptor (Egatur 2010). Emplear esa base de cálculo implica una minusvaloración importante de los efectos económicos reales del CTC. La cifra manejada puede, en todo caso, entenderse como un “suelo” estimativo.

2) amplia: tomando como base el porcentaje de turistas que realizan visitas culturales (museos, monumentos, ciudades, etc.)⁹ en sus viajes (en torno al 50% del total de viajeros tanto residentes como no residentes, fuentes: Familitur y Egatur 2010). Parece evidente que colegir de ahí que la mitad de todo el gasto turístico puede considerarse CTC es cuando menos arriesgado. No obstante, esta opción da cabida - aunque por exceso - al importante papel que los bienes culturales tienen en la ya de por sí heterogénea actividad turística. La cifra que ofrecemos en tal caso ha de considerarse como un “techo” también estimativo.

Según la primera de las dos vías de cálculo, restrictiva, la demanda cultural conjunta de España en el año 2010 sobrepasó los 12.000 millones de euros, lo que representa aproximadamente un 1,14% del Producto Interior Bruto español de ese año. Por otra parte, la relación entre el consumo turístico cultural total y el esfuerzo en preservación del Patrimonio Histórico fue de 5.

⁸ En coincidencia con la metodología empleada por el Ministerio de Cultura en el Anuario de Estadísticas Culturales 2010 (pp. 150): 1. Materia objeto de la investigación estadística.

“En este capítulo se ofrece, por una parte, información relativa tanto a los viajes realizados por los residentes en España como a las entradas de turistas no residentes en España (turistas internacionales) que, según la opinión manifestada por los que realizaron el viaje, fueron iniciados principalmente por motivos culturales. Con ello se pretende ofrecer un indicador de la importancia del sector cultural como motor de otros sectores de gran significación económica como es el turístico. [...] La información anterior se complementa con indicadores de los viajes en los que se realizan actividades culturales, sea cual sea el motivo principal por el que se viaja. En este caso la información se ofrece tanto para los viajes realizados por los residentes en España como para las entradas de turistas internacionales”.

⁹ Otro 16% de turistas afirma asistir a “espectáculos culturales” (Familitur 2010), actividades que van más allá del uso y disfrute del Patrimonio Histórico.

Demanda cultural, España 2010

Base: motivo del viaje
millones de euros

CTC no residente	5.985
CTC residente	4.111
GPH sector público (1)	1.740
GPH sector privado (2)	170
Demanda cultural	12.006
Demanda cultural / PIB	1,14%
CTC / GPH	5

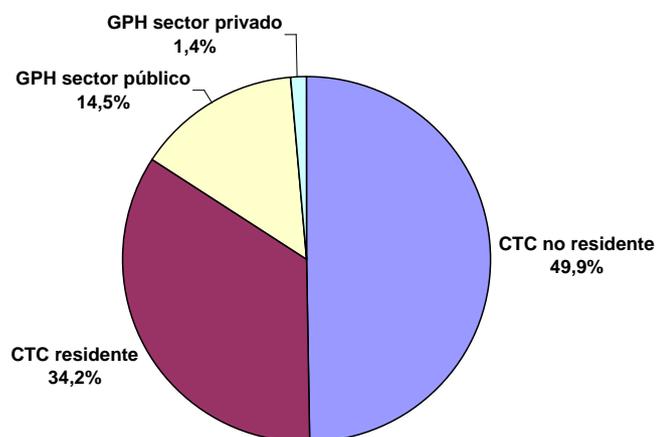
(1) Año 2008.

(2) Año 2007.

Fuente: Elaboración propia con datos de IET, de Anuario de Estadísticas Culturales 2010 (Ministerio de Cultura), Contabilidad Nacional (INE) y de Alonso y Martín 2008.

Observando la estructura de la demanda cultural, el 84% de la misma se aporta por el consumo turístico (34% residente y 50% no residente) y el 16% restante por gasto en preservación, fundamentalmente público.

Demanda cultural, España 2010 Estructura



Tenemos que decir que estos resultados se encuentran en sintonía con los obtenidos en anteriores investigaciones, tanto propias para el caso de España, como de otros

expertos internacionales para el conjunto de Europa¹⁰, según los cuales, el consumo turístico supone el 80% en el conjunto de la demanda cultural, muy por delante del esfuerzo en preservación que se realiza tanto desde el sector público, como de la sociedad civil.

En contraste, la vía de cálculo amplia arroja un volumen de demanda cultural superior a los 40.000 millones de euros, lo que representa casi un 4% del Producto Interior Bruto español de 2010. La relación entre el consumo turístico cultural total y el esfuerzo en preservación del Patrimonio Histórico en esta ocasión asciende hasta 20, índice suficientemente ilustrativo del retorno que el Patrimonio Cultural aporta sobre las actividades que procuran su preservación.

Demanda cultural, España 2010

Base: actividades culturales
millones de euros

CTC no residente	27.052
CTC residente	11.093
GPH sector público (1)	1.740
GPH sector privado (2)	170
Demanda cultural	40.055
Demanda cultural / PIB	3,82%
CTC / GPH	20

(1) Año 2008.

(2) Año 2007.

Fuente: Elaboración propia con datos de IET, de Anuario de Estadísticas Culturales 2010 (Ministerio de Cultura), Contabilidad Nacional (INE) y de Alonso y Martín 2008.

Recurriendo a estudios de otros autores, comprobamos que según Nypan¹¹ las actividades ligadas al Patrimonio Histórico generaron en la UE en el año 2002 unos ingresos (facturación) por venta de bienes y servicios de aproximadamente 335 billones de euros anuales y unos ocho millones de empleos (306.000 empleos directos y unos 7,8 millones de empleos indirectos). En comparación, la industria europea del automóvil generó 12 millones de empleos (de los que 1,9 fueron directos). En el sector del Patrimonio Cultural, por cada empleo directo, existen aproximadamente 26 empleos vinculados de manera indirecta e inducida (por ejemplo el sector turístico, actividades auxiliares, etc.). En el del automóvil, la relación se sitúa en 1 a 6 empleos.

¹⁰ Alonso y Martín (2008) y Nypan (2004).

¹¹ Nypan (2004).

El profesor Greffe en el caso de Francia establece esa relación en 1 a 17 para el Patrimonio Cultural¹².

En cualquier caso, más allá de la exhaustividad de todos estos datos, siempre complicada dadas las insuficiencias de las estadísticas disponibles, parece contrastado positivamente el carácter de sector dinamizador de la actividad económica y generador de empleo que conformarían las actividades vinculadas al Patrimonio Cultural (gestión, rehabilitación, mantenimiento y servicios vinculados al turismo cultural).

b. Contrastación a nivel microeconómico: estudio de caso

La positiva relación existente entre el esfuerzo en preservación y los retornos económicos, fundamentalmente vinculados con el turismo cultural, que se viene comprobando a nivel macroeconómico, fue también constatada desde la perspectiva microeconómica mediante un estudio de caso realizado en el municipio de Albarracín, el último de ellos en el año 2008.

Albarracín es un ejemplo paradigmático de la estrecha relación entre la conservación / preservación del Patrimonio Histórico y su valorización socio-económica. Por medio del estudio de este caso concreto se puso de manifiesto la potencialidad económica del turismo cultural, es decir, las posibilidades que para el desarrollo socio-económico de determinados enclaves o áreas geográficas supone una explotación racional y sostenible de ese recurso que es el Patrimonio Histórico o, en un sentido más amplio, paisajístico.

La comarca turolense de la sierra de Albarracín, con una superficie de 1.330 km² y una población en torno a los 5.000 habitantes en el año 2008, agrupa a 25 municipios y 35 entidades de población. Aproximadamente representa el 9,5% del territorio de la provincia de Teruel y el 3,5% de sus habitantes. Su densidad de población es de las más bajas de la provincia (3,4 habitantes/km²) que ya de suyo es muy baja (9,5, frente al 13,8 de Huesca y el 52,8 de Zaragoza - 87,2 el conjunto de España -)¹³. Sus pautas demográficas principales se corresponden, en general, con las de los ámbitos rurales: pérdida neta de población, elevada edad media y envejecimiento, lo que redundaría en una tasa de crecimiento vegetativo negativa. El sector agrícola tiene un peso significativo en el conjunto de la actividad económica de la comarca, así como el sector construcción, mientras que la industria y los servicios presentan valores significativamente por debajo de la media de Aragón. La ocupación en los distintos sectores se corresponde, como no podía ser de otra manera, con esta estructura productiva. La aportación de la comarca a la renta disponible total de la Comunidad de Aragón, en 2008, se situó en torno al 0,30% y su renta per cápita en el 75,6% de la renta per cápita media de Aragón.

¹² Greffe y Pflieger (2003).

¹³ Instituto Aragonés de Estadística (IAEST).

Dentro de este contexto, Albarracín es el municipio de referencia de la comarca. Su extensión supone una tercera parte del total comarcal y con sus 1.110 habitantes en 2008, concentra el 22% de la misma. Sus pautas demográficas se corresponden - en términos generales - con las que hemos descrito para el conjunto de la comarca, propias de un modelo rural tradicional. No obstante, Albarracín, merced a su Patrimonio Histórico y al turismo cultural, constituye una excepción a ese patrón tradicional. Su renta bruta disponible per cápita se sitúa incluso por encima de la media de Aragón (casi un 8%) y su estructura productiva también presenta diferencias sustanciales respecto a la de la comarca en su conjunto. A la agricultura se dedica el 5,5% de su población activa, a la construcción el 7,6%, a la industria el 17,3% y a los servicios el 69,6%. Es decir, es un municipio terciarizado, volcado a las actividades de servicios que, también en este caso, están por encima de la media de Aragón (60%). Aproximadamente el 72% del total de actividades económicas desarrolladas en el municipio se incluirían entre las de servicios, de las que a su vez un 78% corresponden a comercio y hostelería¹⁴. Ateniéndonos a los índices elaborados por el servicio de estudios de La Caixa, podemos precisar algo más estos datos. Nos interesa fijarnos fundamentalmente en dos indicadores: el turístico y el de restauración y bares¹⁵.

- De actividad económica: 1
- Comercial: 1
- Industrial: 2
- De restauración y bares: 3
- Turístico: 12

Albarracín es un polo de atracción turístico. Es en esa actividad donde descansa su mayor potencial económico. Es obvio, a su vez, que esa condición está íntimamente vinculada a su Patrimonio Histórico o, dicho de forma más precisa, a la puesta en valor del mismo.

Ficha técnica

Ámbito	Municipio de Albarracín
Universo	Población mayor de edad no residente
Tamaño de la muestra	149
Procedimiento de muestreo	Aleatorio simple. Los cuestionarios se aplican mediante entrevista personal a pie de calle
Fecha de realización	29 y 30 de agosto de 2008

¹⁴ Datos correspondientes a los registros del Impuesto de Actividades Económicas (IAE) y de acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

¹⁵ El índice turístico se establece sobre la base de la categoría de los establecimientos turísticos, número de habitaciones y ocupación anual, por lo que puede considerarse como un indicador de la oferta turística. Muestra la participación del municipio (en tanto por cien mil) en la recaudación nacional del impuesto (IAE) en estas actividades. Con el mismo criterio se establece el índice de restauración y bares (y otros, como el índice industrial, el comercial y el de actividad económica que reúne a todas excepto las agrícolas). La Caixa (2005).

La encuesta realizada nos permitió estimar el importe del gasto medio diario por persona para el año 2008 en 75 euros y determinar en 2 días la duración media de la estancia. Puesto que el número de turistas registrados en Albarracín en ese año fue de 111.970, ello supondría un gasto agregado de 16.795.500 euros. Esta cifra puede entenderse como expresión del consumo turístico en Albarracín en 2008 y viene a representar aproximadamente un tercio (32,7%) del Valor Añadido Bruto del la comarca de la Sierra de Albarracín¹⁶, porcentaje suficientemente ilustrativo de la importancia que el turismo cultural y paisajístico tiene en el conjunto de la actividad socio-económica de este territorio.

Por otra parte, hemos calculado el gasto en preservación del Patrimonio realizado en Albarracín durante el periodo 2006-2008. El resultado de confrontar tales importes con los ingresos generados por el consumo turístico cultural en Albarracín del año 2008, indica que éste representa casi veintidós veces el esfuerzo medio anual en preservación de Patrimonio Histórico y siete veces el total acumulado durante el trienio, 2006-2008.

Gasto en preservación del Patrimonio Histórico de Albarracín (euros)			
	2.006	2.007	2.008
Gastos ordinarios museos	25.935	27.094	35.477
Restauración bienes muebles	101.852	90.505	284.143
Restauración bienes inmuebles	582.447	527.523	634.350
Total	710.234	645.122	953.971

Fuente: Fundación Santa María de Albarracín.

Nuevamente esta favorable relación obtenida para Albarracín se halla en sintonía con datos internacionales, como los de Nypan (2004) para el caso de las iglesias noruegas y de los castillos franceses, que arrojan relaciones entre esfuerzo y retorno de 1 a 13 y de 1 a 24, respectivamente. Y lo que para nosotros es aún más significativo, que también están en consonancia con la relación que antes hemos establecido a nivel agregado, según la cual cada euro empleado en GPH, se corresponde con hasta 20 euros de CTC.

7. Conclusión: necesidad de apostar por la Cultura como motor de desarrollo

Ha quedado patente la capacidad del Patrimonio Cultural para contribuir, mediante su puesta en valor, a la generación de riqueza y empleo. Esa capacidad se materializa, fundamentalmente, a través del turismo cultural y las actividades a él aparejadas. El

¹⁶ Sobre el VAB de la comarca correspondiente al año 2007: 51.397.318 euros. Fuente: Instituto Aragonés de Estadística (consultado en octubre de 2012).

Patrimonio Histórico, considerado así como capital cultural, da origen a un importante flujo de retornos económicos que, como se ha demostrado, compensan con mucho el esfuerzo que se realiza en preservarlo.

De ahí que resulte manifiesta la importancia de las actuaciones públicas y privadas de valorización del Patrimonio Cultural, vista la rentabilización social y económica que este activo cultural reporta. Por desgracia, el contexto en el que se está desarrollando la preservación de nuestro Patrimonio Histórico - y nos tememos aún se desarrollará en los próximos años - es de una crisis económica severa que está socavando los medios tanto públicos como privados destinados a su preservación y puesta en valor.

Pues bien, en esta situación, quizás más que en cualquier otro momento, resulta particularmente importante insistir en el impacto positivo y multiplicador que sobre la actividad económica generan las acciones y políticas relacionadas con la conservación y puesta en valor del Patrimonio Cultural, que ha de ser entendido y considerado como un conjunto fundamental de recursos que atesoran la capacidad de constituirse, si se aprovechan, en destacadas palancas para la recuperación de la economía y el bienestar de la sociedad.

8. Bibliografía

- Alonso, J. y Martín, J. (2008): *Conservación del Patrimonio Histórico de España. Análisis económico*. Fundación Caja Madrid. Madrid.
- Baumol, W. y Bowen, W. (1966): *Performing Arts, The Economic Dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. Twenty Century Fund. Nueva York.
- Blaug, M. (ed.) (1976): *The Economics of The Arts*. Cambridge University Press. Londres.
- Frey, B. (2000): *La economía del arte*. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona.
- Gordon, J. C. y Beilby-Orrin, H. (2006): *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Statistics Directorate. OECD. París.
- Grefe, X. y Pflieger, S. (2003): *La valorisation économique du patrimoine*. La documentation Française. Ministère de la Culture. París.
- ICOMOS (1993): *Conservation economics*. UNESCO.
- ICOMOS (1998): *Report on economics of conservation*. UNESCO.
- Instituto de Estudios Turísticos (2010a): *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Año 2010*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos (2010b): *Encuesta de Gasto Turístico (Egatur). Año 2010*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Madrid.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2012): *Contabilidad Nacional de España*. Ministerio de Economía. Madrid.
- La Caixa (2005): *Anuario económico de España*. Fundación La Caixa. Barcelona.

- Ministerio de Cultura (2010): *Anuario de Estadísticas Culturales*. Madrid.
- Ministerio de Cultura (2011a): *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009*. Madrid.
- Ministerio de Cultura (2011b): *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Metodología*. Madrid.
- Nypan, T. (2004): *Cultural Heritage Monuments as value generators*. Directorate of Cultural Heritage. Norway.
- Peacock, A. y Rizzo, I. (eds.) (1994): *Cultural Economics and Cultural Policies*. Kluwer Academia Publishers. Dordrecht.
- The Getty Conservation Institute (2002): *Assessing the Values of Cultural Heritage*. Research Report, Los Ángeles.
- Throsby, D. (1998): "Cultural capital", conference on *International Association for Cultural Economics*. Barcelona.
- Throsby, D. (2001): *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2002): "Cultural capital and Sustainability Concepts in the Economics of Cultural Heritage", en The Getty Conservation Institute (2002), pp. 101 a 118.
- Throsby, D. (2003): "Determining the Value of Cultural Goods", *Journal of Cultural Economics*, nº 27, pp. 275 a 285. Holanda.

LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA: FÓRMULAS CLÁSICAS Y NUEVOS RETOS

ANA YÁÑEZ

Directora de la Fundación de Casas Históricas y Singulares

1. Planteamientos

En la financiación de la cultura podemos encontrar fórmulas clásicas de colaboración público-privada que plantean ciertos retos de cara al futuro para poder seguir resultando efectivas. A ambos aspectos voy a dedicar esta ponencia, que quiero comenzar puntualizando algunas cuestiones. En sentido estricto, cuando en España nos referimos a la colaboración entre el sector público y el sector privado estamos aludiendo a un tipo concreto de contrato público de los recogidos en la [Ley de Contratos del Sector Público](#), como pueden ser la concesión o el contrato de suministro. Pero no es a este ámbito al que me voy a referir, pues se trata de aspecto demasiado concreto de lo que entiendo puede ser la colaboración público-privada, aunque no está de más saber que esta colaboración se puede articular a través de contratos administrativos. Además, la expansión de este fenómeno se ha debido en los últimos tiempos a la necesidad de buscar fórmulas que no computen como déficit público a los efectos del cumplimiento de las reglas de la estabilidad presupuestaria impuestas para la consecución de la convergencia europea. Y ello tiene poco que ver con los intereses de este *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura: una responsabilidad compartida entre el sector público y privado*.

Tampoco voy a centrarme o no sólo en un esquema que se repite a menudo y que pasa por solicitar al sector privado que aporte financiación a determinadas actividades sin más. Cuando hablamos de colaboración no sólo pensamos en la inversión, en la mera obtención de los fondos, sino también en la asunción de responsabilidades que permitan asumir cuotas de financiación diferenciadas en función de las posibilidades y de las habilidades de cada uno. Todo ello para financiar determinadas actividades, infraestructuras o proyectos culturales.

La cultura es ya, y desde hace tiempo, un sector en el que existe colaboración público-privada y contamos con algunos espacios de encuentro entre los ámbitos público y privado: el fomento del turismo cultural, por ejemplo. Podemos por tanto afirmar que la cultura es ya una combinación de privado y público. Hace ya tiempo que la cultura se expresa en una multiplicidad de escenarios, a partir de una gran diversidad de agentes que configuran una oferta plural. En lo que convendría incidir ahora es en crear los instrumentos para que estos mecanismos no formen caminos paralelos, sino conjuntos. Debemos buscar espacios que permitan la subsistencia de instituciones, manifestaciones e instalaciones culturales. Intentemos ahora articular esa



responsabilidad compartida para que las actuaciones sean eficientes. Así, cuando uno pasea por ciudades como Lima o Madrid se encuentra con que la oferta cultural existente viene tanto del sector público como del privado, no hay diferenciación. Una obra de teatro puede ser interpretada tanto por una compañía nacional como por una privada, al igual que una exposición puede provenir del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte o de una fundación.

Creo, como acaba de comentar anteriormente Juan Martín, que no se puede seguir considerando la cultura como algo prescindible, como en un sector que podría considerarse como un lujo. Por el contrario, el esfuerzo que estamos haciendo por comprender mejor los mecanismos de financiación de la cultura lo hacemos porque estamos convencidos de que es un sector que crea, además de valores indiscutibles, riqueza y empleo. El sector cultural no es complementario, sino que debería ser considerado como estratégico. Nuestro ámbito, en España, supone un 4% del Producto Interior Bruto y genera 600.000 empleos directos. Los que trabajamos dentro del sector cultural conocemos este tipo de datos, estudios y estadísticas y somos conscientes de su veracidad, el reto ahora es ser proactivos y conseguir convencer a los que toman las decisiones y tienen capacidad de iniciativa política de que esto es así. Sin embargo, en los últimos cuatro años los presupuestos públicos culturales han sufrido una reducción acumulada de cerca del 70%. Parece paradójico.

La cultura es, sin duda, un ámbito claro del interés general. Así lo tenemos reconocido en España en varias de nuestras normas. Es decir, no es un sector que sólo pueda quedar en manos de élites administrativas o del sector privado, sino que es un ámbito de interés social, ciudadano, y por ello las responsabilidades deben ser compartidas por todos.

Ante la protección del Patrimonio Histórico, la creación artística, las industrias culturales y otros ámbitos de la cultura, se impone la implantación de nuevas formas de colaboración en las que no se prescinda de una actuación conjunta que permita una mejor eficiencia en la gestión de los recursos, en estos momentos muy limitados. Sólo desde una responsabilidad compartida y desde la asunción propia de diferentes compromisos será posible una gestión adecuada de proyectos culturales.

Qué es la colaboración público-privada: la cooperación entre ambos sectores en la consecución, directa o indirecta, de una finalidad pública. Esta colaboración trata de incorporar a los particulares a la consecución de finalidades públicas aunque el sector privado, como el fundacional por ejemplo, pueda tener detrás también otros fines. El sector empresarial buscará lógicos beneficios económicos y otra serie de objetivos. Pero siempre existe una finalidad pública: el acceso a la cultura por parte de la ciudadanía y el apoyo a la cultura como motor de desarrollo. Y digo incorporar al sector privado y no al revés porque donde están los obstáculos para flexibilizar su actuación es en la Administración, de modo que lo más apropiado, en este caso, es que

el sector privado se adhiera a las políticas públicas en la que medida que lo permita la normativa y burocracia existentes.

2. Fórmulas clásicas de colaboración público-privada

En el ámbito de la actividad administrativa, en España utilizamos una sistematización clásica que la ordena en función de los fines que persigue, siendo las tres principales la actividad administrativa de ordenación, de servicio público y de fomento. Dentro de estas últimas y en el esquema de la cooperación público-privada en temas de financiación de la cultura contamos con tres fórmulas clásicas, muy conocidas por todos los trabajadores de este sector de actividad:

- 1) Medidas honoríficas.
- 2) Subvenciones públicas.
- 3) Medidas fiscales.

Estas medidas son necesarias y positivas, pero no suficientes; precisamente la actual situación de crisis económica ha puesto de manifiesto la insuficiencia de estas medidas y la dificultad de manejarlas cuando las condiciones económicas no son buenas.

Son, además, mecanismos de colaboración público-privada que sitúan a la Administración Pública y al sector privado en un plano de desigualdad. Este desnivel se justifica, desde una perspectiva jurídica, por la necesidad de atribuir a las Administraciones Públicas una serie de potestades para el cumplimiento de la finalidad que constitucionalmente tiene asignada: servir con objetividad los intereses generales, entre los que se encuentran sin duda los culturales. Si queremos que las Administraciones Públicas persigan y consigan la satisfacción de los diferentes intereses generales, habremos de dotarlas de potestades que no coinciden con la capacidad de actuar de los ciudadanos: competencias recaudatorias, sancionadoras, expropiatorias... El éxito de la colaboración público-privada requiere un cambio de escenario en las relaciones Administración-sector privado.

Las tres fórmulas clásicas a las que se ha aludido presentan ciertas características que merecen ser destacadas:

Las medidas honoríficas son probablemente las menos utilizadas y, por tanto, las menos intensas. En principio, no se realiza una actividad cultural con el fin último de conseguir un reconocimiento público; nadie escribe una obra teatral con el objetivo de obtener el Premio Nacional de Teatro. Sin embargo, si una vez realizada la actividad se obtiene un reconocimiento público, se incide o ayuda a que ese tipo de actividades continúen desarrollándose. Según los datos del primer semestre del año 2012 publicados por el [Observatorio de la Cultura de la Fundación Contemporánea](#), conseguir un mayor compromiso privado con la cultura pasa por aumentar el reconocimiento social hacia el mismo, tanto si proviene de empresas como de particulares. En este sentido, se ha propuesto incluso la creación de un Consejo Estatal de Mecenazgo, como estructura

administrativa que desarrolle políticas públicas de fomento de dicho mecenazgo.

A través de las subvenciones cada sector aporta una parte para la realización de un proyecto o actividad: el sector público da los fondos económicos y el privado el trabajo (experiencia, conocimiento, personal y ejecución de la actividad), siempre y cuando se reúnan una serie de requisitos institucionales. En España, en los últimos años, lo más habitual era otorgar las subvenciones públicas a entidades sin ánimo de lucro, si bien esta tendencia está cambiando y ahora también se pueden otorgar a empresas privadas. En cualquier caso hay que cumplir unas condiciones para acceder a este tipo de financiación. El problema de las subvenciones es que son un mecanismo complejo. La carga burocrática que exigen es muy elevada, de manera que un alto porcentaje del tiempo hay que dedicarlo a controlar administrativamente todo lo relacionado con el proyecto en cuestión. Esta condición, hasta cierto punto, no deja de ser lógica y necesaria, pues no podemos olvidar que estamos manejando fondos públicos, fondos que son de todos y requieren de un obligado control; pero determinadas peticiones resultan excesivas y llegan incluso al ridículo, en algunas ocasiones.

Además el tiempo que se emplea en redactar y justificar subvenciones se pierde en crear, innovar y ejecutar. Al mismo tiempo, las subvenciones públicas están sometidas a la disciplina presupuestaria que, a veces, al sector privado se le escapa. Por ejemplo, una institución podría gastarse a fecha 31 de diciembre todos los fondos públicos que les hayan sido concedidos, pero el 1 de enero sería tarde y ya no estaría justificado. O incluso unas subvenciones permiten contratar personal directamente, mientras otras sólo autorizan asistencias técnicas o personal técnico. Igualmente, tratar con subvenciones supone hacerse un experto en ellas y saber muy bien qué te permiten hacer o financiar cada una. Por todo ello, no resultan nada fáciles de gestionar. Además son una liberalidad del sector público, de modo que no se tiene la obligación de convocarlas y cuando llegan períodos de crisis, como el actual, son las medidas que más sufren y más se resienten. Esta es una realidad con la que hay que contar, por lo que depender financieramente de las subvenciones puede acarrear muchos problemas. Una institución debe destinar los fondos públicos a aquellas cosas de las que podría prescindir, nunca a su estructura básica (personal, alquiler, gastos fijos, etc.), ni a su actividad fundamental.

Las medidas fiscales tienen una naturaleza muy diversa. El sector privado, lucrativo o no, realiza una serie de actuaciones que convergen en dar cabida a intereses generales. A cambio de ello, el sector público les ofrece, vía fiscalidad, una serie de ventajas y beneficios. Las fundaciones en España, por ejemplo, son un caso muy significativo en este sentido pues no tributan prácticamente en

ningún impuesto (Impuesto de Sociedades, Impuesto sobre Bienes Inmuebles, etc.) siempre y cuando realicen correctamente su actividad fundacional en aras del interés general. De esta forma, todos los fondos pueden ser dedicados a actividad, lo cual es una gran ventaja.

También está el mecenazgo, tan nombrado pero poco conocido y estudiado. En España, el Gobierno actual jugó como una de sus principales bazas la aprobación de una nueva Ley de Mecenazgo destinada expresamente a la cultura. Sin embargo, a día de hoy, años después, la situación económica ha impedido que dicha ley tenga siquiera un borrador conocido y son pocos los datos que se tienen al respecto. En España no contamos con un sistema de mecenazgo generoso: por ejemplo, las empresas que realizan donaciones a fundaciones pueden deducirse un 35%, mientras que en Francia la deducción es del 65% y en Austria y Estados Unidos es del 100%. En 2011, en España el 18% de la población adulta realizó una donación, mientras que la media europea es del 50%.

Según los datos sobre el primer semestre de 2012 publicados por el Observatorio de la Cultura, en España un 88,3% de los consultados tiene una expectativa positiva o muy positiva sobre la nueva Ley de Mecenazgo. Aunque sería importante que sirviera no sólo para financiar a grandes instituciones y acontecimientos, sino también a otros aspectos culturales igualmente importantes. La mayoría confía en la capacidad de una buena nueva ley para provocar un cambio que fomente que nuestra sociedad civil se involucre en la promoción y financiación de la cultura (un 45,9% entiende que una nueva ley ambiciosa puede provocar el inicio de una transformación profunda y muy beneficiosa de nuestra sociedad en esta dirección).

3. Nuevos retos en la colaboración público-privada

Los desafíos que se presentan en el ámbito de la colaboración público-privada en la financiación de la cultura pueden resumirse en los siguientes:

- 1) La colaboración público-privada debe sentar sus bases en una premisa muy sencilla: que en el ámbito cultural los dos sectores tienen unos mismos objetivos: facilitar el acceso a la cultura, promover la creación e innovación cultural, fomentar la conservación del Patrimonio Cultural, etc. Los métodos empleados por los dos sectores son diferentes, pero los objetivos son los mismos.
- 2) Por lo dicho anteriormente, plantear una financiación público-privada de proyectos culturales sólo puede redundar en la consecución de los objetivos señalados y perseguidos por ambos sectores. Así, se articularía la colaboración a partir de proyectos (más que en la creación de nuevas instituciones) en los

que compartir responsabilidades financieras en función de las posibilidades y capacidades de cada cual.

3) Crear procedimientos flexibles para que establecer alianzas entre el sector público y privado no sea tan costoso que se desista. Este es uno de los retos más difíciles de asumir porque supone, de alguna forma, revolucionar la forma de actuación del sector público, sin perder de vista la necesidad de control que todo movimiento de fondos públicos requiere. El sector privado tiene una libertad de actuación que debe ser aprovechada para mejorar los mecanismos de actuación conjunta. Frente a las fórmulas clásicas, la colaboración público-privada ha de basarse más en el principio de complementariedad, que en el mando o tutela de la Administración.

4) Crear confianza entre ambos sectores, superando las clásicas reticencias entre ambos; ello debería ser relativamente fácil si atendemos a la coincidencia de objetivos.

5) Involucrar en la colaboración al sector privado desde el principio, evitando solicitar sólo la inversión, sin una verdadera articulación de la relación con la Administración Pública.

6) El desarrollo de una colaboración público-privada siempre ha de responder a intereses públicos que hay que proteger y realizar. En nuestro caso, relacionados con la cultura y todas sus manifestaciones. Es cierto que la colaboración público-privada debe generar crecimiento y beneficios para que el sector empresarial se pueda sentir involucrado, pero no puede perderse de vista que es el interés público el que preside la relación.

4. Algunos ejemplos

En España contamos con casos bastante significativos de colaboración público-privada, aunque dicha cooperación está más extendida en otros ámbitos. Por ejemplo, en el ámbito medioambiental se han hecho avances significativos en la conocida como custodia del territorio. La custodia del territorio es una estrategia de colaboración público-privada para conservar los valores naturales, culturales y paisajísticos de una zona determinada. La custodia del territorio es un conjunto de estrategias e instrumentos que pretenden implicar a los propietarios y usuarios del territorio en la conservación y el buen uso de los valores y los recursos naturales, culturales y paisajísticos. Para conseguirlo, promueve acuerdos y mecanismos de colaboración continua entre propietarios, entidades de custodia y otros agentes públicos y privados, fomentando el entendimiento entre todos ellos.

También en el ámbito de la investigación encontramos algunas situaciones que pueden mencionarse. En la I+D española, a partir de los años ochenta y desde el Plan Nacional de I+D, se crearon programas específicos para fomentar la colaboración público-privada. A través de los programas PETRI se permitió establecer colaboraciones entre

el ámbito científico público y las empresas privadas que iban a beneficiarse de los avances. A través de proyectos y sin necesidad de crear nuevas estructuras al comienzo empezaron a trabajar y a obtener resultados interesantes que incentivaron que se continuara investigando sobre diferentes materias. Se crearon posteriormente algunas estructuras institucionales que se gestionan a través de un comité paritario integrado por miembros de ambos sectores.

En el marco cultural también existen algunos casos interesantes:

1.- La [Tabacalera de Lavapiés](#), en la que una asociación vecinal gestiona por periodos de tiempo concreto parte del edificio de la antigua fábrica de tabacos, propiedad del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y declarado bien de interés cultural.

2.- En el marco de la actuación del [Consortio de Toledo](#), los hosteleros financian una beca de prácticas el Consortio realiza visitas especiales a los clientes de las empresas que colaboran.

3.- El [MACBA](#) es un consorcio formado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalidad de Cataluña y la Fundación MACBA: la Fundación tiene veintisiete años y el MACBA tiene diecinueve.

4.- El [Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida](#) es un espectáculo público de primer orden que en la actualidad cuenta con gestión privada.

5. Recapitulación

Entre las cuestiones más importantes a destacar, dos son las que merecen mayor atención:

- 1.- La necesidad de que la colaboración vaya más allá de la mera petición de inversiones al sector público o al sector privado y se asiente en la asunción de responsabilidades.
- 2.- La adaptación de los mecanismos de actuación del sector público a nuevas necesidades de flexibilización. Ello pasa por la simplificación de los mecanismos administrativos.

APOYO FINANCIERO A LA CULTURA. LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ: UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO

RAFAEL VARÓN

Viceministro de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales
Ministerio de Cultura

1. Punto de partida: ¿qué tipo de desarrollo queremos?

El concepto de desarrollo está frecuentemente ligado al ámbito económico, con nociones como crecimiento del Producto Bruto Interno, incremento de las industrias, apertura de mercados, fortalecimiento de la bolsa de valores y tipo de cambio del dólar. Siendo ello central, la noción de desarrollo debe también involucrar el fortalecimiento de la ciudadanía, lo que incluye el respeto por la diferencia, la promoción de las capacidades individuales y sociales, el acceso a derechos sociales, la valorización del Patrimonio Cultural y el restablecimiento del “tejido social”. En este sentido, nuestro objetivo es evitar un enfoque únicamente economicista del desarrollo y asumir uno integral, donde la cultura ocupe un lugar fundamental.

Desde las ciencias sociales, se han propuesto tres enfoques de desarrollo que, a su vez, han sido traducidos en políticas públicas y programas nacionales. El primero es el enfoque económico, surgido a inicios del siglo XX. En éste, el desarrollo de los países se orientó al impulso del capitalismo industrial basado en un modelo “fordista”: producción homogénea y masiva, orientada a la oferta. Se trató de un modelo pensado desde los países occidentales europeos y norteamericanos - y para ellos - que buscó, con mayor y menor éxito, replicarse en países de la “periferia”, atravesados por distintos procesos históricos y sociales.

El segundo es el enfoque social, surgido hacia la segunda mitad del siglo XX. De acuerdo con esta propuesta, la noción de desarrollo está centrada en el potencial del colectivo, emergiendo conceptos como “capital social” y “desarrollo humano”. Es un modelo más social que económico, pues involucra y se dirige a las redes sociales como asociaciones y colectivos, en tanto capital que permite el despegue económico como base del desarrollo a largo plazo.

Finalmente, tenemos el enfoque cultural, surgido hacia fines del siglo XX e inicios del XXI. En este caso, el desarrollo se centra en la cultura, entendida ésta en su doble acepción: por un lado, “tejido simbólico” (valores, símbolos y normas compartidas por un colectivo) y, por otro, Patrimonio material e inmaterial (objetos específicos fruto de la creatividad) que sedimentan a la vez que otorgan un sentido de pertenencia a las personas. Este enfoque, tal como lo señalan autores como David Harvey y Fredric Jameson, se basa en lo que se conoce como el modelo económico “posfordista”. Esto



es, un modelo basado en la producción diferenciada orientada a la demanda y cuya principal materia prima no es el objeto en sí, sino las ideas que de éste emanan. Se trata de una economía que vende más “información” o “contenido intangible” que materia física y basada en el contenido o lo que desde el mundo anglosajón se conoce como “economía creativa”. Y de ahí la importancia del Patrimonio y las industrias culturales.

A modo de resumen y partiendo de que estos enfoques no son excluyentes sino que comparten simultáneamente sus principios y objetivos, los resultados que se esperan conseguir con cada uno son:

Indicadores del desarrollo económico	Indicadores del desarrollo social	Indicadores del desarrollo cultural
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del PBI • Crecimiento industrial • Apertura de mercados • Índices de la bolsa de valores • Tipos de cambio de la moneda 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la salud, educación, TIC y seguridad • Fortalecimiento de redes y asociaciones • Promoción de capacidades • Aumento de la participación ciudadana 	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto y promoción de la diferencia • Valorización y protección del patrimonio • Proyección de la identidad cultural • Crecimiento de las industrias creativas • Acceso inclusivo a la cultura

Ahora bien, lo que proponemos no es, en absoluto, descartar los dos primeros enfoques, sino incorporarlos en uno integral donde la cultura juegue un rol cada vez más importante. Se trata, por tanto, de colocar a la cultura en el centro del desarrollo social y económico de nuestros países.

2. Cultura y desarrollo económico: Patrimonio e industrias culturales

Dentro de la lógica del desarrollo humano aparece el concepto de “capital social”, el cual comprende las asociaciones y prácticas sociales y culturales de una sociedad. Es un capital colectivo, pues favorece a toda una comunidad, “opera a diario y tiene gran peso en el proceso de desarrollo”¹⁷. Asimismo, el capital social destaca el valor de la cultura, entendida como valores simbólicos y Patrimonio material e inmaterial que

¹⁷ Bernardo Kliksberg, “Capital social y cultura: claves esenciales del desarrollo”, *Revista de la Cepal* Nº 69, Santiago de Chile, diciembre 1999.

permite imaginar nuevas estrategias de desarrollo. Siguiendo a Kliksberg: “el capital social y la cultura pueden ser palancas formidables de desarrollo si se crean las condiciones adecuadas. Su desconocimiento o destrucción, por el contrario, dificulta enormemente el camino”.

En este sentido, países del primer y tercer mundo ven con buenos ojos las oportunidades que ofrecen los recursos culturales: un Patrimonio Cultural diverso ofrece mayores opciones de desarrollo. Como señala George Yúdice, “en la actualidad es casi imposible encontrar declaraciones que no echen mano del arte y la cultura como recurso, sea para mejorar las condiciones sociales (tolerancia multicultural, derechos culturales), sea para estimular el crecimiento económico (proyectos de desarrollo cultural urbano)”¹⁸.

La cultura, por tanto, empieza a considerarse un bien del mismo modo que la naturaleza: la diversidad cultural se vuelve casi tan importante como la diversidad natural. Por ejemplo, el Patrimonio material e inmaterial se convierte en un recurso central para el turismo, una de las industrias culturales con mayor impacto en la economía del país. Asimismo, las industrias culturales como la cinematografía, la música o la moda, actúan como agentes dinamizadores de las economías nacionales.

Las industrias culturales comprenden el sector de bienes y servicios culturales producidos según criterios mercantiles pero con impactos directos en los referentes simbólicos e identitarios de un colectivo. Insertan en la lógica del mercado los bienes culturales materiales o inmateriales y pueden caracterizarse así:

- Su materia prima es con frecuencia una creación protegida por derechos de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico.
- Su contenido es artístico, cultural o patrimonial.
- Tienen diversos modos de producción y difusión, en pequeña, mediana y gran escala.

Sin embargo, la importancia del sector radica en que, además de ser promotoras de mercancías, son también “conductoras de comportamiento y edificadoras de significados”: no sólo producen bienes y servicios sino que transmiten contenidos profundos. Inciden en el PBI al mismo tiempo que en los comportamientos y actitudes de la sociedad. De ahí, el necesario rol del Estado, en diálogo con los actores privados y de la sociedad civil, de promover y canalizar este sector en políticas nacionales

3. Data nacional y gestión del Estado

Las industrias culturales constituyen alrededor del 7% del PBI Mundial. En América Latina este porcentaje es del 3,5% al 4% (sin incluir el turismo cultural), en Europa es del 5% al 6% y en Estados Unidos es del 7% al 8%. El porcentaje de la fuerza laboral dedicada a las industrias culturales es considerable: en el Reino Unido es del 5,1%, en Estados Unidos del 4,5% y en Brasil del 4%.

¹⁸ George Yúdice. “Introducción”, *El recurso de la cultura*, Barcelona: Gedisa, 2002.



Contribución de las industrias culturales al PIB en perspectiva internacional¹⁹

En el Perú, estudios secundarios señalan que el aporte de las industrias culturales al PBI es de alrededor del 1%; siendo la artesanía, la prensa y la fonografía las de mayor movimiento. Sin embargo, la informalidad del sector a la vez que la ausencia de un sistema de información cultural más preciso, confiable y sostenido en el tiempo probablemente reduzcan el real aporte del sector.

Industrias basadas en derechos de autor	Valor agregado (US \$)	Como porcentaje del V.A. Nacional	Empleo (número)	Como porcentaje del empleo nacional
Industrias básicas	879,283,884	1.23%	276,625	2.09%
Interdependientes	203,151,444	0.28%	18,950	0.14%
Parciales	14,876,250	0.02%	8,743	0.07%
No dedicadas	813,678,426	1.14%	291,632	2.20%
Total	1,910,990,004	2.67%	595,950	4.50%

Contribución a la economía nacional de las industrias basadas en derechos de autor en el Perú, 2005²⁰

¹⁹ Piedras, Ernesto. *Industrias Culturales para el Desarrollo Integral en México y América Latina* [en línea] ICDF-Inter American Culture Development, 2005 [disponible en: <http://www.iadb.org/om/pdf/epiedrasp1.pdf>] [fecha de consulta: 25-feb-2013]

²⁰ Morales, Rosa; Solórzano, Raúl; Távara, José; y Eduardo Villanueva. *Contribución Económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú* [en línea]. [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](http://www.wipo.int) (OMPI), Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), 2009 [disponible en: http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/9/er/informacion_util/ContribucionEconomicasIndustriasDAPeru.pdf] [fecha de consulta: 25-feb-2013]

- Industrias básicas: prensa y literatura, música, cine, software, radio y televisión, publicidad, fotografía, artes visuales y gráficas y sociedad de gestión colectiva.
- Industrias interdependientes: televisores, radios, reproductores de CD, video y otros, computadoras y equipos, instrumentos musicales, instrumentos fotográficos y cinematográficos y material de grabación en blanco y papel.
- Industrias parciales: prendas de vestir, textiles y calzado, joyas y monedas, muebles, artículos para el hogar, porcelana y vidrio, tapices de paredes y alfombras y juguetes.
- Industrias de apoyo no dedicadas: ventas al por mayor y menor, transportes y comunicaciones y telecomunicaciones.

El Perú es un país con un gran potencial en materia cultural. De hecho, como se puede dar cuenta en la reciente campaña de marca país, el Perú intenta “conquistar” el mundo precisamente a través de sus industrias culturales: la gastronomía, la música, los conocimientos ancestrales y la artesanía, entre otros. Sin embargo, existen puntos cruciales donde tanto el Estado como el sector privado deben intervenir. En nuestro caso, resaltan la diferencia de la oferta cultural entre Lima y provincias, la falta de infraestructura adecuada para potenciar los recursos culturales existentes o la capacitación en recursos humanos orientados al sector.

Por ejemplo, si nos referimos al patrimonio arqueológico, las bibliotecas, los centros culturales y las librerías en el país, tenemos el siguiente panorama:

Concepto	Departamento	Cantidad
Patrimonio Arqueológico por departamento	Lima	1.874
	La Libertad	1.587
	Puno	1.039
	Ayacucho	873
	Ancash	812
Patrimonio Arqueológico abierto al público	Cusco	39
	Lima	14
	Moquegua	11
	Ica	9
	Amazonas	8
	Puno	8
Patrimonio Histórico por departamento	Lima	1.392
	Arequipa	517
	Ayacucho	470
	La Libertad	386
	Cajamarca	275
Museos por departamento	Lima	76
	Cusco	25
	Arequipa	25
	Puno	23

Patrimonio Arqueológico²¹

²¹ Perú-Ministerio de Cultura. *Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas. Perú*. Fundación Interamericana de Cultura y Desarrollo, Perú-Ministerio de Cultura, 2011.

Concepto	Departamento	Cantidad
Bibliotecas públicas municipales por departamento	Lima	87
	Junín	62
	Piura	61
	Ancash	61
	Cusco	57
Centros culturales por departamento	Lima	64
	Cusco	9
	Arequipa	8
	Junín	5
Librerías por departamento	Lima	66
	Arequipa	9
	La Libertad	6
	Piura	5
	Cajamarca	5

Bibliotecas, centros culturales, librerías

Claramente, la oferta cultural no potencia los recursos existentes: la diferencia entre Patrimonio Arqueológico existente y el abierto al público o el número de museos es tremendamente desigual entre la capital y las provincias; habiendo varias ciudades del país sin librerías, centros culturales o cines. Esto, que puede deducirse de la imagen cuantitativa del sector, se hace aún más grave cuando estudiamos cualitativamente las falencias - simultáneas a la potencialidad - que tiene la cultura en el país. Y de ahí la importancia de contar con políticas culturales fuertes, acompañadas de una adecuada apuesta de financiamiento.

4. A modo de conclusión: la importancia de las políticas culturales y el financiamiento a la cultura

La política cultural es un mecanismo que permite canalizar los recursos y potencialidades del sector tanto para el desarrollo económico, como para el fortalecimiento ciudadano y la potenciación de la expresividad y creatividad humana. Esto es, se trata de proponer, orientar y gestionar los recursos culturales disponibles articulando los tres enfoques de desarrollo señalados al inicio. En concreto, en el Ministerio de Cultura del Perú sostenemos que algunos lineamientos de política cultural, en lo que corresponde a Patrimonio e industrias culturales, tienen que ver con las siguientes acciones:

- Brindar un entorno legal y normativo adecuado al contexto local y global para la promoción de las industrias culturales.
- Generar sistemas de información cultural confiables y de alcance nacional.
- Apoyar proyectos culturales nacionales que involucren la participación de la sociedad.



- Capacitar a los emprendedores culturales, fomentar la sostenibilidad de sus emprendimientos y fortalecer la generación de iniciativas dedicadas a la cultura.
- Plantear políticas para la intervención del sector privado en bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación (sean muebles o inmuebles).
- Fomentar el acceso equitativo a la oferta cultural.
- Mediar entre las necesidades culturales de la población y la producción de los gestores culturales.
- Generar conocimiento en el campo y fomentar la importancia de la actividad cultural a nivel nacional: coordinación con direcciones regionales.
- Impulsar una oferta cultural equitativa, accesible y de calidad.
- Proteger los bienes materiales e inmateriales y arqueológicos.

Precisamente, una tarea que atraviesa todos estos puntos tiene que ver con el financiamiento al sector. Tres preguntas son aquí claves: ¿dónde intervenir? ¿Quiénes deben financiar la cultura? ¿Por qué?

Con respecto a la primera pregunta y partiendo de los aportes de la UNESCO en [Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas](#) (2010), creemos que las áreas de intervención en el sector y que tocan particularmente al Perú tienen que ver con cuatro: (i) la infraestructura - y por lo tanto la mejora en la oferta, acceso y calidad de los servicios -; (ii) los recursos humanos y formación - y con ello la mejora en la gestión local y desarrollo de proyectos vinculados a la cultura -; (iii) el desarrollo de mercados - y desde ahí el impulso de encuentros comerciales locales e interregionales entre actores vinculados al sector -; y (iv) la competitividad e innovación - y por tanto la potenciación de las capacidades humanas que, siendo en el Perú amplias, muchas veces no cuentan con los recursos materiales y tecnológicos necesarios para competir en un escenario global -.

Con respecto a la segunda pregunta, es claro que siendo, nuevamente, un sector que involucra distintos actores privados y públicos, las políticas de financiamiento deben articular ambas partes. El Estado tiene un rol promotor y gestor de las políticas nacionales orientadoras del sector. Pero no debemos dejar de lado que hoy en día es en el mercado donde las dinámicas culturales encuentran buena parte de su vitalidad. El sector público debe asumir como política de Estado, por las razones expuestas, buena parte del financiamiento a la cultura. Pero esta apuesta solo logrará potenciarse y alcanzar objetivos mayores con una alianza fuerte con el sector privado.

Finalmente, como hemos señalado, los motivos por los cuales financiar - impulsar - el sector son centrales en el mundo actual. Diremos, para terminar, que la cultura no es solamente un conjunto de objetos materiales e inmateriales; es también una herramienta de transformación social. Los países desarrollados intervienen económicamente en el Patrimonio y en las industrias culturales, las cuales son a su vez dinamizadoras económicas vitales. El accionar de la cultura en el desarrollo social y económico se basa en la gestión adecuada del Patrimonio Cultural material e



inmaterial y las industrias culturales. Esto es vital en un país con mucha riqueza cultural a la vez que constantes conflictos sociales; simultáneamente, con poco financiamiento al sector y muchas brechas en la oferta y acceso a la cultura.



PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y CONSULTA A EXPERTOS EN LA TOMA DE DECISIONES PÚBLICAS

ÁNGEL EDUARDO MORENO

Asesor-Coordinador del Ministerio de Cultura de Colombia
(Grupo de Emprendimiento Cultural e Industrias Culturales)

Quisiera comenzar esta intervención explicando el tema de la misma, que no es otro que puntualizar cómo se configura el Sistema Nacional de Cultura en Colombia y cuáles son las estrategias y mecanismos que el Ministerio y el sector cultural utilizan para hacer consultas y permitir la participación ciudadana, cómo se formula la política pública colombiana central y nacional y cómo logramos que estas políticas tengan su repercusión y se construyan también en el ámbito municipal. Al mismo tiempo, expondré las políticas de emprendimiento cultural e industrias culturales que el Ministerio de Cultura ha venido implementando en el país en los últimos dos o tres años.

El [Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014](#) del Gobierno del Presidente Santos se proyecta en cuatro años y lleva ya dos en ejecución, centrando su política cultural en seis aspectos fundamentales:

- 1) Impulsar la lectura y la escritura y facilitar la circulación y acceso a la información y el conocimiento.
- 2) Contribuir al desarrollo integral de los niños de 0 a 6 años, promoviendo el ejercicio de los derechos culturales, a través de los lenguajes expresivos y estéticos.
- 3) Fomentar procesos de formación artística y de creación cultural.
- 4) Fortalecer la apropiación social del Patrimonio Cultural.
- 5) Consolidar la articulación del [Sistema Nacional de Cultura](#).
- 6) Impulsar y fortalecer el emprendimiento cultural y las industrias culturales.

En esta presentación nos centraremos exclusivamente en los dos últimos puntos como ejes principales de actuación.

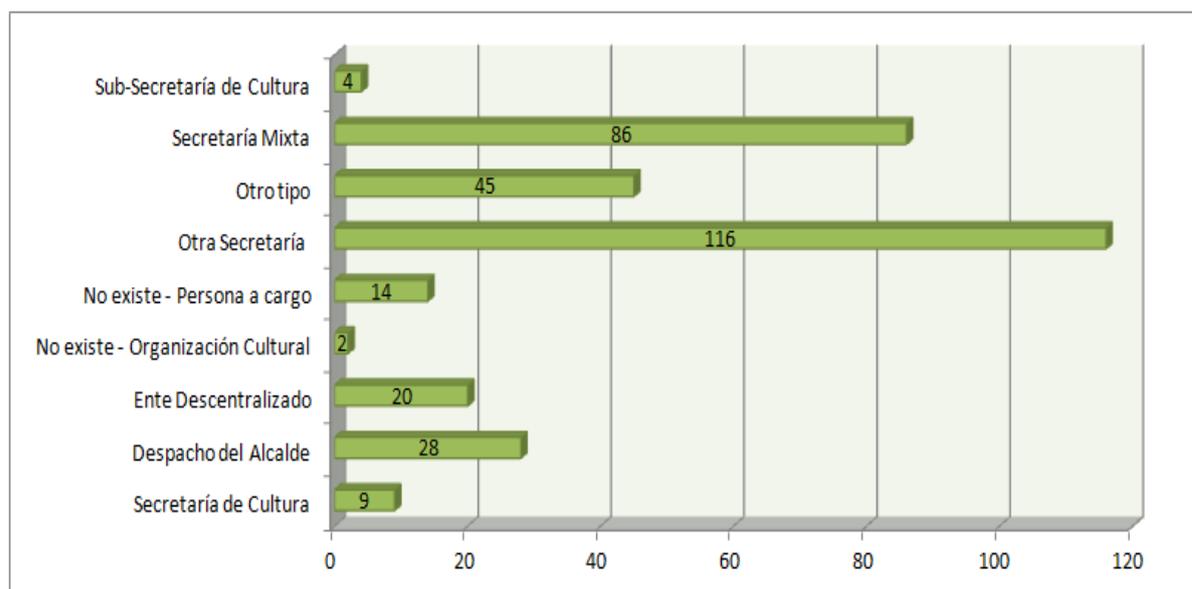
Con respecto a la consolidación de la articulación del Sistema Nacional de Cultura hay que analizar cómo hacemos para que este Sistema, que se constituyó antes de la formación del propio Ministerio de Cultura y no al revés como sería habitual, se adapte a esta nueva institucionalidad en un país como Colombia, con cuarenta y cinco millones de habitantes, treinta y dos departamentos o comunidades y mil ciento dos municipios. El Ministerio de Cultura de Colombia se creó hace quince años y lo hizo a raíz de la [Ley General de Cultura 397/1997](#). Nos consideramos un Ministerio joven y con capacidad de reflexionar y repensar las distintas formas posibles de actuación.

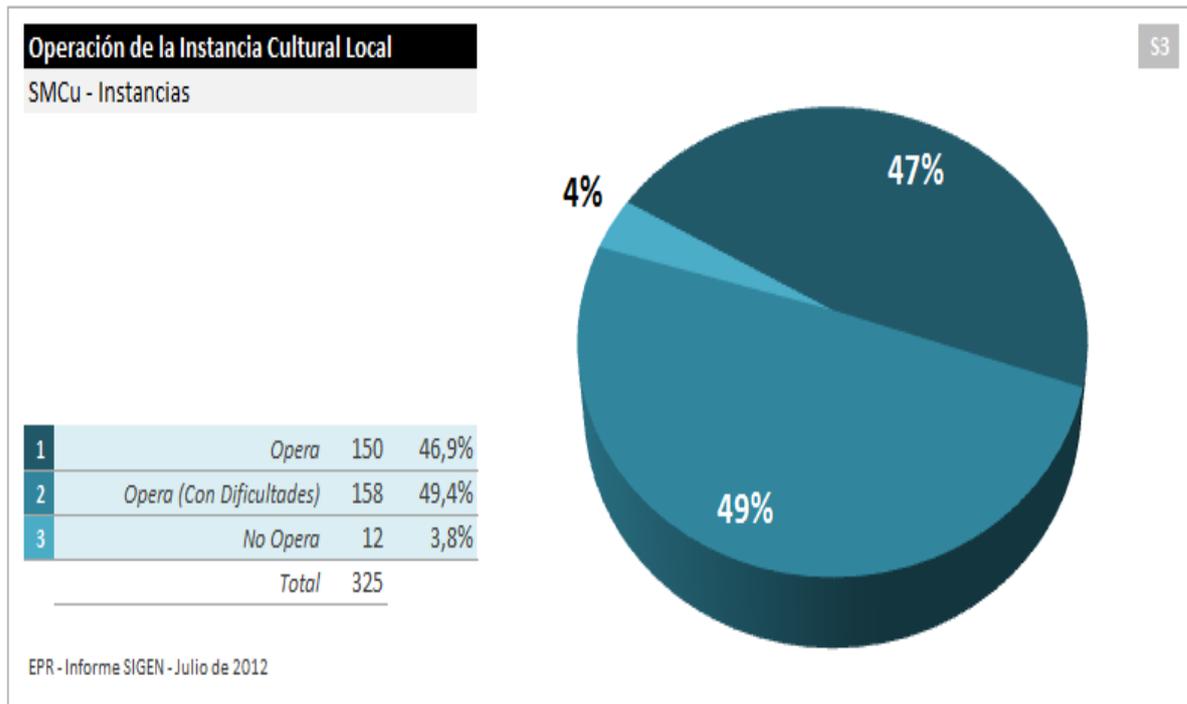


Así pues, el Sistema Nacional de Cultura se define como “el conjunto de instancias, espacios de participación y procesos de desarrollo institucional, planificación, financiación, formación, e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales” de acuerdo con los principios de descentralización, diversidad, participación y autonomía ([Decreto 1589 de 1998, por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Cultura y se dictan otras disposiciones](#)). De esta forma podemos articular políticas culturales desde el ámbito nacional al municipal y viceversa.

El primer componente de este sistema son las **instancias**, conformadas por los siguientes organismos e instituciones: el Ministerio de Cultura, la Biblioteca Nacional (que se encarga de las políticas de lectura y de libros), el Museo Nacional de Colombia (que articula toda la red de museos tanto públicos como privados), el Archivo General de la Nación, el Instituto Caro y Cuervo (con competencias en el ámbito de la lengua y las lenguas) y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (cuyo origen es muy anterior a la formación del Ministerio de Cultura y ha tenido una presencia muy fuerte en la política cultural del país). Otras instancias fundamentales para la articulación de las políticas culturales del país son los fondos mixtos y las entidades y oficinas culturales territoriales, que articulan este entramado a nivel departamental y municipal, y finalmente las demás entidades públicas o privadas, civiles o comerciales que desarrollan, financian, fomentan, ejecutan o promueven actividades culturales.

A continuación puede apreciarse un análisis de cómo se comporta esta institucionalidad cultural en el ámbito municipal, a través de unos gráficos extraídos de un muestreo de quinientos veintidós municipios.





Podemos comprobar como esta institucionalización cultural es mayoritaria cuando se adscribe a cualquier Secretaría que no esté necesariamente vinculada con el ámbito de la cultura. Puede ser la Secretaría de Educación, la de Deporte, etc., a las cuales se les añade el componente o capítulo cultural. También observamos otro tipo de instituciones que ejercen políticas culturales, como pueden ser las Casas Culturales o las Bibliotecas, pero de alguna manera queda patente que en los mil ciento dos municipios hay una fuerte institucionalidad que formula políticas culturales.

El segundo componente del Sistema Nacional de Cultural son los **espacios de participación** necesarios para generar sinergias y para la formulación y construcción de políticas culturales. Para ello se cuenta con la existencia de una serie de Consejos Nacionales (territoriales y sectoriales) que tratan todos los aspectos de la cultura.

N°	ESPACIO	ACTO DE CREACIÓN	ESTADO
1	Consejo Nacional de Cultura	Ley 397/1997 - Decreto 1782/03	Funcionando
2	Consejo Nacional de Música	Ley 397/1997 - Decreto 3600/04 - Ley 1185/08	Funcionando
3	Consejo Nacional de Teatro	Ley 397/1997 - Decreto 3600/04 - Ley 1185/08	Funcionando
4	Consejo Nacional de Danza	Ley 397/1997 - Decreto 3600/04 - Ley 1185/08	Funcionando
5	Consejo Nacional de Literatura	Ley 397/1997 - Decreto 3600/04 - Ley 1185/08	Funcionando
6	Consejo Nacional de Artes Visuales	Ley 397/1997 - Decreto 3600/04 - Ley 1185/08	Funcionando
7	Consejo Nacional de Patrimonio	Ley 1185/08 - Decreto 4934/09	Funcionando
8	Consejo Nacional del Libro y la Lectura	Decreto 267/02 - Decreto 826/03	Funcionando
9	Consejo Nacional de las Artes y de la Cultura en Cinematografía - CNACC	Ley 814/03	Funcionando
10	Consejo Nacional de Medios Ciudadanos y Comunitarios	Decreto 3600/04 - Resolución 125/05	Funcionando
11	Consejo Nacional Asesor de Lenguas Nativas	Ley 1381/10 - Decreto 1004 de 2012	<i>En proceso de conformación</i>
TOTAL CONSEJOS NACIONALES		11	



Hay un total de once Consejos que representan cada uno de los ámbitos de la cultura: música, danza, teatro, literatura... y uno último, en proceso de formación, relacionado con las lenguas nativas que es un tema que en los últimos cuatro años ha tomado gran fuerza en el país. En cada Consejo hay representantes de sus respectivos sectores culturales, que conocen en profundidad dicho sector y son expertos, a los que se consulta desde la autoridad máxima rectora de cada área para poder formular las correspondientes políticas públicas.

N°	ESPACIO	NÚMERO DE CONSEJOS	FUNCIONANDO
1	Consejos Departamentales de Cultura	32	31
2	Consejos Distritales de Cultura (Bogotá, Barranquilla y Cartagena)	3	3
3	Consejos Departamentales de Patrimonio	28	28
4	Consejos Distritales de Patrimonio (Bogotá)	1	1
5	Consejos Departamentales de Música	25	25
6	Consejos Distritales de Música (Bogotá, Barranquilla y Cartagena)	3	3
7	Consejos Departamentales de Artes Visuales	4	4
8	Consejos Departamentales de Danza	4	4
9	Consejos Departamentales de Literatura	4	4
10	Consejos Departamentales de Teatro	4	4
11	Consejos Departamentales de Cinematografía	18	18
12	Consejos Distritales de Cinematografía	4	4
13	Consejos Departamentales de Medios de Comunicación	24	24
TOTAL CONSEJOS DEPARTAMENTALES Y DISTRITALES		154	153

Por otro lado, existen Consejos Departamentales que también representan las distintas áreas artísticas o culturales a diferente escala.



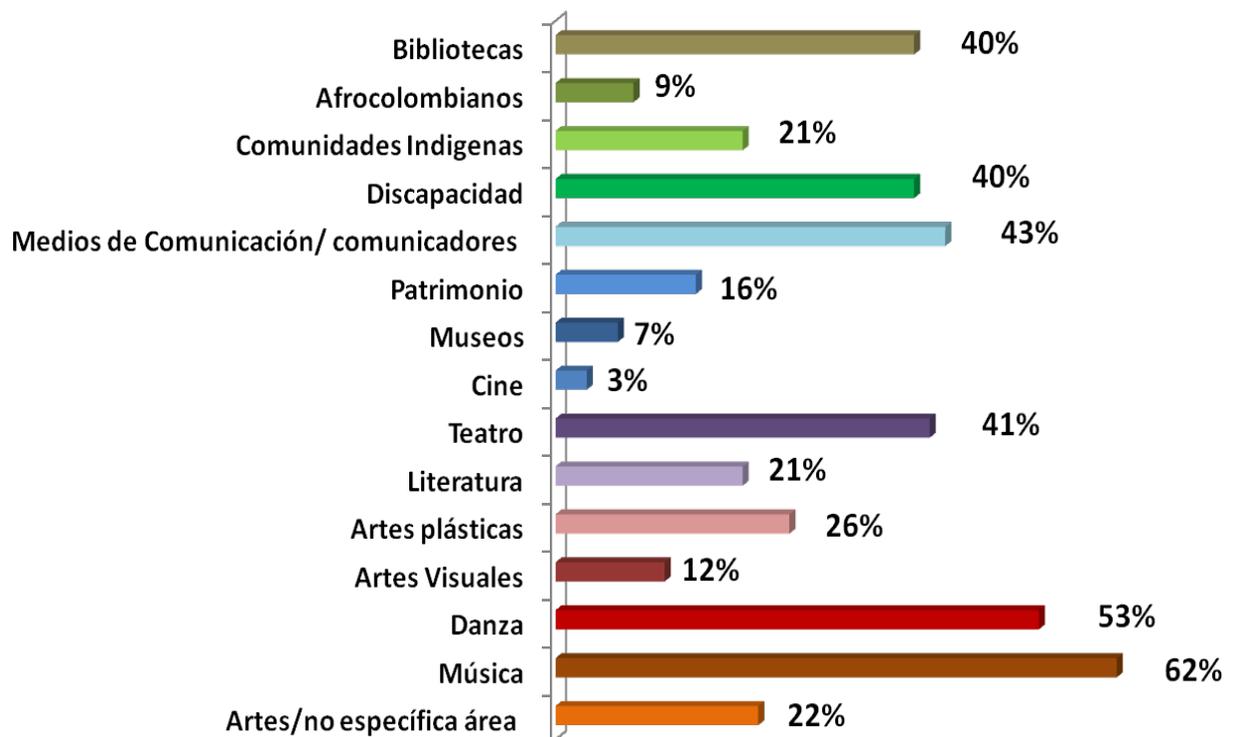
En total son ciento cincuenta y cuatro creados pero ciento cincuenta funcionando como tal (pues los distritos de Bogotá, Barranquilla y Cartagena tienen personalidades distritales especiales y uno de los Consejos Departamentales de Cultura aún no está en funcionamiento), pudiéndose extraer los siguientes datos:

- 1.975 Consejeros nacionales y distritales (que participan en la activación y formulación de la política cultural).
- 8.503 Consejeros municipales y de ciudades capitales identificados y registrados en la Dirección de Fomento Regional.
- 651 Consejeros departamentales identificados y registrados en la Dirección de Fomento Regional

TOTAL: 11.129 Consejeros (sin incluir los 5.000 Consejeros de Archivos).

Estas cifras, más allá de ser simples datos numéricos, muestran un sistema que tiene representación en los distintos ámbitos del país (nacional, departamental y municipal), así como una participación y actividad permanente en la orientación de políticas culturales. Lo cual conecta de forma directa con el tema de la financiación porque son estos mismos Consejeros los que analizan y deciden en que líneas y en qué áreas hay que hacer una inversión económica.

Si analizamos la representación de las distintas áreas en los Consejos Municipales de Cultura, obtenemos los siguientes porcentajes:

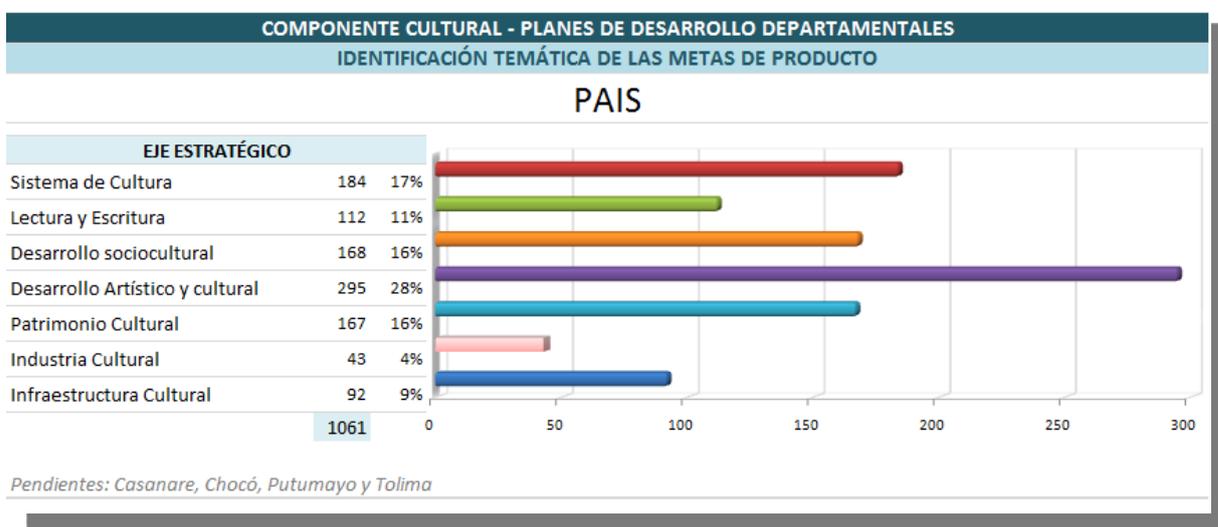


De acuerdo con el gráfico, las áreas mayoritarias de representación se corresponden con las artes más tradicionales (música, danza, teatro...) y con las bibliotecas. Si bien destaca un ámbito que anteriormente no existía, pero que en los últimos años está tomando mucha fuerza y que desde el Ministerio de Cultura nos estamos esforzando mucho en desarrollar que es el relacionado con las discapacidades; también se encuentra en crecimiento la Consejería de Comunidades Indígenas.

En este mismo gráfico se advierte una muy baja incidencia del sector del cine a nivel municipal que denota su concentración en las grandes ciudades, por lo que se tiene como tarea pendiente del Estado, con el requerimiento de una atención especial por su parte.

El tercer componente del Sistema Nacional de Cultural son los **procesos**, fundamentalmente cuatro: planeación, financiación, formación e información.

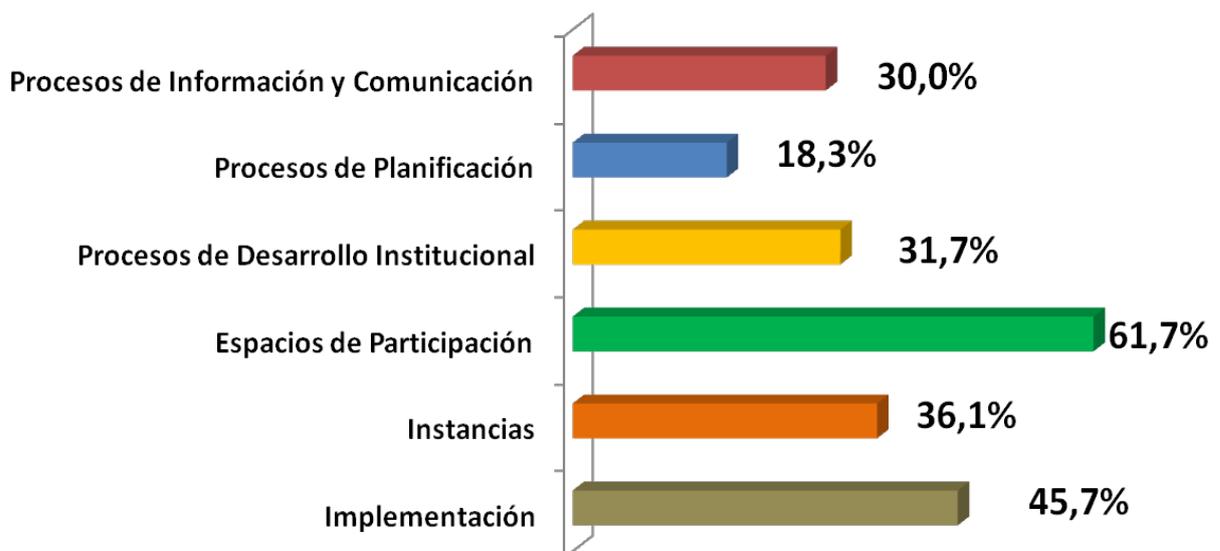
El Ministerio de Cultura de Colombia está realizando un importante ejercicio de planificación cultural cada vez que hay nombramientos de autoridades departamentales y municipales, pues su permanencia no coincide con los años de mandato de la Presidencia de la Nación y ambos tienen que adaptarse, lo cual es muy positivo porque le supone al Estado generar una actividad permanente de formulaciones y diálogos con las nuevas autoridades. En enero de 2012, se llevaron a cabo los nombramientos de los nuevos Gobernadores Departamentales y Alcaldes, lo que supuso una ardua tarea de planificación y vinculación de estos nuevos representantes a los Planes de Desarrollo, en todos aquellos aspectos vinculantes de la política cultural a nivel central.



En el gráfico superior sobre los Planes de Desarrollo Departamentales 2012-2015, cuatro de los Departamentos no se tuvieron en cuenta porque en ese momento no estaba especificada la participación del sector cultura; por tanto, de los treinta y dos

existentes se muestran los datos sólo de veintiocho. Sin embargo, lo que se pone de manifiesto es que el sector cultural tiene una gran presencia dentro de los Planes de Desarrollo de todos los Departamentos, lo cual significa también que cuentan con una asignación en términos presupuestales importante. Por ejemplo, el Área de Desarrollo Artístico y Cultural, que tiene que ver con la formación en escuelas de danza, música y teatro, es el ámbito con mayor representación, seguido por el Sistema de Cultura que viene a expresar como los Planes de Desarrollo Departamentales de los treinta y dos Departamentos enfatizan los espacios de participación, dando al sistema una relevancia, una importancia y una actividad permanente.

Así mismo, al analizar ciertos Planes de Desarrollo Municipal, concretamente cuatrocientos cincuenta de ellos - de un universo de mil ciento dos -, en base a aquellos que tienen acciones relacionadas con el eje "Sistema de Cultura" y detallándolos por programas, podremos ver que nuevamente hay un énfasis en desarrollar espacios de participación y una gran preocupación por la implementación de las políticas culturales, por la manera en que los Consejeros inciden y participan en estos ejercicios y por cómo hay procesos de información y comunicación que están relacionados con la recogida de información sobre el sector cultural por parte de los municipios.



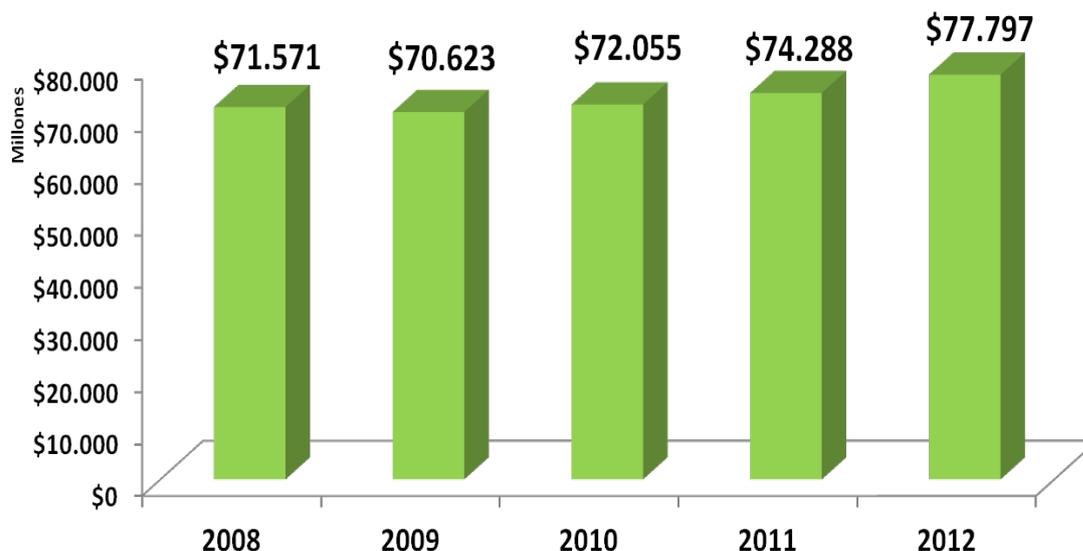
Centrándonos ahora específicamente en el ámbito de la financiación cultural, hay que señalar que a nivel institucional contamos con una serie de herramientas y estrategias:

1. El Sistema General de Participaciones. Es similar en todos los países y se compone de los recursos que desde el Gobierno de la Nación se transfieren directamente a los Departamentos. En el caso concreto de Colombia desde la Ley 1450 de 2011, por la

cual se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 y que modifica la Ley 715 de 2001 con el propósito de garantizar mayores recursos para la cultura, se destina el 6% de esos recursos al sector cultural. Ese 6% debe destinarse a políticas y proyectos que cumplan seis características específicas:

- ✓ Fomentar el acceso, la innovación, la creación y la producción artística y cultural en el municipio.
- ✓ Apoyar y fortalecer los procesos de información, investigación, comunicación y formación y las expresiones multiculturales del municipio.
- ✓ Apoyar la construcción, dotación, sostenimiento y mantenimiento de la infraestructura cultural del municipio; y proteger el Patrimonio Cultural en sus distintas expresiones.
- ✓ Apoyar el desarrollo de las redes de información cultural y bienes, servicios e instituciones culturales (museos, bibliotecas, archivos, bandas, orquestas, etc.), así como otras iniciativas de organización del sector cultural.
- ✓ Formular, orientar y ejecutar los planes, programas, proyectos y eventos municipales.

A continuación se muestran las cuantías destinadas mediante el Sistema General de Participaciones al sector cultura entre 2008 y 2012 en millones de pesos:



Teniendo en cuenta que un dólar se corresponde, aproximadamente, con mil ochocientos pesos colombianos, estamos ante una cifra de unos treinta y cinco o cuarenta millones de dólares en cuatro años.

2. Impuesto Sobre el Valor Añadido a la telefonía móvil. El IVA en Colombia es del 16%, pero en telefonía móvil (a raíz de la Ley 788 de 2002 en cuyo artículo 35, párrafo 2º, se establece el gravamen de un 4% más a partir del primero de enero de 2003) se paga un 20%. Ese cuatro por ciento restante se destina a inversión social en deporte y cultura en base a la siguiente distribución:

Incremento	Distribución	Destinación		A quién se giran
4%	75%	Planes, programas y proyectos deportivos a nivel nacional		COLDEPORTES
	25%	50%	Programas de fomento y desarrollo deportivo e infraestructura	DEPARTAMENTOS Y DISTRITO CAPITAL
		50%	Fomento, promoción y desarrollo de la cultura y la actividad artística, dándole aplicación a la Ley 1185 de 2008	DEPARTAMENTOS Y DISTRITO CAPITAL
	100%	Inversión Social		

En total, desde 2003 se han destinado a cultura en los distintos Departamentos unos cincuenta y cinco o sesenta millones de dólares, que han sido utilizados puntualmente en la recuperación bienes pertenecientes al Patrimonio Histórico. Esto significa que hoy en día tenemos una importante fuente de financiación para el sector cultural. Así se pueden presentar proyectos en los distintos Municipios y Departamentos que estos elevarán al Ministerio de Cultura para ser supervisados y valorados para su puesta en marcha. Este recurso, que ha sido una fuente de financiación fundamental en los últimos nueve años, tiene sin embargo una cierta fragilidad puesto que, mediante una reforma tributaria, un gobernante con una visión distinta podría derogarla.

3. Estampilla Procultura. Es un gravamen que se impone a una determinada actividad económica de un Municipio o Departamento y que debe estar entre el 0,5 y el 2% del total de dicha actividad, para ser destinado a actividades relacionadas con la cultura. Este mecanismo se regula a través del artículo 38 de la Ley 397/1997, reglamentada por la Ley 666/2001 e implica que la responsabilidad del recaudo y ejecución está a cargo del respectivo ente territorial (Alcaldía, Departamento o Secretaría de Cultura), mientras la responsabilidad del control de esos recursos está a cargo de las Contralorías Territoriales y su veeduría a cargo de los Consejos Territoriales de Cultura, Veedurías Ciudadanas y comunidad en general. Del total recaudado, el 10% se debe

invertir en Seguridad Social de artistas y gestores culturales (que es una gran problemática que tenemos en el país, la desatención del sector cultural en cuanto a seguridad social) y el otro 10% debe ser empleado en bibliotecas públicas. De los mil ciento dos municipios colombianos que podrían aplicar este sistema, mil cuarenta y uno ya lo tienen implantado, lo que supone un 94% del total y una fuente regular de ingresos para todos ellos.

4. Leyes sectoriales (Cine y Espectáculos en vivo). Colombia es un país con una larga tradición en legislación cultural e institucionalización y ya desde 2003 cuenta con la [Ley de Cine](#), que ha supuesto pasar de tres o cuatro producciones cinematográficas nacionales al año, antes de la Ley, a las treinta y dos que se estrenaron en 2012. En este ámbito destaca una recaudación fiscal controlada por el llamado [Fondo para el Desarrollo Cinematográfico](#) (FDC), que se creó en el marco de la misma Ley y ha contado con cerca de cuarenta millones de dólares de inversión entre 2003 y 2011. Consiste en realizar unas convocatorias públicas, junto con una serie de estímulos automáticos que se entregan directamente a los realizadores y productores. Al mismo tiempo la Ley contempla la entrega de certificados de donación o inversión a las empresas privadas que destinen fondos a este sector, habiéndose beneficiado de este sistema noventa y siete proyectos y expedido seiscientos setenta y cuatro certificados entre donaciones e inversiones, como puede verse en los siguientes gráficos.

CONVOCATORIA	ESTÍMULOS POR CONCURSO	ESTÍMULOS AUTOMÁTICOS	ESTÍMULOS TOTALES
2004	\$2.138	\$451	\$2.588
2005	\$4.281	\$648	\$4.929
2006	\$4.195	\$948	\$5.142
2007	\$3.804	\$892	\$4.695
2008	\$4.061	\$913	\$4.974
2009	\$4.540	\$1.066	\$5.606
2010	\$7.532	\$1.099	\$8.631
2011	\$9.735	\$2.800	\$12.536
	\$40.285	\$8.816	\$49.101



Año	Número de certificados otorgados	Número de certificados otorgados	Monto (pesos)	Número de proyectos beneficiados
	Inversión	Donación		
2004	16	0	\$ 505.000.000,00	2
2005	93	1	\$ 1.955.989.520,28	12
2006	79	4	\$ 8.609.542.124,24	15
2007	53	1	\$ 6.466.032.979,00	22
2008	85	0	\$ 20.613.562.749,60	21
2009	94	2	\$ 10.883.328.590,00	25
2010	98	1	\$ 17.225.002.471,26	26
2011	141	6	\$ 23.281.583.520,94	19
Totales	659	15	\$ 89.540.041.955,32	*97
			Largometrajes	89
			Cortometrajes	8

* Número total de proyectos beneficiados teniendo en cuenta que algunos de ellos han obtenido certificados en años diferentes

En el año 2012, se aprobó la segunda fase de esta Ley del Cine ([Ley 1556 de julio de 2012](#)) según la cual un productor nacional o internacional que utilice el territorio colombiano para el rodaje de una película recibirá una contraprestación equivalente al 40% de los gastos por servicios cinematográficos (alquileres de equipos, producción, etc.) y del 20 % de los gastos de hostelería, alimentación y transporte. Esto permitirá que Colombia se convierta en un país importante y en una referencia en cuando a rodajes cinematográficos, propiciado a su vez por la diversidad paisajística del país (que dispone de nieves, desiertos, selvas...), lo cual fomenta su gran versatilidad escenográfica. Los servicios cinematográficos deberán ser contratados con sociedades colombianas, lo que, a su vez, elevará el nivel de la producción local, generará empleo y fortalecerá el sector cultural. Al mismo tiempo, se creó el Fondo Fílmico Colombia, con unos diez millones de euros, que es la entidad encargada de celebrar los contratos con los productores cinematográficos que rueden total o parcialmente sus obras en el país. Además de los estímulos mencionados, se otorgarán visas especiales para el talento cinematográfico y se facilitarán los trámites, para incentivar el rodaje.

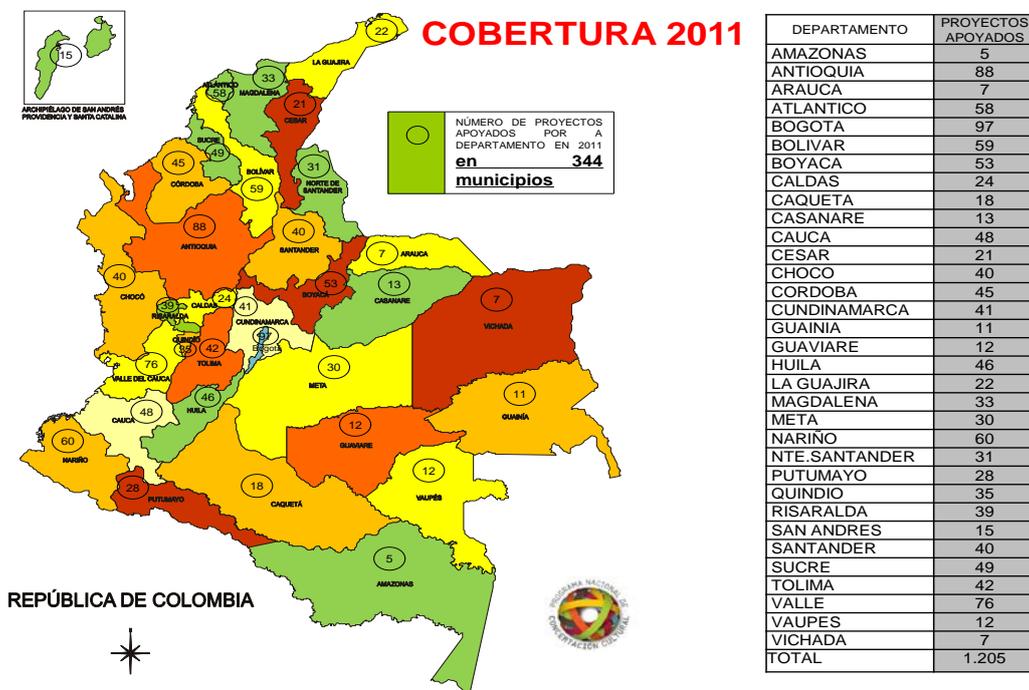
Hace algún tiempo, la Ministra de Cultura, Mariana Garcés, estuvo en Hollywood presentando la Ley y promocionando sus beneficios para incentivar las inversiones privadas y generar dinámicas de empleo y desarrollo.

En lo que respecta a espectáculos en vivo, especialmente conciertos, el país tenía una gran problemática por diversos motivos: la extensa burocracia para conseguir distintos tipos de permisos, los diferentes impuestos que gravaban este tipo de espectáculos (especialmente los aplicados a artistas internacionales por el hecho de ser extranjeros), la falta de infraestructuras para su realización, la constante competencia con el sector de deportes por el uso de sus instalaciones, etc. Para tratar de paliar esta situación se aprobó la [Ley de Artes Escénicas y Espectáculos en Vivo \(Ley 1493 de diciembre de 2011\)](#), que establece que las inversiones privadas que se realicen en



infraestructuras para la habilitación de escenarios nuevos o ya existentes serán deducibles del Impuesto sobre la Renta en un 100%, además de quedar excluidos también del pago del IVA. Al mismo tiempo, se rebajaron los trámites burocráticos y el pago de impuestos pasó del 30% al 8% para este tipo de espectáculos. Finalmente se ejecutó una última medida consistente en destinar el 10% de la recaudación de las entradas, siempre que estas tuvieran un precio individual igual o superior a 3 UVTS (que son aproximadamente cuarenta dólares), a inversión en infraestructuras culturales, tanto públicas como privadas. Gracias a todo ello se ha conseguido, por ejemplo, que una artista como Madonna actúe dos veces en el país y por su sola presencia se hayan recaudado unos tres millones de dólares. Esto supone una importante apuesta que está consolidando el sector de las artes escénicas, generando beneficios tanto para los empresarios como para la comunidad, mejorando las infraestructuras y ampliando la oferta cultural.

5. Recursos de inversión y funcionamiento del Ministerio. Si bien los recursos de los Ministerios siguen siendo escasos, se ha realizado un importante esfuerzo por incrementar los presupuestos a través de leyes y reformas tributarias. Además, disponemos de los Fondos Concursables (FONDART), que en el Ministerio de Cultura de Colombia se conocen como Programa Nacional de Concertación, que complementan los fondos de inversión del Ministerio de Cultura. Gracias a ello se han podido apoyar mil doscientos cinco proyectos en el año 2011, a lo largo de todo el país, en los treinta y dos departamentos.



Otras herramientas y estrategias utilizadas para la financiación cultural que merecen ser destacadas son el Sistema General de Particiones de Libre Destinación e Inversión, las regalías y las alianzas tanto con organismos nacionales e internacionales como con otros sectores económicos de país (educación, agricultura...).

El segundo eje fundamental de acción del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 es el impulso y fortalecimiento del emprendimiento cultural y las industrias culturales. En este sentido, Colombia tiene una política de emprendimiento cultural, que se está llevando a cabo en los últimos tres años, basada en cinco ejes: formación, fuentes de financiación, articulación institucional, circulación y acceso e investigación y conocimiento. Esta política conlleva un ejercicio de participación muy elevado que se basa en un [Sistema Nacional de Competitividad](#), del cual forma parte el Ministerio de Cultura; tiene como objetivo impulsar y coordinar acciones orientadas a mejorar la competitividad del sector de las industrias culturales en el país.

Esto significa que hoy en día hay una estructura institucional, dentro de este Sistema de Competitividad, de la que anteriormente formaban parte sólo los sectores tradicionales de la economía como el textil, el agrícola o el automotriz, mientras en la actualidad contamos con un Comité Técnico Mixto de Industrias Culturales compuesto por cinco Mesas de Diálogo que representan distintos sectores culturales: audiovisual, animación y videojuegos, artes, editorial y artesanías.

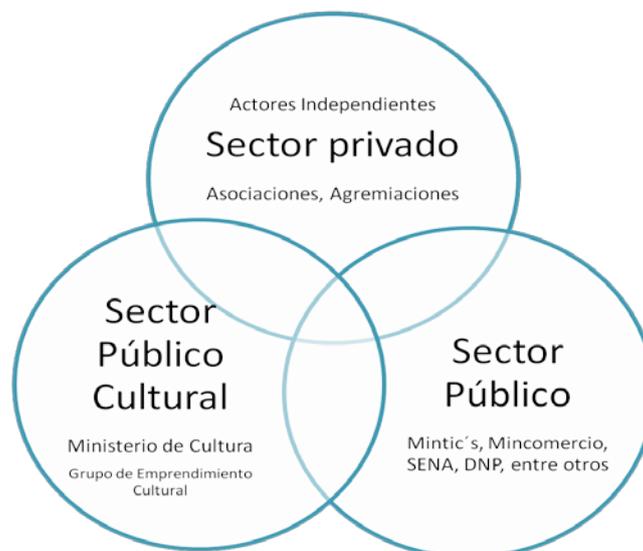


A través de estas cinco Mesas se genera un diálogo permanente con todos los actores asociados a cada ámbito, que ha permitido detectar las debilidades y fortalezas del sector cultural así como aquello que le impedía ser más competitivo e innovador

frente a la oferta nacional e internacional. Además, el [Convenio Andrés Bello](#) y sus investigaciones de los últimos quince años sobre el impacto de las acciones del sector cultural han permitido disponer de datos sistematizados que dan cuenta de su desarrollo y permiten negociar con otros sectores económicos con mayor fuerza. De esta manera, hoy en día, el sector de las industrias culturales y creativas cuenta con el reconocimiento de un componente y una dimensión económica que lo convierte en motor de desarrollo, de modo que otras instancias del Estado (no sólo el Ministerio de Cultura) reconocen también este potencial económico y de transmisión de contenidos, contando con él en sus agendas de trabajo y haciéndolo transversal.

Ahora, los actores privados del sector cultural comparten intereses comunes que los incentivan a integrar agendas de trabajo a mediano y largo plazo. Estos actores y líderes están identificados y cuentan con estrategias y herramientas sectoriales específicas para el desarrollo de su trabajo y el diagnóstico de su problemática. El sector privado, por su parte, gracias a los diálogos establecidos en estas Mesas (que no están libres de tensiones y conflictos) está mejor informado, de manera que la toma de decisiones con respecto a las políticas públicas se hacen conjuntamente y no de forma aislada e independiente.

Como puede apreciarse en el siguiente diagrama, todos los agentes posibles están presentes en los diálogos y negociaciones, incluyendo al sector público ajeno a la cultura (salud, educación, tecnología, planeamiento...). Todos tienen algo que decir y juegan un rol importante para que la cultura sea un eje más de desarrollo económico del país, integrado en las políticas públicas, transversal e igual de relevante que los demás.



En estas Mesas de Diálogo se ha venido trabajando en cuatro ejes fundamentales:

- 1) Talento humano.
- 2) Desarrollo empresarial.
- 3) Marco normativo.
- 4) Infraestructura.

En líneas generales y desde el año 2009 se ha estado incidiendo en asuntos como la difusión de información y conocimiento, la propiedad intelectual y los derechos de autor (que estaban incluidos en el Ministerio del Interior, en lugar de en el Ministerio de Cultura y ello generaba bastante controversia), el marco normativo, las nuevas tecnología, etc. También se están resolviendo conflictos concretos como el hecho de que la Mesa de Artesanías, por ejemplo, dependa del Ministerio de Comercio y no del de Cultura, lo cual supone que se potencie mucho su proyección comercial, pero no así el mantenimiento y conservación del Patrimonio Cultural. Aquí tenemos un reto importante, pero la juventud del Ministerio - que mencioné anteriormente - supone que se vayan moviendo poco a poco este tipo de estructuras.

Uno de los dilemas en los que nos encontramos actualmente es el siguiente: el Área de Emprendimiento Cultural tiene como misión generar empresarialidad y una actividad económica importante para el sector cultura. Sin embargo, el propio Estado es el responsable de que en el sector existan fundaciones sin ánimo de lucro que han estado durante años acaparando los recursos económicos de la cultura y constituyéndose como tales sólo para poder acceder a estos fondos. Por el contrario, quienes querían constituir una empresa que ofreciera beneficios se han encontrado con muchas dificultades. Por ello, en el año 2011 creamos el Fondo Capital Semilla para planes de negocio empresariales en distintas áreas artísticas, que es una convocatoria pública, inscrita dentro del Fondo Emprender, para entregar recursos de capital semilla a emprendedores. Por otro lado y en este mismo sentido, Bancoldex (banco de segundo piso) abrió una línea de crédito especial con una tasa muy baja frente a las tasas del mercado para que la banca de primer piso pueda otorgar a la micro y pequeña empresa créditos con tasas muy blandas que los recursos del Ministerio de Cultura ayuden a subsidiar. No es que los bancos bajen las tasas sin más, sino que hay una apuesta por parte del Estado para subvencionar esa diferencia entre la tasa que se ofrece y la del mercado. También está el Programa Nacional de Concertación como gran fondo de recursos para el emprendimiento y el desarrollo de actividades culturales y artísticas.

En lo que respecta a la articulación institucional contamos con un proyecto fundamental que supone el apoyo a iniciativas que se están realizando en regiones puntuales, como Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cauca, el Eje Cafetero o Valledupar, donde hay una importante participación de la empresa privada (las Cajas de Compensación, Universidades, Cámaras de Comercio, el Banco Interamericano de Desarrollo, Secretarías de Cultura Municipales y Departamentales, Comunidad



Cultural, Escuela Taller de Bogotá...) que está desarrollando clusters regionales de industrias culturales y generando una articulación a partir del potencial propio de cada región. Así pues, constituyen redes de trabajo que, a través de elementos del entorno y el desarrollo de la I+D+I y la creatividad, influyen positivamente en la competitividad de la economía de una región y un sector y favorecen su crecimiento socio-económico. En Valledupar, por ejemplo, donde se celebra el Festival de Música Vallenata, que es la música tradicional por la que se conoce a Colombia - además de la Cumbia - el potencial de la zona es la música y se está intentando que este sea precisamente el sector que dinamice esta región.

Por otra parte tenemos el Programa Nacional de Estímulos en el Área de Circulación y Acceso, que es otro de los ámbitos problemáticos porque se generan bienes y servicios culturales pero no circulan ni nacional ni internacionalmente. En el caso del cine, por ejemplo: a Colombia no llegan las películas peruanas o bolivianas, llega antes el cine de Hollywood, el europeo y el español que el Iberoamericano, a pesar de su cercanía. Por ello se están intentando generar estrategias de circulación para distintos sectores, aunque se apueste mayoritariamente por el sector de la música, que es un sector emergente en el país, intentando tener presencia internacional en ferias, mercados, festivales, etc. A raíz de ello estuvimos en la Feria Internacional de Música (FIM) de Guadalajara, en el WOMEX en Grecia donde conseguimos llevar a diez empresarios del mundo de la música que representaban a grupos emergentes, se hicieron ejercicios de ruedas de negocio para levantar un mercado musical colombiano, CIRCULART (que surgió hace tres años en el marco de un Congreso de la Secretaría General Iberoamericana) y que está sirviendo para abrir canales de internacionalización y comercialización a través de PROEXPORT, que es la agencia encargada de hacer toda la promoción turística y las exportaciones, etc.

Por último, pero no menos importante, cabe citar la relevancia de generar conocimiento e investigación respecto a las dinámicas de emprendimiento cultural y del sector cultura en general, que suele ser un gran desconocido. Por ello hemos constituido una red de Universidades, así como grupos de investigación que nos ayuden a descubrir cuáles son los horizontes nuevos del sector cultural, a modo de asesoría técnica para instancias como el Ministerio de Cultura o las instituciones rectoras de las políticas públicas que puedan dar respuesta a las necesidades reales. Tenemos para ello también un [Observatorio de Cultura y Economía](#) constituido en Bogotá junto con la Universidad, donde hay documentos y reflexiones permanentes sobre esta relación, aún tensa, entre economía y cultura. La investigación y el conocimiento necesitan datos fidedignos por lo que también hemos realizado una medición del impacto cultural, económico y social de diez festivales en Colombia, apoyados por el Ministerio de Cultura, para cuantificarlo pero también porque queremos que las fundaciones y organizaciones que se encargan de desarrollar este tipo de actividades tengan una manera de relacionarse con la empresa privada



distinta. A partir de estos estudios las organizaciones que desarrollan estos eventos han podido construir argumentos distintos con la empresa licorera, la empresa de transportes, la empresa hotelera... porque ya no es una simple petición de colaboración económica, como era antes.

En este mismo sentido se ha generado una línea de investigación con COLCIENCIAS (que es el equivalente a un Ministerio de Tecnología e Innovación), para poder incentivar que los grupos de investigación, tanto de la sociedad civil como del ámbito académico, empiecen a investigar en el ámbito de la cultura, más allá de los simples estudios de arqueología y antropología fomentados tradicionalmente por los distintos países. Se pretende una relación transversal entre la cultura, la economía, la tecnología, la salud... mucho más interesante para todos.

Finalmente tenemos también la Cuenta Satélite, que es una apuesta importante dentro del Sistema de Información Económica sobre Actividades Culturales y está basado en el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas de 1993 (SCN 93). Su objetivo es obtener información continua, confiable y comparable, que permita el análisis y la evaluación económica de las actividades culturales del país y la toma de decisiones públicas y privadas. En las mediciones se observan grandes diferencias y asimetrías, pues no todos los países nos estamos midiendo con los mismos criterios ni incluimos los similares ámbitos económicos en la medición.

Sin embargo espacios como este *Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura* nos sirven también para dialogar y establecer unos mínimos para ponernos de acuerdo a la hora de hacer política cultural.

EL APOYO A PROYECTOS CULTURALES DESDE ENTIDADES PÚBLICAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL. SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA (SEGIB)

ENRIQUE VARGAS

Subdirector de Asuntos Culturales de la Secretaría General Iberoamericana

La [SEGIB](#) es la Secretaría General Iberoamericana, un Organismo Internacional compuesto por los veintidós países que decidieron conformarla; tres de ellos pertenecen a la Península Ibérica (Portugal, España y Andorra) y el resto son los países de América Latina de habla española y portuguesa.

La Secretaría General Iberoamericana y yo mismo como Subdirector de Cultura prestamos nuestros servicios en las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno - justamente antes del *Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura* acababa de finalizar la celebrada en la ciudad de Cádiz (España) - que nacen en el año 1991 en la ciudad de Guadalajara (México). En la actualidad ya se han llevado a cabo, de manera ininterrumpida, veinticuatro reuniones de este tipo, siendo el único sistema de integración regional que ha tenido de manera constante esta clase de reuniones. Independientemente de que puedan darse algunos momentos y algunas circunstancias de carácter mediático, es posible afirmar que estas reuniones tienen resultados muy concretos y llegan a los ciudadanos. El hecho de que existan estos resultados no significa que los usuarios o beneficiarios sepan necesariamente que ello es producto de acuerdos de cooperación entre Presidentes, lo que importa son los resultados. A raíz de las Cumbres Iberoamericanas se ha creado un sistema muy afortunado de Cooperación Internacional y Cooperación Iberoamericana.

El Sistema Iberoamericano de Cooperación no sólo cuenta con la SEGIB, también existe la [Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura](#) (OEI) que tiene muchas oficinas en el terreno y que, básicamente, asume una gran responsabilidad con respecto a su trabajo en materia educativa. Igualmente está la [Organización Iberoamericana de la Seguridad Social](#) (OISS) que gestiona un convenio para que los trabajadores de los países que lo han suscrito tengan la posibilidad de trasladar su pensión desde el país al que se emigra hasta su propio país de origen, cuando se regresa a él. Por supuesto es un sistema que tiene que seguir perfeccionándose pero que ya está dando muy buenos resultados.

En materia cultural iberoamericana, uno de los logros a destacar es que en el año 2006 se aprobó el texto de la [Carta Cultural Iberoamericana](#), un documento que cuenta con un consenso general, firmado por todos los países miembros y referente para la institucionalización de la cultura en la Región y para el diseño de las políticas culturales públicas en los diversos ámbitos de aplicación y las diversas responsabilidades y



competencias que por ley tienen los Estados. Esta Carta ha inspirado muchos otros textos regionales y está siendo observada con mucha atención desde la UNESCO porque supone el primer desarrollo de la [Convención para la Diversidad de Contenidos Culturales de 2005 \(UNESCO\)](#). De esta Convención partiría la Carta Cultural Iberoamericana que da sustento a los [Congresos Iberoamericanos de Cultura](#), los cuales llevan ya cinco ediciones y han tenido un gran éxito - el de Medellín en Colombia, dedicado a la música, fue paradigmático - y son el punto de encuentro donde la comunidad cultural de la Región se reúne para reflexionar, debatir e intercambiar experiencias y opiniones y, sobre todo, para ir concretando la visión de futuro que en el mundo cultural es tan importante.

Resulta muy interesante la celebración de este *Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura* que se está desarrollando esta semana, aquí en Perú; y es especialmente importante porque tenemos la oportunidad de hablar sobre un tema que se analiza con cierta frecuencia, pero del que poco se debate y se toman acuerdos: ¿cómo vamos a financiar las actividades culturales? ¿Es responsabilidad del Estado? ¿Es una responsabilidad mixta? ¿Es una responsabilidad privada? ¿Es responsabilidad de todos? ¿Dónde están las fronteras, si partimos siempre del hecho de que el Estado tiene una rectoría y una obligación a la cual no debe renunciar?

Por supuesto el actor privado es muy importante pero la financiación de la cultura es una rectoría del Estado, que hay que subrayar, porque el marco legal que tienen nuestros países implica no sólo no poder renunciar a esta responsabilidad, sino todo lo contrario, la obligación de ir incrementándola y de ser más audaces y eficaces en el diseño y aplicación de sus presupuestos, así como en el fortalecimiento institucional, teniendo la capacidad de ejecutar un presupuesto con el mínimo gasto de operación. No es suficiente que año tras año se incrementen los presupuestos, aumentando la burocracia, si los gastos de operación crecen también en la misma proporción. El éxito está en ser más eficientes y tener capacidad de inversión en ese tipo de gasto, pues no todo puede irse exclusivamente a los recursos públicos. Tenemos un déficit muy grande en infraestructuras en la Región, con el que hay que ir acabando, tenemos que sostener las infraestructuras creadas y el reto presupuestario es enorme para todos, siendo ahí precisamente dónde entran en juego otros factores y otros sistemas, sabiendo diferenciar muy bien qué es lo que le corresponde a la iniciativa privada y qué a los organismos internacionales motivo de esta Mesa.

Poco se invierte en recursos humanos, esto hay que decirlo con toda claridad y estamos equivocando la inversión. Así como hay que invertir en infraestructura y en gasto hay que invertir también en recurso humano. Tenemos que capacitar a los capacitadores y saber entender la nueva convergencia, hacia dónde va el uso de las infraestructuras. Hoy las grandes Bibliotecas Nacionales y las bibliotecas de localidades y municipios tienen ante sí el reto del paso de lo analógico a lo digital y hace falta capacitación, especialmente teniendo en cuenta que hoy en día la brecha digital en



nuestros países es enorme, las personas no tienen conectividad. Por eso son tan importantes los estudios realizados, pongo como ejemplo, al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el Atlas de Infraestructura Cultural, porque ahí se pone perfectamente de manifiesto dónde hay que hacer las inversiones. Pero hay que tener este tipo de instrumentos para poder tomar decisiones de manera puntual, sin caer, en el mejor de los casos y dicho con el mayor de los respetos, en decisiones tomadas en el marco de una coyuntura política electoral determinada. Las decisiones se toman de otra manera y requieren una planificación previa basada en los datos extraídos de los diferentes estudios que se llevan a cabo.

El papel de los organismos internacionales no es fácil. En ocasiones, en la Secretaría General Iberoamericana nos visitan para que les ayudemos a financiar un determinado proyecto o para formularlo o disponer de algún recurso para ello. Alegan ser honorables fundaciones, tener capacidad de plantear una buena memoria técnica, una buena justificación del proyecto a desarrollar, experiencia en subsidios y subvenciones. Los organismos internacionales no están para otorgar este tipo de apoyos, están para que los países hablen entre sí, a la par, entre iguales. No importa el tamaño de una economía, ni el tamaño del país. Los espacios habilitados entre todos estos países para crear estos organismos rectores, que van aprobando documentos y generando una discusión, posibilitan que exista una Carta Cultural Iberoamericana que establece un paraguas por donde se puede construir, por donde hay todo un andamiaje de programas. Programas de países a los que me voy a referir y que probablemente ya conocen o les resultan familiares porque el Perú participa activamente en ellos.

En la Secretaría General Iberoamericana tenemos diez programas de cooperación cultural, con un trato y una participación entre pares, donde Honduras entra en igualdad de condiciones que Brasil, que México, Chile, Perú o España. Hay un sistema de cuotas diferenciadas que permiten, obviamente, que estos países participen pagando una cuota. Los programas a los que hago referencia son [Ibermedia](#) (cine), [Ibermuseos](#), [Ibermúsicas](#), [Iberorquestas Juveniles](#), [Iberescena](#) (artes escénicas), [Iberarchivos](#), [Iberrutas](#), [Iberbibliotecas](#), la [Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana](#) y la [Red de Archivos Diplomáticos](#). Además, en la Cumbre Iberoamericana de Cádiz (2012) que ya mencionamos anteriormente, el único programa que se aprobó fue el relativo a las artesanías, con un liderazgo muy puntual de Colombia, que ha estado promocionando que este programa se instituyera. Igual que está Ibermedia para el cine o Iberescena para las artes escénicas, se decide crear un programa entre países para el fomento del arte popular y las artesanías. Tenemos veinticinco millones de artesanos en Iberoamérica, micro y pequeñas industrias culturales, que no tienen en muchos de los casos acceso a fuentes de financiación. A veces un horno, que vale seiscientos o setecientos dólares, puede ser la diferencia.

Por eso tenemos que generar canales más virtuosos de comercialización. Tenemos que proteger los derechos de autor que tienen las artesanías y hay que protegerse como



Región también. Con todos los valores y con lo que significa que las artesanías sean un bien cultural. Así pues, los Presidentes se pusieron de acuerdo y gracias a ello nacerá [Iberartesanías](#).

En el caso de Ibermedia, su origen responde a que históricamente todos los países han tenido un problema de distribución y exhibición porque hay un monstruo de la cinematografía estadounidense que tiene una cuota de pantalla muy elevada, ocupando el 90-93% de dicha cuota. Pero hay una buena noticia al respecto, el cine ha cambiado mucho porque ya no sólo están las propias pantallas de cine. Ahí se abre un campo de oportunidad enorme, porque talento, capacidad, buenos guiones, buenos directores y buenos fotógrafos, hay en todas partes, creatividad hay en todos lados. Y eso lo supo entender Ibermedia que nace como fondo financiero internacional iberoamericano donde los países y las instituciones cinematográficas ponen unos recursos, se establecen unas convocatorias y se utilizan como fondos de ayuda. Esto ha hecho posible que películas como La Teta Asustada saliera adelante y que países como Bolivia o Paraguay que no disponían de una industria cinematográfica hoy estén produciendo películas y puedan entrar, aunque modestamente, en los circuitos de distribución internacionales. En los diez años que tiene el programa Ibermedia se ha apoyado y estimulado la producción de mil quinientas películas. Mil quinientos proyectos cinematográficos con un récord extraordinario porque ninguna de ellas se ha quedado enlatada, sino que todas han sido exhibidas. Eso no significa, por supuesto, que las mil quinientas películas hayan sido un éxito, pues eso finalmente va por otra vía, pero las que sí han tenido éxito han ganado muchos premios. En el caso de Panamá, por ejemplo, nadie podría imaginar hace unos años que Panamá pudiera tener una industria cinematográfica; sin embargo hoy se está creando una Escuela de Cinematografía allí. Y así en cada uno de los países. El Uruguay, teniendo al lado a Brasil y Argentina, no tenía ninguna posibilidad de que por sí sola floreciera una industria de este tipo, pero hoy sí la tiene gracias a que todos están sabiendo entender que el sistema de la co-producción es una de las fórmulas virtuosas para podernos entender entre pares y seguir fomentando estos esquemas. He hablado de co-producción porque en la cooperación iberoamericana no se trata de que uno ponga más para que otros se lleven los fondos. No. Este sistema, según las materias que se están trabajando, se basa en la co-producción.

En el caso de Ibermúsicas, los Ministerios de Cultura y las Direcciones de Música de los países ponen recursos y están generando circuitos, giras, adquisición de instrumentos, etc. Todo esto debe ser, de alguna manera, muy cuidado y muy riguroso porque se hace a través de convocatorias públicas en las que hay que cumplir una serie de requisitos. Perú está accediendo a estos fondos concursables a nivel internacional que están funcionando muy bien. Además, sirven de modelo para que los países puedan desarrollar sus propias líneas de acción nacionales. Porque los colectivos, los grupos de danza, de teatro... están cada vez demandando más y más servicios, mejores



infraestructuras donde presentarse, más circuitos de giras para poder hablar con otros países y llevarles sus propias experiencias musicales, al mismo tiempo que pueden aprender y capacitarse.

En todos estos programas iberoamericanos, así como en los temas de financiación, siempre hay que sumarse a lo local, a los gobiernos locales, pues hasta ahora sólo se ha hecho referencia a los Ministerios y organismos nacionales. Pero la realidad cultural empieza en los municipios y lo que se genera a estos niveles difícilmente llega a pasar el filtro de lo nacional y mucho menos de los circuitos internacionales. Por ello, uno de los grandes retos que tiene la cooperación iberoamericana, entre pares, es fomentar el hecho de generar condiciones para que las ciudades y localidades se incorporen y lo estamos haciendo de manera gradual.

En el caso de Iberbibliotecas, por la realidad de las bibliotecas existentes que, en su mayoría, son municipales, se ha decidido sacar adelante este programa, para lo cual se han hecho todas las modificaciones pertinentes en nuestros marcos normativos para que haya posibilidad de que otros actores y a otros niveles de gobierno puedan participar. Hasta hace dos años, la cooperación estaba prevista sólo para los gobiernos, pero hoy también pueden participar otros actores privados. Tiene voz pero no tienen voto, porque se trata de consejos intergubernamentales, donde están las autoridades nacionales que son las que toman las decisiones. Pueden sumarse y participar fundaciones privadas de bancos y otros actores que desarrollan actividades culturales, pero siempre la decisión final la tienen las autoridades nacionales.

El caso colombiano, expuesto anteriormente y que resulta tan grato escuchar, por la fuerte institucionalidad de la que hacen gala y lo bien que han sabido hacer las cosas, nos permite ver como a veces una modificación legal es la diferencia. Como cuando se acompaña una decisión con un cambio de ley (que no es una decisión que se les haya ocurrido a dos o tres, sino que es una decisión del Congreso), se marca el éxito del proceso. En el caso mexicano también se han hecho algunas modificaciones de ley que han permitido generar una serie de estímulos. Se empezó estimulando la industria cinematográfica de la que México era, tradicional e históricamente, una de las más importantes de América Latina junto con Brasil y Argentina. Estas tres industrias, tan importantes, en su momento tampoco permitieron que crecieran otras a su alrededor porque tenían sus propios circuitos y canales, imitando (en su debida proporción) a la industria cinematográfica norteamericana. También hay que decirlo y asumir esa responsabilidad. Ahora el escenario ha cambiado y el Estado mexicano tiene su propio organismo, el [Instituto Mexicano de Cinematografía](#) (IMCINE), que se pone de acuerdo con el Congreso de la Unión y hacen una modificación, no a la Ley del Cine sino, a la Ley del Impuesto sobre la Renta en su Artículo 226, de forma que se genera un crédito fiscal, que no una deducción en la declaración de impuestos. Así, el empresario le da dinero directamente al productor de cine, promoviendo toda una economía de gestión impresionante. Con la intervención de la autoridad cinematográfica se da también un



certificado que se convierte en crédito fiscal para cuando el donante tenga que ir a hacer la mencionada declaración de la renta. Este sistema ha optimizado el sector enormemente y ha permitido captar recursos que van directos a la producción. De hecho, ha sido tan importante el éxito del Artículo 226 que los legisladores hicieron el 226 bis, que es para las artes escénicas y la danza. Es una extraordinaria medida precisamente porque ha marcado la diferencia.

Les cuento los casos de Colombia y México para que vean que nosotros, los organismos internacionales, tenemos que estar muy atentos a lo que sucede a nivel país en cada uno de nuestros estados miembros para adoptar esas prácticas acertadas. Saber qué está sucediendo en determinado lugar para hacer una buena correa de transmisión y contarlo a los demás países para buscar entre todas las fórmulas más imaginativas es nuestro objetivo, sobre todo teniendo en cuenta que los recursos, sean los que sean, siempre son pocos, las necesidades siempre son mayores que los recursos y estamos en el momento de tener que reproducir los panes porque siempre el hambre es mayor. Tenemos que atender esas necesidades a nivel país y a nivel de organismos internacionales. Así que, si tenemos la posibilidad de identificar una buena práctica o una buena experiencia en un lugar, lo que nos corresponde es elevarla y aplicarla en los distintos programas de cooperación, que es precisamente donde nosotros tenemos capacidad de influir y participar.

Hablemos ahora de Ibero Museos. En América Latina si en algo somos potencia es en cultura, una potencia a nivel mundial que nadie puede venir a cuestionar ni a calificar en qué grado o tamaño; y disponemos de diez mil museos en toda la Región iberoamericana. Diez mil museos que cuentan nuestra historia, diez mil espacios para la investigación y el desarrollo; y he escogido instituciones museísticas por no hablar de teatros, bibliotecas u otras infraestructuras culturales donde el número es exponencialmente mayor. Pero estos diez mil museos, que engloban una necesaria relación directa con la ciudadanía, con el municipio, con fundaciones, con gobiernos, a todos los niveles, tienen necesidades y son muy emblemáticos como ejemplo de mejor fórmula para el financiamiento público-privado, a nivel local, nacional y regional.

Más adelante podremos profundizar en este tema, con la exposición de Fomento Cultural Banamex, institución cultural del banco más importante de México, que nos comentará, entre otras cosas, la itinerancia de la exposición "Arte Popular en Iberoamérica" a Cádiz durante la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Es una exposición con más de dos mil piezas de los veintidós países iberoamericanos, en la que el Banco solicitó ayuda al Estado para poder movilizar su colección privada, no porque no dispusiera de los recursos necesarios, sino porque se consideró que este tipo de proyectos deberían ser siempre mixtos.

En México tuvo un gran éxito de público, con unos seiscientos mil visitantes, y se espera que en España, primero en Cádiz y después en la ciudad de Madrid, tenga una repercusión igual o aún mayor. Y viene al caso porque, como les he comentado, en la



Cumbre de Cádiz es dónde se aprobó el proyecto Iberoamericano de fomento de las artesanías, Iberartesanías, gracias a que se dieron todas las condiciones necesarias para sensibilizar a que aquellos que tenían que tomar la decisión apoyaran este tipo de proyectos. Un tipo de proyectos en los que estamos viendo a futuro que tanto la Corporación Andina de Fomento (CAF) como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) tendrían que ser, o desearíamos que fueran, socios del Programa Iberartesanía por la realidad de lo que significa esta industria cultural.

En definitiva y para concluir, quisiera remarcar el papel de las entidades internacionales no tanto como financiadoras de proyectos puntuales, sino sobre todo como facilitadoras de acuerdos entre países que permitan promover concretas políticas de apoyo, en nuestro caso al sector cultural.



EL APOYO A PROYECTOS CULTURALES DESDE ENTIDADES PÚBLICAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL. EL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)

FIDEL JARAMILLO

Representante del Banco Interamericano de Desarrollo en Perú

El [Banco Interamericano de Desarrollo](#) cumplió cincuenta y dos años en 2012 y en ese momento comenzamos un proceso de reflexión: ¿qué hemos conseguido en las últimas décadas? ¿Cómo nos proyectamos hacia el futuro con esa experiencia? Fruto de esta evaluación el Banco ha planteado la posibilidad de que esta pueda ser la década de América Latina. Nuestro Presidente, Luis Alberto Moreno, lo ha mencionado en diversos foros: “esta puede ser nuestra década, porque tras constatar la desaceleración en Europa y en Estados Unidos, junto con una frustración generalizada, por primera vez esta crisis económica y también de ánimo no nos afecta en el ámbito latinoamericano”. Por el momento, el crecimiento económico en América Latina gira en torno al cuatro por ciento; Perú lleva la delantera en este sentido, gracias a un ambiente de estabilidad macroeconómica e inversiones públicas y privadas que han marcado la diferencia. Sin embargo, esta situación no está asegurada; en cualquier momento la crisis puede empeorar y golpear nos a todos, por lo que no se puede pecar de exceso de optimismo. Si la situación mantiene su desenvolvimiento actual, América Latina podría seguir creciendo a ese ritmo. Ello asume que Europa, aunque afectada por una recesión indefinida, no llegue a una quiebra para la zona Euro; que Estados Unidos siga creciendo entre el uno y medio y el dos por ciento y que se acelere en el mediano plazo; y que China mantenga su crecimiento actual. Sin embargo, son condiciones necesarias pero no suficientes.

Todo esto podrá conseguirse si América Latina redobla sus esfuerzos para aumentar la productividad, mejorar la calidad de la educación e incrementar las inversiones en investigación, innovación e infraestructuras y en prevenir la violencia y la criminalidad. Como puede comprobarse, se trata de una agenda ambiciosa.

Introduciendo un sesgo económico en un foro sobre cultura, cabe decir que esta semana (*del diecinueve al veinticinco de noviembre de 2012*) se ha celebrado también la reunión de los banqueros de América Latina y el principal invitado fue un Premio Nobel de Literatura, Mario Vargas Llosa. Ello demuestra que cada vez hay más aproximación entre las diferentes disciplinas. Por eso resulta importante empezar con un diagnóstico económico que introduzca la importancia del capital cultural y de nuestro Patrimonio Histórico como bases del desarrollo.



Para que esta década sea la de América Latina, uno de los factores clave va a ser la continua inversión para preservar y potenciar todas las formas de capital de nuestra región. Haciendo autocrítica, los economistas siempre hacemos énfasis en algunas formas de capital. Solemos referirnos al capital físico, en especial las infraestructuras (los caminos, la energía, la hidroelectricidad, entre otros), en donde existe una brecha que necesita una inversión de 40.000.000.000 de dólares para ser cerrada. Ciertamente hay que hacer todo el esfuerzo necesario para cerrar esta brecha. También hacemos mucho énfasis en el capital financiero: aludimos con frecuencia a la inversión extranjera directa, a lo que está pasando en la minería, a los flujos de capital, al financiamiento bancario, etc. Y es importantísimo este acceso al capital financiero para que los buenos proyectos de inversión se materialicen. Otra forma de capital fundamental es el capital humano, constituido por personas, hombres y mujeres involucrados en un proceso productivo. A través de la inversión en educación, en salud o en nutrición, tenemos un capital humano cada vez más eficiente y más creativo que puede hacer que ese capital físico y ese capital financiero sean cada vez más productivos. Hasta ahí todos estamos de acuerdo, incluso los propios economistas asumen la idea de que capital, trabajo, financiamiento y tecnología suponen la producción de un país y hacen crecer el PIB.

Existen además dos formas de capital muy importantes que no se han mencionado todavía: el capital natural, que son los recursos naturales y de medio ambiente, que hoy día no se pueden ignorar, especialmente por todo lo que significan los fenómenos de cambio climático. La otra forma de capital que además es muy relevante en este *Encuentro* es el capital cultural, ese Patrimonio Histórico al que me he referido en líneas anteriores.

Nuestra posición como Banco ha sido defender que es tan importante hacer esas inversiones en capital físico, financiero, humano y medioambiental como en el capital cultural ¿Por qué? Porque pensamos que capital que no se usa es capital que se destruye. Algunos ejemplos son clarísimos. Cuando tratamos con personas que sólo entienden de números o de capital financiero les decimos: “¿Ustedes tendrían ahí un fajo de billetes, a la intemperie, destrozándose con la lluvia y la humedad?” No, puesto que ese capital financiero a la intemperie se destruye. “Si ustedes son buenos economistas agarran ese capital y lo meten en el banco o hacen una inversión, lo utilizan y generan rentabilidad”. Exactamente lo mismo sucede con el capital cultural, pero con una notable diferencia: el capital físico o financiero que se usa, se desgasta, por el contrario, el capital cultural que se usa crece, aumenta. Por ello es una de las formas más productivas de capital que existe.

Por estos motivos, el BID ha fortalecido una serie de iniciativas para apoyar las industrias creativas y culturales como parte de esa visión integral de apoyar una agenda de desarrollo para América Latina. Y no solamente por argumentos tradicionales como son la construcción de la identidad y de la ciudadanía que



consideramos que son argumentos de por sí muy poderosos, sino desde un enfoque económico como es la posibilidad de contribuir al desarrollo económico sostenible, su capacidad de generación de empleo e inclusión social.

En el año 2012 el Banco creó la [División de Asuntos Culturales e Industrias Creativas](#), la que ha tenido gran importancia en la medida que ha logrado aglutinar una serie de iniciativas que han estado presentes en el Banco durante los últimos cincuenta años. Más aún cuando hemos tenido el liderazgo de Enrique Iglesias, ex Presidente del BID y que actualmente dirige la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), o de nuestro actual Presidente, Luis Alberto Moreno, personas comprometidas con la cultura y las artes y con una sensibilidad enorme hacia ellas. El hecho de haber creado un nuevo departamento en una institución de financiamiento multilateral dice mucho de este compromiso que menciono.

En esta nueva División de Asuntos Culturales e Industrias Creativas se realizó una “tormenta de ideas” y salieron a relucir las llamadas “siete íes”. Se trata de siete características o siete ejes destacadas por el Jefe de esta división, Iván Duque, que están guiando la política de apoyo a las industrias creativas y culturales en el Banco Interamericano de Desarrollo y que mencionaremos a continuación.

Primero está el tema de la Información y la Investigación. El economista Michael Porter dice que “lo que no se puede medir no existe”. Esta postura es tal vez un poco radical, pero es correcta debido a que si no podemos medir el desarrollo de las industrias culturales y creativas, poca repercusión van a tener nuestras propuestas. Por ello, el BID ha apoyado la creación de un Sistema de Información Cultural de las Américas que engloba iniciativas como el [Atlas de Infraestructura Cultural](#), que se lanzó en colaboración con el Ministerio de Cultura del Perú y que supuso un enorme esfuerzo y trabajo conjuntos, pero de gran satisfacción. Otras iniciativas son el *Mapa de Industrias Culturales y Creativas*, los Estudios de Impacto Económicos y Sociales e iniciativas tan importantes como las Cuentas Satélite, en las que Colombia lleva ya un trabajo muy avanzado. Por ejemplo, las Cuentas Satélite de Turismo, creadas hace algún tiempo y de las que somos partícipes prácticamente todos los países de América Latina, son muestra de cómo se contabiliza el producto interior bruto (PIB), pues parte del PIB también es turismo. Pero hay que contabilizarlo de manera correcta y saber cuánto exactamente del PIB se debe al ámbito cultural o a las industrias creativas y culturales. Estos parámetros ya se están midiendo y es importante porque si no otros sectores, como la minería, pretenden ser tenidos más en cuenta ya que generan el quince por ciento del producto interior bruto del país y el sesenta y cinco por ciento de las exportaciones. Por ello buscamos tener datos exactos y sistematizados para las industrias culturales. Ejemplo de ello, es una cooperación técnica interregional en la que funcionarios del Ministerio de Cultura del Perú y del Instituto Nacional de Estadística e Información realizaron una visita técnica a Colombia.



La segunda “i” son las Instituciones, el apoyo a los organismos públicos en temas de formación, formulación, diseño y ejecución de departamentos de estadística y propiedad intelectual, entre otros. Siendo este asunto una responsabilidad público-privada, el tema de fortalecer la institucionalidad pública en su rol de generador de las políticas públicas, es clave. Así como el fortalecimiento de la cooperación interinstitucional pública sur-sur. En cuanto al sector privado, también es importante hacer el esfuerzo de apoyar a algunas de las instituciones privadas gremiales e intersectoriales que son igualmente portadoras de buenas prácticas.

En cuanto a las Infraestructuras, destaca la cuestión de las inversiones públicas y privadas en espacios de creación y difusión cultural. El Banco ha promovido proyectos públicos y asociaciones públicas y privadas en centros culturales, museos, bibliotecas, teatros, etc., así como lo que podría llamarse Responsabilidad Cultural Empresarial, pues mucha de la Responsabilidad Social Corporativa es ahora Responsabilidad Cultural Empresarial.

Una experiencia importante que conozco de cerca es el Sistema de Orquestas Sinfónicas Infantiles y Juveniles, donde el Estado venezolano se endeudó con dos macro operaciones, una de setenta millones de dólares y la segunda de ciento cincuenta millones de dólares, para financiar toda esta experiencia notable del maestro José Antonio Abreu. Ello hace pensar que invertir en infraestructura es blindar el marco para el desarrollo de la creatividad y la difusión y que, en este sentido, resulta fundamental.

Normalmente no es fácil convencer a los Gobiernos y a los Ministerios de Economía y Finanzas para invertir en infraestructuras culturales; hay que empezar poco a poco, pero en casos como Ecuador, Colombia, Paraguay o Bolivia, así como en el Perú, ya existen algunos proyectos en este sentido. Hay que demostrar que existe un bien público que proteger y una rentabilidad económica y social que justifica la inversión y el endeudamiento de los Gobiernos Nacionales o Subnacionales en este tipo de iniciativas.

Una cuarta “i” son las Industrias Culturales y Creativas. Según definición de la UNESCO son *“aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o reproducción, promoción, difusión y comercialización de bienes y servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”*. Por eso es clave apoyar este sector de actividad económica en lo que respecta a políticas de talento, empleo, crédito y fomento, desarrollo de inversionistas ángeles y capital de riesgo, acceso a mercados y distribución.

Uno de los temas sobresalientes de este *Encuentro* es el financiamiento de la cultura y cabe destacar la necesidad de hacer un puente y encontrar un nexo de unión entre actividades del sector privado y actividades culturales, porque tradicionalmente se ha visto la cultura como una obligación del Estado en exclusiva, ya lo hiciera tarde, mal o nunca. Lamentablemente, los ministerios o instituciones responsables de la cultura



han sido vistos como instituciones “menores”. Ahora la situación está cambiando y vemos un enorme potencial, especialmente en la posibilidad de encontrar sinergias publico-privadas para el financiamiento de actividades culturales. Tenemos que identificar cuál es el obstáculo que está impidiendo financiar este sector, pues si realmente es algo productivo y rentable ¿por qué no está siendo financiado y por qué está ocurriendo esto? En el Banco tenemos una metodología, un árbol de problemas para tratar de identificar cuál es el cuello de botella, cuál es la falla de mercado que está impidiendo que esto suceda. Y muchas veces a través de políticas públicas se puede hacer más que con el financiamiento directo, cuando se remueve esa falla de mercado o se crean los incentivos para hacerlo.

En cuanto a Integración, como Banco, trabajamos en co-producción, co-operación, co-comercialización y co-distribución, lo que ha supuesto unas enormes ganancias de eficiencia. Por ejemplo, cuando se hace co-distribución, se ayuda muchísimo a la distribución de películas. Así pues, la integración es parte de nuestra química y nuestra razón de ser como institución de desarrollo y, por qué no, también en el ámbito de las industrias creativas.

En el tema de la Inclusión, conviene señalar que un desarrollo más inclusivo requiere la democratización del acceso a la cultura, fortalecer la convergencia de talento y dar más oportunidades para crear progreso individual. Se dice que el talento está distribuido aleatoriamente, que podemos encontrar talento en todas partes, pero las oportunidades no, por lo que debe ser función del Estado justamente generar un encuentro entre ambos para que no haya talentos perdidos. Volvemos a la premisa: “capital perdido, capital que no se usa, capital desperdiciado”. Por ejemplo, hemos desarrollado plataformas virtuales de acceso a la cultura, utilizando las nuevas tecnologías como vehículo educacional, de ciudades creativas, de desarrollo de talentos y de becas.

Y finalmente el tema de la Inspiración. Entiendo que el hecho de que instituciones como las que componemos esta Mesa (Secretaría General Iberoamericana, Banco Interamericano de Desarrollo, Embajada de Estados Unidos y Organización de Estados Americanos) estemos hablando de esta cuestión es porque es contagiante y se expande, por lo que debemos ser portavoces de esas buenas noticias y ese entusiasmo, tanto en instituciones públicas como privadas, y eso significa que debemos apoyar difusión cultural, intercambios culturales, concursos regionales y por supuesto becas.

Nuevamente, como mencionaba, no es una responsabilidad exclusiva del Estado, pero tampoco del sector privado y se tiene que ir mucho más allá de esa visión de mecenazgo tanto del Estado y las instituciones públicas como de las instituciones privadas. Las instituciones privadas con un cierto prestigio crean su propia fundación, hacen actividades de filantropía y entonces se sienten bien con su alma. Hay que ir mucho más allá de este concepto de filantropía y mecenazgo, puesto que esta es una



actividad productiva que además genera y construye identidad y ciudadanía. Así que es una co-responsabilidad público-privada.

Para finalizar, resaltar que desde el Banco Interamericano de Desarrollo estamos muy orgullosos de nuestra experiencia en Perú y muy contentos de haber apoyado proyectos como [*Sinfonía por Perú*](#), de Juan Diego Florez, que comenzó como una cooperación técnica y del que ya estamos financiando cuatro núcleos, (organizaciones en donde se llevan a cabo todos los programas orquestales y corales), aunque existen cuarenta núcleos financiados en total. Esto no es filantropía, sino un instrumento clave en la política de mitigación de la violencia en poblaciones vulnerables y acceso a oportunidades. Se han realizado evaluaciones de impacto de lo que significa para los chicos tener la posibilidad de tocar instrumentos musicales en entornos desfavorecidos. Otro proyecto también emblemático es *Mercados Gastronómicos*. Nuestros invitados internacionales han tenido la oportunidad de disfrutar de la enorme riqueza de la gastronomía peruana, pero no es sólo eso, pues consideramos que la articulación de pequeños productores con mercados gastronómicos es también un producto, una industria creativa y cultural que estamos apoyando junto con la Sociedad Peruana de Gastronomía APEGA.



EL APOYO A PROYECTOS CULTURALES DESDE ENTIDADES PÚBLICAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL. LA EMBAJADA DE LOS ESTADOS UNIDOS EN EL PERÚ

MELISSA SCHUMI-JONES

Embajada de los Estados Unidos en el Perú

El Gobierno de los Estados Unidos de América apoya la conservación y preservación del Patrimonio Cultural del Perú a través del Memorandum Of Understanding (MOU) o Memorando de Entendimiento para la protección del Patrimonio Cultural. Este Memorando se firmó por primera vez en 1997 y está vigente hasta el año 2017, habiendo sido renovado cada cinco años. Gracias a este acuerdo que está basado en la Convención 2070 de la UNESCO y en la legislación interna de los Estados Unidos, que se convirtió en ley en 1983, la [Embajada de los Estados Unidos de América en el Perú](#) ha establecido una política cultural que abarca cuatro grandes áreas:

1º La recuperación del Patrimonio Cultural que ha ingresado ilegalmente a los Estados Unidos, lo que ha permitido la recuperación de más de 900 piezas hasta la fecha. Participan en esta tarea la Oficina de Aduanas y Fiscalía de los Estados Unidos, el FBI, el Departamento de Estado en colaboración con el gobierno del Perú. No es un convenio retroactivo, por lo que sólo se aplica a partir del año de su firma en 1997.

Es importante para la Embajada de los Estados Unidos de América en el Perú resaltar la importancia que tiene la recuperación del Patrimonio Cultural del Perú ingresado ilegalmente a los Estados Unidos:

- A. Estas piezas tienen un valor cultural incalculable y su repatriación es muy importante para la identidad de la comunidad y el país.
- B. El Gobierno de los Estados Unidos de América invierte muchos recursos humanos para investigar, recuperar y repatriar estas piezas. Son investigaciones y procesos que duran muchos años, por lo que se trata de una alta inversión.
- C. Las piezas recuperadas tienen un valor muy alto en el mercado de las antigüedades; por lo tanto, implican un movimiento monetario importante.

Como ejemplo de obra repatriada, tenemos al Embajador Struble devolviendo en el año 2006 un retablo a su comunidad de origen, Challapampa en Puno. Es una ceremonia de gran importancia para la comunidad y un momento muy especial para ellos.

Asimismo, podemos mencionar la ceremonia donde el Embajador del Perú en Washington, Luis Valdivieso, recibe las piezas recuperadas en presencia de representantes del Departamento de Estado, de Aduanas y del FBI. Esta



ceremonia refleja las buenas relaciones internacionales entre nuestros países a favor de la protección del Patrimonio Cultural del Perú y la lucha contra el tráfico de piezas arqueológicas y coloniales.

Otras piezas recuperadas de gran valor son, por ejemplo, la Cabeza de Mono Moche y la Custodia de Oro de Cuzco.

2º También se cuenta con un concurso anual llamado [Fondo del Embajador](#), el cual brinda apoyo financiero a proyectos de conservación en todo el mundo. Comenzó en el 2001 y hasta la fecha el Gobierno de los Estados Unidos de América ha financiado 18 proyectos en nueve regiones del Perú que han recibido una inversión total de más de 1.300.000 dólares para tareas de conservación.

Deseamos indicar que el concurso Fondo del Embajador mencionado anteriormente tiene como finalidad ayudar a los países en desarrollo a preservar su herencia cultural y demostrar el respeto que tiene los Estados Unidos hacia otras culturas. Este concurso fue establecido por el Congreso de los Estados Unidos en el 2001, dotado con 1.000.000 dólares e implementado por la Oficina de Asuntos Educativos y Culturales del Departamento de Estado.

El proyecto peruano que más fondos ha recibido de este programa es el proyecto arqueológico Caral, con una inversión de 800.000 dólares aproximadamente. Desde el año 2009 se trabaja en la conservación del sitio arqueológico y se hacen visitas regularmente para supervisar los progresos.

Si analizáramos los montos invertidos por el Gobierno de los Estados Unidos de América a través del Fondo del Embajador en los distintos países de Latinoamérica el Perú está en primer lugar, seguido por Guatemala. Algunas razones que explican este hecho son:

- A. La vigencia del MOU desde 1997.
- B. La riqueza del Patrimonio Cultural peruano, la admiración y atención que genera a nivel internacional.
- C. La estrecha colaboración que existe entre el Gobierno del Perú y los Estados Unidos en el ámbito cultural.
- D. Los excelentes resultados que han tenido los proyectos auspiciados. Su excelente calidad ha sido decisiva, puesto que el Fondo del Embajador es un concurso muy competitivo y cada año se reciben más de cien proyectos.

Como ejemplo de algunos de los proyectos llevados a cabo en el Perú a través del Fondo del Embajador, podemos citar un proyecto de conservación de textiles en el Museo de Arte de Lima en el 2003.



Asimismo, en Arequipa se han realizado tres proyectos a través del Fondo del Embajador. En el año 2005 y con una inversión de 30.000 dólares se realizaron dos proyectos de conservación de frescos y pinturas murales de época colonial en el Monasterio de Santa Catalina y en la Iglesia de los Jesuitas, que concluyó en el año 2012. Además, se ejecutó un proyecto con el Arzobispado de Arequipa.

Otra importante obra fueron las labores de conservación en el Museo Contisuyo de Moquegua en el 2008. Cabe mencionar que también se han auspiciado proyectos en Lambayeque, La Libertad, Amazonas, Ayacucho, Ancash e Ica.

En el año 2010, el profesor estadounidense John Rick, de la Universidad de Stanford, el cual trabaja en el Perú desde hace varios años, presentó junto con sus colegas peruanos el proyecto ganador “Chavín de Huantar”, donde un equipo de arqueólogos trabajó para conservar el Canal Rocas a fin de impedir que colapsara. Este fue un proyecto muy interesante pues además recibió apoyo de la minera Antamina.

El ganador del concurso del 2012 fue el Museo de Sitio Julio C. Tello, cuya finalidad fue conservar una colección de cuatro textiles Paracas. En el acto participaron el Ministro de Cultura del Perú, D. Luis Peirano, y el Ministro Consejero de la Embajada de los Estados Unidos de América, D. Michael Fitzpatrick.

3º Asimismo, se brindan cursos descentralizados de capacitación sobre temas de preservación del Patrimonio Cultural dirigidos a personal de museos, aduanas y la policía. Para ello, vienen especialistas de los Estados Unidos que intercambian ideas y experiencias con sus colegas peruanos. En los últimos diez años han participado más de 500 personas de todo el país en estos cursos que se han desarrollado en Arequipa, Chiclayo, Cuzco, Cajamarca y Lima, lo que ha supuesto una inversión de alrededor de 300.000 dólares.

El artículo 2 del MOU establece que “el Gobierno de los Estados Unidos de América seguirá haciendo todo lo posible por facilitar el suministro al Perú de asistencia técnica en gestión de recursos culturales y seguridad por medio de programas disponibles en los sectores público y privado”.

Es específicamente este artículo el que avala la realización de cursos de capacitación para personal de museos, aduanas y la policía.

En el 2011, por ejemplo, se contó con un especialista del Smithsonian para dictar un curso de embalaje, quien trabajó en colaboración con una colega del Museo Nacional y de la Universidad de San Juan en Puerto Rico.

En total y desde el año 2001, se han realizado dieciséis cursos, todos ellos de carácter gratuito para los participantes, asumiendo la Embajada el costo de viajes a regiones fuera de Lima.



Este es el caso del curso realizado en el 2007 en la ciudad de Cajamarca o de otras ciudades como Lambayeque, La Libertad, Amazonas, Ancash y Piura. Se trata de juntar grupos y darles la oportunidad de conocerse personalmente y trabajar con colegas de otras nacionalidades. En el curso de Cajamarca, que se realizó con especialistas del FBI, Aduanas y la Fiscalía de Estados Unidos el tema principal fue el tráfico del Patrimonio Cultural.

Los especialistas que dictan los cursos en su mayoría son bilingües, cuando no ha sido el caso se ha contado con traducción simultánea. Los cursos son descentralizados con el objetivo de llegar a un público amplio y ofrecer a los profesionales de las diferentes regiones del país la misma capacitación que se ofrece en Lima. Realizamos por lo menos un curso por año, donde la temática se define siempre con el Ministerio de Cultura, de acuerdo a las necesidades de los museos; no se trata de una decisión unilateral tomada por la Embajada de Estados Unidos, es parte de un diálogo entre instituciones.

En algunos casos el Departamento de Estado y la Embajada proponen un tema en particular respondiendo a la necesidad de brindar mayor información sobre algún procedimiento del MOU (por ejemplo el curso sobre tráfico ilícito con especialistas del FBI en Chiclayo). En el pasado también hemos realizado encuestas entre los profesionales de museos preguntando cuáles son los temas que más les interesaría abordar en estos cursos.

4º Además, se promueven prácticas profesionales para estudiantes de maestrías de los Estados Unidos de América en museos del Perú. Hemos tenido 38 estudiantes desde el 2003 en Lima, Arequipa y Lambayeque y aunque son prácticas breves, muchos de ellos mantienen una comunicación fluida con sus colegas en los museos peruanos. En los últimos nueve años se han invertido cerca de 36.000 dólares en este proyecto de prácticas profesionales.

Este programa tiene proyección a largo plazo, con beneficio para las instituciones peruanas. Los futuros profesionales estadounidenses cuentan con la oportunidad de conocer a fondo las colecciones de los museos en el Perú y luego promover vínculos de intercambio académico y profesional entre instituciones de ambos países.

En algunos casos, las Universidades de los Estados Unidos otorgan créditos a los estudiantes por estas prácticas, como las realizadas en el Museo Larco o en el Monasterio de Santa Teresa.

Los beneficios de este programa son muy superiores al valor real del mismo. Los costes son compartidos entre los participantes, el museo y la Embajada. La Embajada destina fondos para comprar los materiales necesarios para la realización de las prácticas y viáticos para los estudiantes. En algunos casos, el museo se compromete a brindar alojamiento durante la duración de la práctica y

cuando esto no es posible el gasto es compartido entre la Embajada y el estudiante.

La Embajada de los Estados Unidos en el Perú está muy comprometida con la protección del Patrimonio Cultural del país a través del MOU y nos sentimos muy orgullosos de este vínculo que compartimos para trabajar juntos en las cuatro áreas descritas:

- ❖ Recuperación del Patrimonio Cultural.
- ❖ Financiamiento de proyectos de conservación.
- ❖ Capacitación.
- ❖ Programa de prácticas profesionales.

EL APOYO A PROYECTOS CULTURALES DESDE ENTIDADES PÚBLICAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL. LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

MARÍA GRACIELA MEZA

Organización de los Estados Americanos, Oficina de Educación y Cultura

1. Fines y propósitos

La [Organización de los Estados Americanos \(OEA\)](#), creada como tal en 1948, y su antecesora la Unión Panamericana - de finales del siglo diecinueve - se constituyeron con el objetivo de ofrecer una plataforma de diálogo interamericano y de resolución de conflictos. Reúne a los treinta y cinco Estados independientes de las Américas y constituye el principal foro gubernamental político, jurídico y social del Hemisferio. Además, ha otorgado el estatus de Observador Permanente a sesenta y siete Estados, así como a la Unión Europea (UE).

La OEA actúa hoy como foro para el diálogo político interamericano y la búsqueda de consensos. Sirve también como una plataforma para promover la cooperación, el fortalecimiento institucional y la promoción de intercambio de conocimientos y experiencias, en especial como catalizador y facilitador de cooperación, movilizand recursos humanos, técnicos y financieros.

Para alcanzar sus propósitos esenciales, la OEA centra su acción en la promoción de cuatro valores: la democracia, los derechos humanos, la seguridad y el desarrollo. La cultura es uno de los componentes de la promoción del desarrollo integral. Desde los inicios del sistema interamericano, el intercambio y la cooperación en el área de la cultura y las artes tuvieron un lugar importante en las relaciones hemisféricas entre los países, aunque a lo largo de todos estos años el tema de la cultura ha sufrido variaciones en los abordajes y nomenclaturas institucionales diversas.

Como testimonio de los niveles de importancia que la Organización señaló para la cultura, podemos citar, entre otros, extractos de los siguientes documentos que conforman las bases de su actuación:

- [Carta de la OEA 1948-1993](#) (Protocolo de Managua):

Artículo 3. m): “La unidad espiritual del Continente se basa en el respeto de la personalidad cultural de los países americanos y demanda su estrecha cooperación en las altas finalidades de la cultura humana”.

[Capítulo VII](#). Desarrollo integral. Artículo 30: “Los Estados miembros, inspirados en los principios de solidaridad y cooperación interamericanas, se comprometen a aunar esfuerzos para lograr que impere la justicia social internacional en sus relaciones y para que sus pueblos alcancen un desarrollo integral, condiciones indispensables para la paz y la seguridad. El desarrollo integral abarca los campos económico, social,



educacional, cultural, científico y tecnológico, en los cuales deben obtenerse las metas que cada país defina para lograrlo”.

- [Carta Democrática Interamericana](#), 2001:

Artículo 9: “La eliminación de toda forma de discriminación, especialmente la discriminación de género, étnica y racial, y de las diversas formas de intolerancia, así como la promoción y protección de los derechos humanos de los pueblos indígenas y los migrantes y el respeto a la diversidad étnica, cultural y religiosa en las Américas, contribuyen al fortalecimiento de la democracia y la participación ciudadana”.

Artículo 13: “La promoción y observancia de los derechos económicos, sociales y culturales son consustanciales al desarrollo integral, al crecimiento económico con equidad y a la consolidación de la democracia en los Estados del Hemisferio”.

- [Carta Social de las Américas](#), 2012:

Artículo 2: “La promoción y observancia de los derechos económicos, sociales y culturales son consustanciales al desarrollo integral, al crecimiento económico con equidad y a la consolidación de la democracia en los Estados del Hemisferio...”.

Capítulo IV. Desarrollo cultural, diversidad y pluralidad. Artículo 1: “El desarrollo cultural es un elemento clave para el desarrollo social y económico de los pueblos que favorece la creatividad y la innovación así como la inclusión y la cohesión social. En tal sentido, los Estados Miembros se comprometen a impulsar políticas de desarrollo cultural inclusivas y participativas que incluyan programas de apoyo a industrias culturales y creativas; de preservación y protección del patrimonio cultural y de respeto y promoción de la diversidad cultural”.

2. Breve historia: abordajes e instituciones

A finales del siglo XIX, al celebrarse la Primera Conferencia Internacional Americana en Washington (1889-1890) - evento considerado como el acto de nacimiento del sistema interamericano - los representantes presentes reconocieron los potenciales beneficios asociados al estímulo de los intercambios culturales. En este espíritu, se resolvió durante esta reunión fundar en Washington la Biblioteca Colón o [Columbus Memorial Library](#) como repositorio de obras y documentos relativos al continente. Esta institución, en actividad hasta la fecha, representó la primera oficina creada en el proceso de institucionalización del sistema interamericano.

En las sucesivas reuniones celebradas durante la primera mitad del siglo XX, los dirigentes americanos reiteraron el importante papel jugado por la cultura en la buena marcha de las relaciones interamericanas. El objetivo principal se orientó a la difusión y la protección de la producción cultural y se manifestó a través de la aprobación de las siguientes convenciones: la Convención para la protección de las obras literarias y artísticas, la Convención sobre canje de publicaciones oficiales, científicas, literarias e industriales (1902) y la Convención para el fomento de las relaciones culturales (1936). En lo que concierne a los avances institucionales propios de este primer periodo, se



puede mencionar la creación de la Visual Arts Unit (1917), institución dedicada a la difusión del arte latinoamericano y caribeño en Estados Unidos, la organización del Primer Congreso Panamericano de Periodistas (1926), así como la fundación del Instituto Panamericano de Geografía e Historia (1928), órgano de cooperación entre los institutos geográficos e históricos nacionales. También se fortaleció la Oficina de Cooperación Intelectual (1945), que devino más tarde (1947) en el Departamento de Asuntos Culturales del cual nació, en los años siguientes, las Divisiones de Educación, de Música y de Artes Visuales, así como las Unidades de Literatura y Filosofía, de Ciencias y Tecnología y de Ciencias Sociales.

En 1948, se adoptó la [Carta de la Organización de los Estados Americanos](#) creando el Consejo Interamericano Cultural (CIC). El CIC fue uno de los tres únicos órganos técnicos, junto al Consejo Social y Económico y al Consejo de Jurista, establecidos en esta ocasión. Esta configuración administrativa demuestra el papel central otorgado por los dirigentes políticos a la cooperación cultural interamericana. A lo largo de la década de los cincuenta se crearon el Comité de Acción Cultural (1954), órgano permanente del CIC con sede en la Ciudad de México, así como el Consejo Interamericano de Música (1956). Fue también durante esta época que se fundó la pionera Revista Interamericana de Bibliografía (1951), la más antigua publicación de esta índole en la región.

En los años sesenta se estableció el Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura (CIECC) que vino a reemplazar al CIC. Mientras tanto, se implementaba el Programa Regional de Desarrollo Cultural afianzando el principio de que la cultura es parte de un conjunto armónico de todas las disciplinas y expresiones de la sociedad americana que contribuyen a su desarrollo integral.

Durante los años setenta los estados miembros de la OEA adoptaron valiosos instrumentos de protección y promoción de la cultura como la Carta del Folklore Americano (1970), la Carta de los Archivos Americanos (1972), la Carta Interamericana de las Artesanías y las Artes Populares (1973), las Normas de Cuenca (1974) sobre características regionales, así como también la Convención de San Salvador (1976) sobre Defensa del Patrimonio Arqueológico, Histórico y Artístico de las Naciones Americanas. Es de destacar que la OEA tomó una iniciativa importante destinada a conservar y difundir el arte producido en el hemisferio al convertir la antigua Visual Arts Unit en el Art Museum of the Americas.

La década del ochenta representó un intenso momento de transformación institucional con la adopción del Protocolo de Cartagena de Indias de Reforma de la Carta de la OEA (1985). En esta ocasión se consagró el concepto de desarrollo integral como elemento indispensable para lograr la paz y la seguridad en el hemisferio. Como ya se ha señalado anteriormente, en este documento se establece que la cooperación para el desarrollo debe comprender, entre otros, el campo cultural. Durante esta época el CIECC inauguró la entrega anual del Premio Interamericano de Cultura

“Gabriela Mistral” a ciudadanos que se destacaran en el campo de la literatura y la filosofía.

Durante el sexenio 1990-1995 es importante destacar que, desde 1994, se iniciaron las [Cumbres de las Américas](#) a las que la OEA sirve como Secretaría Técnica y que desde la Primera Cumbre los Jefes de Estado destacaron la importancia de la cultura.

En cuanto a las áreas de interés del CIECC, si bien se mantuvo la preocupación por el folklore, los archivos y las bibliotecas, el Patrimonio Cultural, las artesanías y la música, se desplazó el énfasis hacia el ámbito de las políticas culturales, que se tradujo en uno de los cinco grandes proyectos que el Departamento de Asuntos Culturales implementó.

3. El siglo XXI

En 1997, con el fin de canalizar el diálogo y las acciones bajo el nuevo concepto de desarrollo integral, se eliminaron los dos Consejos Interamericanos (CIECC y CIES) y se creó el [Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral](#) (CIDI), dependiente directamente de la Asamblea General. Asimismo, se instalaron la [Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo](#) (AICD), como uno de sus órganos para la implementación del Plan Estratégico de Cooperación Solidaria, y el [Fondo Especial Multilateral del CIDI](#) (FEMCIDI) para el financiamiento de los programas y proyectos.

Durante la Asamblea General de 1998 se adopta el Programa Interamericano de Cultura y en el 2001 el CIDI incorpora el tema cultural como una de las ocho prioridades de este órgano para el periodo 2002-2005. Igualmente, en el 2002 se instituye la Reunión Interamericana de Ministros y Máximas Autoridades de Cultura, en cumplimiento del mandato de la Declaración y Plan de Acción de la Tercera Cumbre (Quebec, 2001). Y un año más tarde (2003) comienza a funcionar la Comisión Interamericana de Cultura (CIC) como órgano de seguimiento y aplicación de los programas en el tema.

En noviembre del año 2006, los Ministros y Máximas Autoridades de Cultura (en su Tercera Reunión celebrada en Montreal, Canadá) definieron una Lista de Actividades Prioritarias de Cultura (2007-2008):

- Preservación y protección del Patrimonio Cultural.
- La cultura, la creación de trabajo digno y la superación de la pobreza.
- La cultura y el realce de la dignidad y la identidad de nuestros pueblos.
- Y la cultura y el papel de los pueblos indígenas.

Estas líneas de acción fueron incorporadas en el Plan de Trabajo de la CIC y complementadas con otros temas como iniciativas de apoyo:

- La creación y fortalecimiento de los sistemas de información cultural.



- La realización y mantenimiento de los foros políticos y técnicos (reuniones ministeriales y de la CIC), mecanismos existentes en cooperación horizontal, interagencial y con participación de organizaciones de la sociedad civil.

En los últimos cinco años los diálogos políticos en cultura, y por ende los lineamientos para programas y proyectos a desarrollar, siguieron la misma orientación en la relación de la cultura con el desarrollo y se han definido dos temas clave:

- Promover y fortalecer el impacto de la cultura en el desarrollo económico de los estados miembros.
- Fomentar y visibilizar la cultura como factor para la inclusión social, con énfasis especial en los jóvenes y en los grupos marginados.

De ello da cuenta el comunicado de la Quinta Reunión de Ministros y Máximas Autoridades de Cultura celebrada en noviembre del 2011 en Washington DC: Cultura, común denominador para el desarrollo integral.

Podemos afirmar que el tema de la cultura en la OEA comparte hoy en igualdad de condiciones institucionales y legales y las mismas proyecciones que los demás temas vinculados a la cooperación para el desarrollo como son la educación, el turismo, el desarrollo sustentable y el desarrollo social, entre otros.

4. Instituciones y mecanismos

Los países miembros establecen políticas y objetivos por medio de la Asamblea General, órgano supremo de la Organización, la cual es convocada anualmente; y por medio también del Consejo Permanente, conformado por embajadores nombrados por los países miembros, que se reúne en la sede de la OEA en Washington permanentemente para ofrecer lineamientos sobre políticas y acciones vigentes.

Como ya se ha señalado, el Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI), como órgano consultivo con capacidad decisoria en materia de cooperación, es uno de los órganos especializados encargado de canalizar el diálogo y las acciones bajo el concepto de desarrollo integral y cuenta con la Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo (AICD), así como con las Comisiones Interamericanas, entre ellas la de Cultura, CIC.

Estas instancias de decisiones ejecutan sus programas y planes de la mano de los correspondientes órganos ejecutivos que forman parte de la Secretaría General de la Organización.

La [Secretaría General](#) es el órgano central y permanente de la Organización de los Estados Americanos. Ejerce las funciones que le atribuya la Carta, otros tratados y acuerdos interamericanos y la [Asamblea General](#) y cumple los encargos que le encomiendan dicha Asamblea General, la [Reunión de Consulta de Ministros de Relaciones Exteriores](#) y los [Consejos](#). Su labor es desempeñada por seis secretarías, entre ellas la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) cuya misión es apoyar, facilitar y promover el desarrollo integral en los estados miembros en forma



coordinada con las acciones de fortalecimiento de la democracia, la seguridad multidimensional y la promoción de los derechos humanos. Actúa como Secretaría Técnica del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI).

De la misma manera la Comisión Interamericana de Cultura (CIC) cuenta con el apoyo de la Oficina de Educación y Cultura de la OEA, que sirve como su Secretaría Técnica. La CIC, como órgano técnico-político de discusión y de seguimiento de los mandatos emanados de las Cumbres de las Américas, de las Asambleas Generales y de las Reuniones Interamericanas de Ministros y Máximas Autoridades de Cultura, coordina el programa de trabajo definido según las prioridades identificadas por los Ministros de Cultura de la región y los mandatos en cultura de las Asambleas Generales. Para tales propósitos elabora su Plan de Trabajo cada dos años, en el cual se incluyen los programas y proyectos y sus fuentes de financiación. Está compuesta por un representante del Ministerio de Cultura o institución equivalente de cada uno de los treinta y cinco estados miembros de la OEA. La coordinación de la CIC está ejercida por sus autoridades compuestas por un Presidente y dos Vicepresidentes. En el año 2005, durante la Segunda Reunión de la CIC, los delegados decidieron por consenso compartir las vicepresidencias con el fin de ofrecer la oportunidad de representación geográfica a las distintas subregiones del Hemisferio. Desde entonces se mantiene este mecanismo. En 2012, Perú ocupa la Presidencia y las Vicepresidencias Canadá, Estados Unidos, Guatemala y Haití.

Para el cumplimiento de sus fines y mandatos la OEA cuenta con un presupuesto que comprende dos tipos de recursos:

1) El Fondo Regular, que consiste en los aportes-cuotas de los estados miembros e incluye los aportes de otros fondos por servicios de dirección técnica y apoyo administrativo prestados por la Secretaría General. Son utilizados para el funcionamiento regular de la Organización incluyendo los sueldos de los funcionarios, el mantenimiento de los edificios, los costos de las comunicaciones y otros gastos corrientes. Se estructura de la siguiente manera:

- Subfondo de Operaciones: incluye todos los ingresos, obligaciones y gastos del Programa Presupuesto aprobado para el Fondo Regular.
- Subfondo de Reserva: se acumula a través del déficit o superávit del Subfondo de Operaciones.

2) Los Fondos Específicos que pueden provenir de los mismos estados miembros, de los estados observadores o de otras instituciones externas, para actividades especificadas por los donantes en cumplimiento de los acuerdos entre los donantes y la Secretaría General.

Además la Organización cuenta con otras categorías de fondos:

- Fondos fiduciarios, establecidos por donantes-contribuyentes para actividades especificadas en sus instrumentos de constitución, tales como el Fondo



Panamericano Leo Rowe, el Fondo de Beneficio Médico de la OEA o el Fondo de Jubilaciones y Pensiones.

- Fondo de servicios y rotatorios: creados para registrar gestiones administrativas internas derivadas de la ejecución de Programa Presupuesto, tales como el ICR (Indirect Costs Recovery), los Fondos de parqueo, los Costos de utilidades y otros.
- Fondos Voluntarios. Destaca el Fondo Especial Multilateral del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral, FEMCIDI, para la ejecución de la cooperación solidaria y para financiar proyectos en los aspectos relacionados con el desarrollo. Los recursos provienen de los aportes voluntarios de los países miembros de la OEA y la finalidad es constituir un fondo semilla para atraer cooperación adicional.

5. El Financiamiento de programas en la SEDI, el FEMCIDI y el Plan de Trabajo de la CIC

En cuanto al financiamiento de los programas y proyectos desarrollados por la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI), orientados esencialmente a la reducción de la pobreza y la desigualdad social, podemos señalar que durante el año 2011 más de la mitad de su presupuesto proviene de Fondos Específicos (54%), en tanto que el Fondo del Presupuesto Regular aportó menos de un quinto (17%). Observamos también que más de un quinto correspondió a préstamos para estudios del Fondo Rowe (21%), los cuales no pueden ser utilizados como fondos de cooperación para el desarrollo. Los fondos para el FEMCIDI (o fondos voluntarios) constituyen el 7% del presupuesto de la SEDI.

Es oportuno señalar que los Fondos Específicos provenientes de las donaciones de Observadores Permanentes para la SEDI representan sólo el 4,2% del total de los fondos aportados en 2011 para todas las áreas de la OEA. Las áreas principales del ámbito de la SEDI que recibieron contribuciones de esta fuente fueron el desarrollo sostenible y el turismo; la cultura significó un porcentaje muy pequeño. Se recibieron contribuciones importantes en especie sobre todo para el programa de becas orientadas al desarrollo profesional.

En lo que se refiere a los fondos recibidos y ejecutados por la SEDI en la forma de Contribución de Fondos Específicos en el transcurso de los últimos seis años (no se incorpora aquí el monto recibido por el FEMCIDI), podemos señalar que los montos se mantuvieron bastante constantes en estos seis años, con un promedio de alrededor de 13,5 millones de dólares estadounidenses. Sin embargo no se observó una tendencia ascendente en los mismos.

En relación con el Fondo Voluntario FEMCIDI, esta modalidad de cooperación técnica implica orientar los recursos de la OEA para atender las necesidades más urgentes de los estados miembros, particularmente aquellos con economías más pequeñas y los de



menor desarrollo relativo. Los proyectos son postulados por los estados miembros que buscan recibir la cooperación y deben orientarse a fortalecer capacidades profesionales e institucionales y promover la cooperación técnica.

Actualmente está en vigencia un nuevo procedimiento - surgido de una decisión de los estados miembros - que tiene por objetivo financiar proyectos que representen un potencial de impacto mayor por ser multilaterales, plurianuales y alineados con las prioridades ministeriales.

Bajo estos criterios se canalizan los recursos para cada área por un período de tres años; y son las autoridades de cada sector - las Reuniones de Ministros y las Comisiones Interamericanas - las que priorizan los temas sobre los cuales se realizan las convocatorias.

Durante el trienio 2011-2013 se convocan, seleccionan y adjudican a proyectos en las áreas de cultura, educación y ciencia y tecnología. Para el área de cultura los temas clave que han sido seleccionados en el marco de la CIC son: incrementar el crecimiento económico y promover el desarrollo a través de la cultura; y el fortalecimiento de la inclusión social a través de la cultura. Durante el año pasado se recibieron las propuestas de proyectos y ha finalizado la etapa de diseño del programa de cultura. Se espera que para los primeros meses de 2013 se termine el proceso y se adjudiquen los fondos a los proyectos seleccionados.

Desde su creación en el año 1997, el FEMCIDI ha financiado más de mil proyectos en total para todas las áreas, equivalente a un valor de más de cien millones de dólares norteamericanos. Ello incluye proyectos en las áreas de educación, desarrollo sostenible, desarrollo científico y transferencia de tecnología, desarrollo social y generación de empleo, desarrollo sostenible del turismo, diversificación e integración económicas y acceso a mercados y fortalecimiento de instituciones democráticas.

En el área de cultura, durante el mismo período, el Fondo financió sesenta y cuatro proyectos por un valor de más de tres millones de dólares. Estos proyectos en su mayoría fueron de carácter nacional y tuvieron una duración de un año (extensible) en los siguientes temas: Sistemas de Orquestas Juveniles, Patrimonio Cultural (restauración, capacitación), museos comunitarios, bibliotecas, archivos (conservación y digitalización de documentos), Seguridad Social de los artistas, industrias culturales y políticas de integración, artesanías (capacitación y comercialización) y desarrollo artístico popular, entre otros.

Sin embargo, aunque no se visualice una grafica con la evolución de los recursos asignados o recibidos para FEMCIDI, debemos señalar que los mismos han descendido considerablemente en el transcurso de los últimos seis años, en un porcentaje cercano a un 70% (6,1 millones de dólares en 2006 a 1,8 millones en 2011, menos de dos terceras partes del total anterior).



En el Plan de Trabajo de la Comisión Interamericana de Cultura, las actividades que se incluyen provienen en su mayoría de recursos específicos, es decir, externos al presupuesto regular de la Organización.

La Comisión, a su vez, gestiona y coordina estos recursos (los Fondos Específicos) aunque desde los últimos dos años también toma parte en el diseño del programa del FEMCIDI. Durante los últimos cinco años se ha contado con recursos por un valor de 2.694.340 dólares provenientes de contribuciones de los estados miembros y observadores y con apoyo del Subfondo de reserva y del FEMCIDI.

Al igual que el FEMCIDI, el Plan de Trabajo de la CIC se enfoca en promover el diálogo sobre políticas culturales y promover el intercambio de conocimientos y experiencias a través de la cooperación horizontal entre los estados miembros, con enfoque en los dos pilares antes mencionados.

7. Programas desarrollados en Cultura

Cabe señalar nuevamente que el rol principal de la OEA es el de constituir una plataforma para el desarrollo de los foros y acuerdos políticos y para la cooperación. Por tanto el financiamiento propiamente entendido como fuente de recursos dirigidos a proyectos no es el objetivo principal, así como sí lo es la inversión en la Organización y el seguimiento de los citados foros y el acceso a oportunidades de cooperaciones.

No obstante, se han desarrollado programas y proyectos con mayor o menor ambición en sus alcances y duraciones entre los que podemos citar en los últimos años los siguientes:

- Cultura: una [Red Interamericana de Información](#) (2009-2011). Esta actividad tuvo como propósito visibilizar los aportes de la cultura en términos de crecimiento económico, cohesión social y desarrollo sostenible y lograr que la dimensión cultural sea incorporada en las agendas de los diferentes sectores y en el diseño de políticas públicas de los campos de la educación, planeación, finanzas y turismo, entre otros. Este proyecto se financió en un inicio gracias a la contribución de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (CIDA), aumentada con recursos del Subfondo de reserva de cultura de la CIC (CP/Res. 831) y una contribución de la Misión Permanente de los Estados Unidos ante la OEA. Se compone de tres elementos:
 1. Una estrategia de comunicaciones, diseñada con el propósito de resaltar el poder transformador de la cultura para generar desarrollo económico, inclusión social y valores democráticos más arraigados. En ésta se identifican mensajes claves para difundir: los principales argumentos que vinculan a la cultura como factor de desarrollo; los diferentes agentes sociales e institucionales, las políticas y los esquemas de participación a través de los cuales se puede aprovechar el poder transformador de la cultura; y para incentivar alianzas entre instituciones nacionales y locales, organismos internacionales, sociedad

civil y el sector privado en el apoyo a programas culturales orientados al desarrollo.

Como parte integral de esta estrategia se desprende el portafolio de prácticas exitosas “Cultura, común denominador para el desarrollo”, que incluye dieciocho experiencias de diferentes estados miembros que dan muestra de la contribución de la cultura al desarrollo. La misma se encuentra disponible en los idiomas español, inglés y francés (este último solamente en CD y en línea) y se pretende convertir esta primera iniciativa en un banco de prácticas que se alimente permanentemente.

2. Un portal web para el intercambio de información y experiencias entre los estados miembros y que provee herramientas que contribuyen al diseño e implementación de políticas culturales. A la fecha, el portal se encuentra disponible en los idiomas español e inglés. Este portal se desarrolla en colaboración con la Universidad Tecnológica de Bolívar (UTB - Cartagena de Indias, Colombia), gracias a la firma de un Memorando de Entendimiento entre la Secretaría General de la OEA y dicha Universidad en octubre de 2010. Dicho portal web puede consultarse en la siguiente dirección: www.desarrolloycultura.net
3. Un fondo de cooperación horizontal para financiar misiones de cooperación técnica en cultura entre los estados miembros. El fondo busca promover la cooperación bilateral y multilateral entre Ministerios de Cultura y/u otras instituciones sobre las estrategias basadas en el arte y la cultura como generadores de desarrollo económico, inclusión social y afianzamiento de los valores democráticos. En la primera ronda (de junio a septiembre de 2010), se llevaron a cabo diez misiones de cooperación técnica en las que participaron dieciocho instituciones públicas y privadas de doce países miembros.
 - 2011 Año Interamericano de la Cultura. Los estados miembros de la OEA lo declararon como tal bajo el lema central “Nuestras Culturas, Nuestro Futuro”, con el objetivo de celebrar las diversas culturas de las Américas y promover el papel central que desempeña la cultura en el desarrollo económico, social y humano de todas las comunidades. Más de cien proyectos, iniciativas y actividades desarrolladas en los estados miembros se han adscrito a esta celebración, que puede consultarse en <http://www.oas.org/es/yearofculture>
 - Taller Interamericano “El rol de las artes y los medios de comunicación en la educación para una ciudadanía democrática”, desarrollado en la ciudad de Santo Domingo (República Dominicana) durante los días del 16 al 18 de junio de 2010. El Taller tuvo como objetivo promover un acercamiento entre los



sectores de la educación y la cultura. Forma parte de un proyecto más amplio que incluyó un taller-foro virtual de preparación y actualmente una publicación de un portafolio de buenas prácticas en el tema, el cual será publicado en el mes entrante.

- Video y Manual de Campo “Hacia una Cultura de la no Violencia: el papel del arte y la cultura”. El video muestra experiencias exitosas de cada subregión del Hemisferio en cuanto al papel de la cultura en involucrar a los jóvenes en situación de riesgo y en promover el desarrollo de habilidades, de identidad y sentido de pertenencia, y el Manual de Campo es una guía para la instalación de debates sobre el tema.
- “Ignite the Americas” Foro de Jóvenes sobre Políticas de las Artes (septiembre 2008, Toronto, Canadá), con participación de jóvenes líderes en el tema de treinta y un estados miembros.
- Talleres sobre Sistemas de Información Cultural: la OEA junto con el Departamento de Patrimonio Canadiense, el Consejo Nacional de Cultura y Artes de Chile (CNCA), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA) y el Convenio Andrés Bello (CAB) organizaron en el año 2006 una serie de tres talleres subregionales (uno para el Caribe, otro para Centro América y otro para Sur América). Estos talleres se centraron en compartir las experiencias de Canadá, México y Chile en el desarrollo y mantenimiento de sus Sistemas de Información Cultural. Más tarde, una Reunión Interagencial de Síntesis basada en los resultados de los tres talleres subregionales fue organizada conjuntamente por el Ministerio de Cultura de Colombia, la OEA y el Convenio Andrés Bello en abril de 2007, en el cual se acordaron recomendaciones para avanzar en el desarrollo de estos sistemas. Está disponible en <http://www.oas.org/red-observatorios/sic/default.htm>
- Taller Protegiendo el Patrimonio Cultural contra el Saqueo y Tráfico Ilícito: Ejemplos de Prácticas Efectivas y Estudios en la Región Andina (Medellín, Colombia, del 15 al 18 de abril de 2008).
- Taller: Estudio de Casos en la Protección del Patrimonio Cultural-región Centro América (Ciudad de México, México-del 21 al 23 de marzo de 2007).
- Taller Preservación del Patrimonio Indígena: enfoque tradicional y técnico. Realizado el 28 septiembre de 2007 en Ottawa, Canadá, y organizado por el Instituto Canadiense de Conservación
- Taller: La Cultura como Motor del Crecimiento Económico y la Inclusión Social en las Américas (Washington, D.C., 1 y 2 de octubre de 2007) con la participación de altas autoridades de cultura de los estados miembros y gerentes de programas y proyectos considerados como exitosos.
- Seminario Internacional "Diversidad Cultural: prácticas y perspectivas", realizado durante los días del 27 al 29 de junio de 2007 en Brasilia. El seminario



reunió a investigadores y formuladores de políticas para discutir distintos temas relacionados con las prácticas y perspectivas sobre la diversidad cultural. Las cuestiones tratadas incluyeron: la diversidad cultural en los países de las Américas; las comunicaciones y la convergencia digital; economía de la cultura y sectores estratégicos; y globalización y cultura. El seminario también incluyó presentaciones por parte de los estados miembros de la OEA sobre las políticas adoptadas a nivel nacional con relación a los tópicos antes señalados.

Es importante señalar que en los montos mencionados no están contempladas las contrapartes nacionales ni la de otros organismos que participaron en la concreción de estos proyectos e iniciativas, tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o [Fundación Global Democracia y Desarrollo](#) (FUNGLODE).

7. Otros programas en cultura fuera del ámbito estricto de la CIC

Además de las Reuniones de Ministros de Cultura, la Comisión Interamericana de Cultura (CIC) y su Secretaría Técnica la Oficina de Educación y Cultura, la OEA como foro político regional - cuyo principal mecanismo es la cooperación - promueve el desarrollo de la cultura y el tratamiento de temas relacionados a la misma a través de múltiples instancias.

Ello da cuenta de que el tema de la cultura es considerado como elemento transversal a varios aspectos relacionados a los cuatro valores-pilares sobre los que sostiene su actuación. Es así que programas culturales están presentes en acciones para el fortalecimiento de las democracias, la reivindicación y protección de los derechos humanos y para la seguridad multidimensional entre otros.

Citamos en primer lugar a los pioneros departamentos que se han mantenido desde los inicios de la constitución de la OEA: la Biblioteca Colón y el actual Museo de las Américas:

- Biblioteca Colón: además de desempeñar su función de archivo oficial de la OEA, ofrece al público una de la más importantes colecciones a nivel mundial de libros, mapas, fotos y otros archivos relativos a la historia de las relaciones interamericanas. Reúne más de un millón de libros, 250 000 volúmenes de periódicos, 500 000 documentos y publicaciones de la OEA.
- Museo de las Américas: el [Art Museum of the Americas](#) contiene una colección permanente que reúne más de dos mil obras de artistas de los países de las Américas, entre pinturas, esculturas, instalaciones, dibujos y fotografías. Desarrolla además programas para jóvenes y en colaboración con otros museos de los estados miembros. Al enfatizar la transmisión de valores como la democracia, el desarrollo, los derechos humanos, la justicia y la libertad de expresión, representa un valioso instrumento para el avance de la agenda de la OEA. Abrió sus puertas en Washington en 1976 con el propósito de difundir el

arte producido por artistas emergentes del Hemisferio a través de la organización de exposiciones y de la adquisición de obras.

Los otros programas son:

- El [Programa de Orquestas de la OEA en el Caribe](#): también conocido como OASIS-Caribe, fue un programa piloto lanzado en el año 2009 que contó con el apoyo de la OEA a través del FEMCIDI durante tres años. Su objetivo es contribuir a la reducción de los factores de riesgo que resultan en actos de violencia juvenil. El Programa emplea una adaptación de la metodología de Orquesta-Escuela utilizada exitosamente por la Fundación del Estado para el Sistema Nacional de las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela (FESNOJIV) y otros. En el 2012 inició un programa en El Salvador orientado a internas de la cárcel de mujeres. El Programa depende actualmente de la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas (CICAD) y es heredero de varios programas de promoción de la música de la OEA. Específicamente en lo que se refiere a programas de música para la inclusión social orientado a jóvenes, la OEA apoyó en sus inicios (1975) al actual Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela fundado por el entonces Ministro de Cultura de Venezuela José Antonio Abreu. Además, juntamente con los gobiernos nacionales, la OEA desde 1982 financió y propició la creación y desarrollo de sistemas de orquestas juveniles e infantiles en más de veinte países americanos que siguen el modelo venezolano; entre ellos los estados miembros de Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago y Uruguay. Asimismo, el propio maestro Abreu inspiró a la OEA la creación de la Orquesta Juvenil de las Américas (YOA por sus siglas en inglés), que debutó en el año 2000 en Nueva York, bajo la dirección de Plácido Domingo.
- [Programa Interamericano sobre Educación en Valores y Prácticas Democráticas](#): alojado en el seno de la Oficina de Educación y Cultura, contribuye a fortalecer las capacidades de instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil de los estados miembros de la OEA para fortalecer la cultura democrática a través de la educación. Apoya el desarrollo de políticas, programas e iniciativas en el ámbito de la educación ciudadana a través de sus tres componentes de trabajo: cooperación horizontal e intercambio de información, investigación y análisis y desarrollo profesional.
- "Armando Paz: Construcción de una cultura de paz con los jóvenes centroamericanos a través de los medios de comunicación, el diálogo social y el arte" es un proyecto con dos objetivos: por un lado, desarrollar y ejecutar una campaña de sensibilización integral, de jóvenes para jóvenes, dirigida a la

prevención del crimen, el abuso de drogas y la violencia de pandillas en la región; y por otro, fortalecer redes de jóvenes líderes que participan a nivel comunitario y de organizaciones de la sociedad civil a nivel local nacional y regional, con el fin de mejorar la coordinación de sus actividades, la colaboración en la planificación estratégica y el intercambio de buenas prácticas. Fue implementado del 2009 al 2012 por dos áreas de la Organización de los Estados Americanos, la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (Oficina de Educación y Cultura/DDHEC) y la Secretaría de Seguridad Multidimensional, conjuntamente con el Trust for the Americas en cinco países: El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

- Programa de Becas de la OEA, que abarca varias modalidades: becas académicas, becas especiales para el Caribe angloparlante y becas de desarrollo profesional y otorga cada año becas para estudios relacionados con temas de la cultura. Además de estos programas, la OEA, a través de su Programa de Alianzas para la Educación y la Capacitación (PAEC), ofrece otras oportunidades de becas para estudios académicos con el apoyo de sus instituciones socias en las Américas y alrededor del mundo. La Oficina de Becas se aloja en el Departamento de Desarrollo Humano, Educación y Cultura de la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI). Durante el año 2011 se otorgaron veinte becas para estudios en diversos campos de la cultura.
- Departamento de Economía, Comercio y Turismo (DDECT), dependiente de la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI): en el Plan de Trabajo de la Oficina de Turismo 2012-2013 se recogen los mandatos de las dos últimos Congresos Interamericanos de Ministros y Altas Autoridades de Turismo donde se resaltó la estrecha relación entre el turismo y la cultura. El citado Plan promoverá un “mayor vínculo institucional y de políticas, así como la instrumentación de programas y proyectos que combinen ambos elementos”. Por otro lado, en la Oficina de Empoderamiento Económico y Comercio se apoyaron iniciativas de cooperación Sur-Sur para el fortalecimiento de capacidades institucionales y gestión de políticas en temas como propiedad intelectual y comercio para micro empresas creativas (artesanía).
- Departamento de Derecho Internacional de la Secretaría de Asuntos Jurídicos: dicho departamento sirve de Secretaría Técnica al Comité Jurídico Interamericano, órgano consultivo de la Organización en asuntos jurídicos de carácter internacional. El Comité se ha pronunciado en temas de derechos culturales como: derecho de los pueblos indígenas, respeto a la diversidad cultural, legislación sobre protección de bienes culturales en casos de conflicto armado y legislación de derecho de autor. El Departamento adoptó en el año 2009 un Programa de Acción sobre los Pueblos Indígenas de las Américas, con el objetivo de “promover y fortalecer la participación de los pueblos indígenas

en los distintos procesos internos e internacionales de toma de decisiones, sensibilizar a la sociedad en general sobre esta temática, capacitar a los representantes de los pueblos indígenas en diversas áreas que permitan el desarrollo integral de sus comunidades y transversalizar la temática indígena en los diversos proyectos y actividades de la Organización”. Asimismo, el Departamento participa en la elaboración del Proyecto de Declaración Americana sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.

- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH): vela por la aplicación de las legislaciones referentes a los derechos humanos, entre ellos los culturales; resuelve conflictos, recibe denuncias y aplica sanciones sobre conflictos relacionados con los pueblos indígenas.
- [Revista AMÉRICAS](#): es una publicación bimestral de la OEA, en español e inglés. Presenta temas de interés general aunque en gran medida destaca temas culturales y se refieren a los estados miembros.

8. Desafíos y oportunidades

El aporte de la OEA en el área de la cultura - congruente con los fines de constituirse en plataforma de diálogo y desarrollo de sus estados miembros - continúa siendo ofrecer foros políticos al más alto nivel y lograr en ellos consensos sobre lineamientos políticos regionales. En otras palabras, apoyar a los organismos nacionales, Ministerios y Máximas Autoridades de Cultura y fortalecer el posicionamiento de la cultura en las agendas políticas, económicas y de planificación para el desarrollo de sus propios gobiernos.

La inversión realizada en los procesos de los foros políticos (preparatorias, organizaciones y seguimiento de las mismas) es la apuesta principal de la OEA. Éste es un apoyo indirecto, pero no por ello menos importante, al financiamiento y sostenibilidad de la cultura.

Los fondos de cooperación forman parte de la estrategia de la OEA pero debemos reconocer que son limitados y que en los últimos años se redujeron los aportes para programas y proyectos para el desarrollo, debido a diversos factores. En primer lugar ha cambiado el contexto general (o mundial) para la captación de fondos y la cooperación para el desarrollo. Los flujos de asistencia oficial para el desarrollo ya no representan un alto porcentaje de la cooperación para el desarrollo en América Latina. Además, casi toda la región de América Latina y el Caribe se encuentra en la categoría de ingresos medianos, lo cual significa que la atención de los donantes no ha estado dirigida a estas regiones sino a otras con menores ingresos.

Sin embargo, podemos afirmar que en el marco de la OEA se ha producido un aumento en la cooperación horizontal entre los países miembros de la Organización y a través de la cooperación triangular ofrecida por algunos países en colaboración con la OEA.



No menos importante es el impulso al diálogo político con la sociedad civil y las alianzas público-privadas, tanto en agendas como en financiamiento de las acciones derivadas de las mismas. La OEA convoca regularmente a organizaciones no gubernamentales, universidades, fundaciones y otras de la sociedad civil a los diferentes niveles de foros políticos: Comisiones Interamericanas, Reuniones Ministeriales y Cumbres de las Américas.

Asimismo, destacamos la importancia de la coordinación y sinergia con otros organismos internacionales en todos los campos, entre los que podemos citar los programas con el Banco Interamericano de Desarrollo, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Secretaría General Iberoamericana, el [Consejo de Europa](#) y el [Banco Mundial](#). En el área específica de la cultura las citadas colaboraciones con el BID, FUNGLODE, UNESCO y [UNCTAD](#).

Aunque el camino andado en el tema de la cultura ha sido fructífero en el seno de la OEA, el reto sigue siendo el reconocimiento de la misma como factor de desarrollo económico, social y humano, así como la inclusión del tema cultura en los foros políticos y económicos, como tal y como valor en sí misma.

Desde esta perspectiva planteamos poner énfasis en los siguientes esfuerzos:

- Insistir en el valor intrínseco de la cultura, como elemento inherente a la condición humana, como elemento distintivo de las sociedades, como aspecto fundamental de los derechos humanos y como elemento del desarrollo integral en sus aspectos cualitativos (cohesión social, desarrollo personal, participación ciudadana y otros).
- Continuar fortaleciendo mecanismos de sostenibilidad de la cultura, visibilizando el aporte que los productos y servicios culturales ofrecen a la economía; promoviendo la capacitación y desarrollo de las industrias culturales y la inclusión de las mismas en los circuitos comerciales.
- Enfatizar la implementación de programas de arte y cultura en las estrategias y políticas para la juventud y prevención de la violencia.
- Por tanto, alentar a los gobiernos nacionales, estatales, departamentales y locales a instalar la cultura en las agendas políticas y económicas, en especial en el posicionamiento que ciertos aspectos de la política cultural deben ocupar en los presupuestos nacionales; en las líneas de incentivo para la participación privada en el financiamiento de la cultura y en la cooperación bilateral y multilateral.

Iniciativas desde el ámbito privado



EL IMPACTO DE LA CULTURA EN LA INNOVACIÓN TÉCNICA Y SOCIAL. NUEVAS POLÍTICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO CULTURAL

PAU RAUSELL

Profesor Titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valencia
Director del Área de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura

Cuando se trata el tema de la financiación de la cultura, lo primero que se plantea es que los recursos financieros pueden provenir de distintos ámbitos. El primero de ellos sería el de los recursos colectivos, es decir, lo que el Estado selecciona de los impuestos para destinarlo a la cultura, que supone un uso alternativo con respecto a otras posibles áreas de inversión como la sanidad, la educación, etc.

El segundo sector es el ámbito privado, respecto al que conviene puntualizar que hay personas capaces de valorizar en términos económicos los recursos que destinan a la cultura. En este sentido, existen distintas maneras o distintos espacios: las corporaciones que dedican fondos a la cultura, por ejemplo a través del patrocinio, que significa incorporar en sus propios procesos de producción el valor simbólico de la cultura a través de la publicidad, de la imagen y de otros ámbitos un poco más sofisticados, pues la cultura integra espacios amables de creación entre agentes sociales, económicos y políticos. La lógica de este capital privado es la tasa de rentabilidad; es decir, las empresas invierten para maximizar su tasa de beneficios cuando encuentran alguna oportunidad de inversión en cultura. Esta tasa se puede obtener directamente (si se restaura una casa colonial y se convierte en hotel se rentabilizarán los flujos de ingreso del hotel) o puede también, como viene siendo habitual, rentabilizarse la atención que genera la cultura. El ejemplo lo encontramos en las estrategias de los medios de comunicación: ¿por qué Televisa financia series? No obtiene beneficios directos de su emisión, pero sí puede exhibirlas y captar la atención de quince millones de espectadores, para negociar con esa atención después en el mercado de la publicidad. En ocasiones la inversión se realiza en cultura, otras sólo en entretenimiento, pero el objetivo es presentar productos, servicios y bienes culturales que atraigan la atención del público.

Otra vía de financiación, desde el ámbito privado, es la demanda privada de cultura, lo que los ciudadanos pagamos de nuestro bolsillo por libros, discos, conciertos... Finalmente, existe otro tipo de capital privado, cuyo objetivo principal no es la tasa de rentabilidad, sino vivir de la cultura, rodeándose de un entorno en el que la ocupación principal de los individuos sea producir, distribuir o gestionar bienes y servicios culturales. Esta es la diferencia entre el mundo del gran capital (K) y las pequeñas empresas culturales (k), la maximización o no de su tasa de rentabilidad. De hecho, todos los estudios demuestran que estas pequeñas empresas están dispuestas a



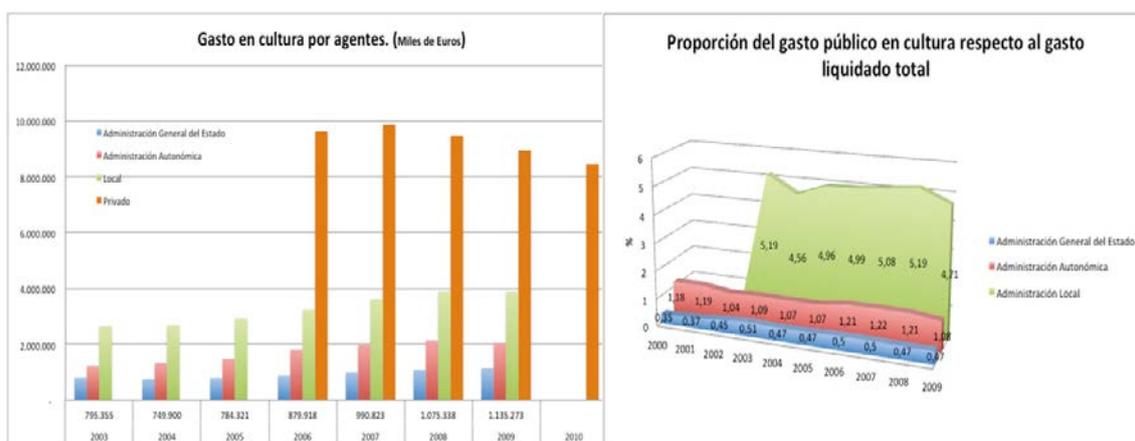
aceptar tasas de rentabilidad por debajo de la media de la economía, porque están interiorizando las compensaciones que genera trabajar en el sector de la cultura, lo cual según algunas investigaciones genera satisfacción. Incluso se estaría dispuesto a renunciar a parte del salario y de la tasa de rentabilidad por trabajar en el sector cultural. Una información, a mi juicio, totalmente incomprensible. Los gestores culturales, agentes intermediarios entre el ámbito de la creación, el mundo de la empresa y la demanda ciudadana, están muy por encima de la media de los demás trabajadores en cuando a formación (para el caso español), sus salarios están por debajo de esa media, sus modelos de trabajo son mucho más irregulares e inestables (están temporadas enteras sin trabajar, cuando lo hacen sus horarios son más incómodos...). A pesar de que las condiciones laborales son peores que la media de los demás trabajadores, su nivel de satisfacción laboral es mayor. Repito, incomprensible. Podría ser más o menos entendible el alto grado de satisfacción en el caso de los creadores, pues el arrebatado creativo que sigue a los momentos de inspiración suele producir altos grados de satisfacción y por este tipo de satisfacción se está dispuesto a ganar menos de lo que correspondería en base al nivel de formación y capacidad. Es difícil comprender por qué el que trabaja descargando mercancías en un teatro tiene un nivel de satisfacción laboral mayor que el que descarga en un puerto o por qué el administrativo de una editorial está más satisfecho allí que en un concesionario de coches, si bien es cierto que existe una cierta aura que hace que trabajar en el sector de la cultura merezca determinadas compensaciones. Así pues, lo que se busca con estos micro emprendimientos privados es mantener un cierto estilo de vida alrededor de la cultura.

Finalmente, existe un espacio intermedio que no es ni público ni privado y que correspondería al llamado Tercer Sector, donde encontramos, por un lado, el mecenazgo (compensaciones y ventajas fiscales a las empresas o individuos para que destinen recursos de sus tasas de beneficios o de su riqueza personal al ámbito cultural) y la filantropía (donde no es relevante la ventaja fiscal sino más bien el reconocimiento social por parte de la comunidad hacia las aportaciones del filántropo; en el ámbito latino esta práctica está menos extendida pero en el mundo anglosajón es muy habitual). Otros espacios emergentes son el crowdfunding (donde lo importante no son tanto los individuos o las corporaciones sino acciones colectivas de comunidades enteras que deciden aportar pequeñas cantidades para proyectos culturales, a través de las plataformas habilitadas para ello en Internet) y las contribuciones de la sociedad civil por medio de asociaciones y fundaciones en las que las personas aportan su tiempo, su dinero y sus recursos a cambio de la satisfacción que genera participar de la vida cultural de nuestra comunidad en diversos espacios colectivos.

La cuantía de estas inversiones, en cada uno de los tres ámbitos descritos, es diferente en cada país. Para el caso español podemos decir que el gobierno central gasta 1 (mil



millones de euros o un 0,47%), los gobiernos regionales gastan 2 (dos mil millones de euros o un 1,20%) y los gobiernos locales gastan 4 (cuatro mil millones de euros o un 4,70%). La demanda privada, es decir, el gasto particular de los individuos es de 8 (ocho mil millones de euros) y el aporte privado de individuos y corporaciones, gracias al funcionamiento de la Ley de Mecenazgo, es de 1 (mil millones de euros, de los cuales setecientos mil provienen del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y los otros trescientos mil del Impuesto sobre Sociedades, de manera que la proporción es de 7/3). Así puede observarse la importancia para cada ámbito de los recursos destinados a la cultura.



La inversión o gasto del Estado en cultura depende, en términos absolutos, de la riqueza de la nación; por tanto, la evolución del Producto Interior Bruto (PIB) del país tiene mucho que ver con el destino de recursos económicos públicos al sector cultural. Otro factor determinante es el conocimiento por parte del Estado de los efectos de la cultura sobre la arquitectura socio-económica de los espacios, donde no sólo importan ya las fachadas, sino también el diseño de interiores. Hasta hace muy poco la cultura se contemplaba desde una perspectiva ornamental en las políticas públicas, quedaba bien a afectos de imagen y daba un cierto caché, pero no se iba mucho más allá. Esta visión ahora está cambiando y se ha avanzado incluso un paso más, de manera que la política cultural de un territorio se convierte en una estrategia porque afecta a su competitividad a medio y largo plazo. Así, lo que se haga en política cultural afectará a la capacidad de carga de toda la arquitectura socio-económica del país. Si antes equivocarse era una mera cuestión estética, ahora es plenamente estructural y estratégica; afecta a la competitividad de los territorios y a la calidad de vida de sus individuos, por lo que los que se dedican a gestionar y a administrar cultura deben asumir unas cuotas mayores de responsabilidad.

Con una buena política cultural, se pueden conseguir tres tipos de objetivos:

- 1- Satisfacción de ciertos derechos culturales, como parte de los derechos humanos de los individuos en sus tres dimensiones, como núcleo intrínseco de la política cultural y obligación del Estado (en base a las normativas de los estados modernos):
 - a. derecho a ser, a pertenecer o a identificarse
 - b. derecho a expresarse, a emocionarse, a comunicar, a compartir a través de las distintas disciplinas artísticas y prácticas
 - c. a participar de la vida cultural de la comunidad
- 2- Objetivos económicos pero no sólo de renta y empleo, pues generar puestos de trabajo implica también mejorar el nivel y la calidad de vida de los ciudadanos, no sólo crear cuántos más mejor. De este modo, la cultura deja de ser un mero recurso instrumental dentro de las políticas públicas.
- 3- Objetivos simbólicos que podrían conseguirse a través de la cultura, tales como la consecución de la paz, igualdad de género, diversidad, etc. Lo cual no significa que las políticas culturales que se establezcan tengan algún efecto real sobre estas dimensiones, a pesar de que lo incluyamos en nuestros discursos.

En términos generales, las políticas públicas culturales son las más ineficaces y no suelen conseguir los objetivos que persiguen. En el marco europeo, se han implantado desde hace más de treinta años políticas culturales para el cine y apenas ha habido cambios significativos en todo este tiempo; las variaciones son mínimas. Poniendo un ejemplo muy claro: si una política pública se propusiera reducir el número de accidentes de tráfico y después de treinta años de propuestas no se consiguiera rebajar dicha cifra, alguien daría un toque de atención y dichas políticas serían analizadas y modificadas. Pero en el sector cultural somos muy poco críticos, cualquiera que sea nuestro ámbito de actuación. Repetimos clichés que ni siquiera son efectivos, pues sus grados de eficacia y eficiencia son muy bajos. En Europa las políticas culturales públicas son posiblemente las más regresivas fiscalmente, lo que significa que el dinero de los ciudadanos se reparte habitualmente entre la clase media o media-alta. Por tanto, la existencia de estos modelos teóricos no supone que las intervenciones concretas sean justificables. No es suficiente explicarlas desde el punto de vista discursivo, sino que deberían ser demostrables a efectos prácticos y reales. Nos estamos moviendo en un marco con una química muy inestable donde se combinan factores emocionales y sentimentales que condicionan altamente el espacio de desarrollo. No olvidemos que por cultura se mata y se inician guerras, por lo que hay que tener mucho cuidado con las estrategias y herramientas que utilizamos en un mundo que aún no sabemos bien como funciona.

Por todo ello, conocer los efectos e impactos de la evolución de la cultura en un territorio resulta un elemento esencial; y cuando los tengamos claros, les dedicaremos más o menos atención y estudios.

En modelos de democracia representativa, un factor importante de destino de recursos financieros a la cultura es la mayor o menor demanda por parte de los ciudadanos, que será atendida por los políticos en respuesta a sus necesidades. Además, estas inversiones, a pesar de los altos grados de ineficacia, ineficiencia y desigualdad que hemos comentado, son las más legitimadas por los ciudadanos, pues cuando se pregunta en las encuestas si se gastarían más dinero en cultura, incluso aquellos que no se benefician de los diversos servicios y productos culturales, dicen que sí, que estarían dispuestos a dar más dinero de sus impuestos para la cultura, disminuyendo el gasto en otros sectores como la defensa, por ejemplo, que es de los más impopulares.

Las políticas culturales públicas no están destinadas a los agentes culturales, a los profesionales de la cultura, sino a la ciudadanía, como todas las políticas públicas en general. Esto genera cierta confusión sobre sus objetivos. Los agentes culturales tratan de captar recursos financieros del Estado en su propio beneficio, de manera que cuanto más presión hagan tratando de resaltar la importancia de su sector, mayores podrán ser sus resultados. Así pues, los principales beneficiarios de las aportaciones económicas del Estado son los agentes culturales, en forma de subvenciones y otras ayudas, pero sus acciones tendrán efectos transformadores sobre la ciudadanía, siendo los ciudadanos los destinatarios finales de estas políticas públicas.

En lo que respecta al mecenazgo, cabe preguntarse si son tan importantes las ventajas fiscales como podría parecer en un primer momento. Pues bien, los estudios afirman que realmente no. Pueden ser importantes para las estrategias de las grandes corporaciones, que sí hacen procesos de optimización fiscal, pero para las donaciones de nivel intermedio no son muy relevantes. Por tanto, en el caso español (donde se está debatiendo una nueva Ley de Mecenazgo) tal vez no habría que poner demasiadas esperanzas en observar un cambio significativo en el caso de que se aumentase (como se está deliberando) el tipo impositivo. Una tasa fiscal del 50% significa que el ciudadano puede deducirse esa misma cantidad y en vez de pagar el 100% de sus impuestos, la mitad la dona a un fin cultural. Sin embargo, esto no es gratuito, pues la otra mitad restante que debe incorporarse a las arcas del Estado ha de pagarse entre el resto de la ciudadanía. Además, es la persona particular o corporación que hace la donación la que decide a que fin cultural se destinan esos fondos, en base a su propio criterio o interés. Mientras que si es el Estado el que determina en qué se invierte, posteriormente se le pueden exigir responsabilidades, lo cual resulta incluso más democrático.

La filantropía, en cambio, tiene que ver más con una cuestión cultural y parece que no funciona demasiado bien en los modelos latinos. Podría mejorarse el reconocimiento público y social, los discursos, las recepciones, etc. pero esto no garantiza que realmente se active el proceso y aún no hay información suficiente para saber qué medidas de intervención podrían mejorarlo, incrementando la filantropía.

La figura del crowdfunding en España está resultando bastante bien como modelo de micro mecenazgo de carácter democrático, pues no consiste en la aportación de una gran corporación, sino en pequeñas aportaciones de muchos individuos. Existen varias plataformas pero una sola de ellas, [Verkami](#), ha conseguido financiar 554 proyectos en los últimos dos años con un monto total de 2.200.000 euros, lo cual es muy significativo. Dicha plataforma ha puesto todos los datos a disposición de los usuarios.

NOMBRE	AÑO DE INICIO	MEDES DE PROYECTOS POR MES	MEDES DE COSTE	RATIO DE ÉXITO	PORCENTAJE PARA PLATAFORMA	MEDES DE DONACIÓN	MÁS PRODUCIDOS	NACIONALIDAD
Goteo	2010	8	5.000€	55%	8%	50€	Música y ecología	ESP
Verkami	2010	100	3.700€	73%	5%	25€	Música y audiovisuales	ESP
Kickstarter	2009	2.200	4.500\$	44%	5% (+2% en marzo)	25\$/20€	Música y cine	EEUU
Hot Cinema	2009	1 (en total)	800.000€			7€ crowd 300€ inversión	Cine	ESP
Lánzanos	2010	50	3.000€	60%	5% (proyectos solidarios 12%)	20€	Cine y audiovisuales, Arte, artefactos	ESP

En el tema de las microdonaciones sí podría ser importante la desgravación fiscal, lo que ocurre es que aún está por regular y existen bastantes dudas al respecto. Hay que articularlo, pero puede ser un campo emergente de gran importancia en el ámbito la financiación de la cultura.

La actuación del capital privado depende de varios factores, uno de ellos es la tasa de rentabilidad. Hay muchas actividades culturales que tienen tasas de rentabilidad muy elevadas (producción audiovisual, sagas literarias de gran éxito...) porque al final son rentas de monopolio. El problema radica en que el sector está muy polarizado, unas tasas son muy altas y otras demasiado bajas, dejando la tasa media por debajo de la media de la economía. El éxito de estos bienes de monopolio depende de la solvencia de la demanda, es decir, de que haya personas dispuestas a pagar por ellos, lo que constituye también un espacio emergente porque se va a pasar de los actuales cuatrocientos millones de clase media en todo el mundo a más de mil trescientos millones en los próximos diez años; lo cual, para América Latina es especialmente relevante. La demanda privada depende a su vez de los bienes de renta y formación, mientras la demanda del capital privado "k" de las pequeñas empresas culturales, además de los niveles de formación, necesita que se den una serie de condiciones que fomenten el emprendimiento.

Pero ¿qué es el emprendimiento cultural? Haciendo algo de historia, hubo un tiempo en que a los emprendedores se les llamaba capitalistas y eran considerados "malos" porque se apropiaban del valor de la plusvalía del trabajo. Esto cambia en los años treinta y cuarenta cuando el economista austriaco [Joseph Alois Schumpeter](#) afirma que "el emprendedor es el motor de la historia, el productor de los cambios sociales en el ámbito económico". La figura de Schumpeter no deja de tener cierta controversia porque como economista se encargó de gestionar la fortuna de su esposa y la acabó

arruinando, después se convirtió en Ministro de Economía en Austria y malogró las finanzas del país y finalmente terminó como docente en una prestigiosa universidad americana. Todo ello demuestra que se puede ser un economista influyente sin ser realmente un buen gestor financiero. En esta época, la figura del emprendedor se realiza a través de la llamada destrucción creativa según la cual ciertos personajes, del estilo de Henry Ford, son capaces de vislumbrar e intuir dónde está la ruptura. Desde la II Guerra Mundial, sin embargo, el empresario es prácticamente un funcionario, dado que la evolución es favorable y que se convierte en un mero tecnócrata dedicado a gestionar capital y trabajo, perdiéndose esa aura de héroe social de la que gozaba anteriormente. Con la crisis de los años setenta empiezan a surgir nuevos discursos, una cierta literatura positiva en torno al emprendimiento, que da lugar a los llamados emprendedores de garaje (Bill Gates, Steve Jobs...). Esta nueva clase creativa, innovadora, visionaria y cosmopolita, se dedica a viajar alrededor del mundo en busca de talento y se mueve en un entorno tecnológico que le da cierto glamour. Los estudios dicen que en Europa esta clase creativa es menos móvil que en América y tiende a regresar con mayor celeridad a su lugar de origen y a acortar sus viajes.

También existe una postura crítica que postula que esta no es más que una nueva estrategia del Neoliberalismo y que, en realidad, de lo que estamos hablando es de situaciones de autoexplotación donde al final son las grandes corporaciones las que se quedan con la plusvalía del capital cognitivo. Personas que se autoexplotan con jornadas laborales de dieciséis horas y que generan procesos de valor económico que se capitalizan en otros ámbitos.

Ciñéndonos al ámbito del emprendimiento en materia cultural se dan tres perfiles:

- El artista como emprendedor cultural: el creador, cuyo objetivo principal es construir su propia carrera artística, por lo que prima la autonomía artística por encima del éxito profesional, en sentido empresarial. Mientras produce bienes y servicios culturales, vive o malvive llevando a cabo otros trabajos remunerados, dentro y fuera de su sector. Este tipo de emprendimiento necesita poco capital financiero porque lo que está capitalizando realmente es su propio capital social, cultural y simbólico, es decir, su capital creativo y artístico.
- El falso emprendedor: no es realmente un emprendedor a pesar de que se haya tenido que convertir. Es un personaje que quiere vivir en el mundo de la cultura y no le queda más remedio que autoemplearse para ello, aunque realmente preferiría ser un asalariado estable y no disponer de esta autonomía. Si bien, como sabemos, el sector cultural genera espacios inestables de alta volatilidad, con contratos por proyectos, etc. Su emprendimiento es fruto de la necesidad y de la imposibilidad de establecer relaciones laborales normalizadas con las organizaciones culturales.

- El verdadero emprendedor cultural: es el gestor cultural, aquel que combina capacidades y habilidades en el ámbito de la creación y la producción, pero también en el ámbito de la gestión. Es el intermediario inteligente, el mediador entre el mundo de la creación, el mundo de la demanda ciudadana y el mundo corporativo y burocrático.

El emprendimiento depende, a su vez, de una serie de factores condicionantes. Por un lado está el marco regulador que establece la dificultad o facilidad para crear unidades económicas en torno a la cultura. Como ejemplo, podría señalarse que crear una empresa en Inglaterra a través de Internet tarda poco menos de veinticuatro horas y tiene un coste de sesenta y cuatro libras. Este mismo proceso en España no bajaría de los cuatro o cinco meses y sería bastante más caro, lo cual demuestra que los marcos reguladores de cada país afectan notablemente al sector y no sólo a su capacidad para entrar en él sino también para salir, pues dejar de ser emprendedor también es un factor que afecta a los procesos de emprendimiento.

Por otra parte, la tecnología está reduciendo de manera exponencial los costes de creación, producción, distribución y gestión del emprendimiento cultural.

Las capacidades emprendedoras son también un factor destacado que condicionan el emprendimiento; sin embargo, algunos estudios recientes muestran que no hay que exagerar con ellas y que no son tan relevantes, pues al analizar la innovación a nivel cultural se observa que las mejores empresas son aquellas que no tienen excesiva capacitación empresarial, deben tener un cierto nivel, por supuesto, pero no es necesario ceñirse tan exhaustivamente al plan de negocio. De igual forma son menos innovadoras aquellas empresas en las que el nivel de formación es muy elevado, pues tener tres maestrías no hace ser más creativo.

Otro elemento importante es la cultura del emprendimiento, que en España está empezando a mejorar pero que es una de nuestras asignaturas pendientes, pues cuando se pregunta entre los jóvenes licenciados cual es su objetivo laboral ideal, el 60% contestan que ser funcionarios, mientras en Estados Unidos, por ejemplo, el 70% contestarían que aspiran a ser empresarios. Así se observa que su cultura de emprendimiento es mucho mayor y se mueven en un entorno más propicio para ello.

La financiación es un agente destacado, pero no un cuello de botella definitivo, porque las empresas culturales no requieren excesiva financiación (comparada con la media) En Francia, por ejemplo, el capital inicial para crear una empresa está en 65.000 euros, mientras que si la empresa es cultural, ronda los 7.000 euros. Además, la tasa de supervivencia de las empresas culturales francesas es mayor que la media para el resto de sectores: mientras las demás están por debajo de dos años y medio, las del ámbito cultural se sitúan en esos dos años y medio o un poco por encima.

Y por último estarían las condiciones del mercado, es decir, que exista una demanda solvente además de porosa y permeable a la innovación, pues estamos generando

productos que son bienes y servicios culturales de experiencia, no repetidos, de manera que el que los demanda debe tener una cierta propensión a la innovación.

Ser un emprendedor cultural significa ser propietario de la organización que, en esencia, crea valor económico, así como asumir los riesgos e incertidumbres de los resultados de los proyectos culturales, que deben ser capaces de desarrollar. Al mismo tiempo, un emprendedor debe ser un visionario para detectar nuevas oportunidades, tanto desde la perspectiva del valor como de los contenidos.

Los trabajadores del sector cultural tienen una serie de habilidades y capacidades diferenciales sobre el resto. Esto se ha comprobado a través de una serie de encuestas realizadas en Europa entre más de cincuenta mil egresados o licenciados a los que, pasados cuatro o cinco años de la finalización de sus estudios, se les ha preguntado en qué estaban trabajando. Tras filtrar los datos relacionados con el sector cultural, efectivamente se han localizado unas habilidades y capacidades preponderantes que diferencian a estos trabajadores:

- 1- Habilidad para encontrar nuevas ideas y soluciones (capacidad de innovación).
- 2- Uso de nuevas tecnologías.
- 3- Conocimiento de otras áreas y disciplinas (visión global o de conjunto).

Algunas más se encuentran en la media, pero existen también otras tres diferenciales (negativas) de las que los trabajadores culturales adolecen:

- 1- Uso eficiente del tiempo.
- 2- El pensamiento analítico.
- 3- La capacidad para hacerse entender.

El sector cultural está ampliamente polarizado y existen gran cantidad de empresas pequeñas que facturan muy poco y unas pocas empresas grandes que facturan mucho. Esta es una debilidad estructural del propio sector.

Desde el punto de vista de los procesos de emprendimiento, una primera fase es, efectivamente, crear bienes y servicios culturales, pero una segunda fase de las políticas de promoción del emprendimiento cultural debe ser consolidar estas empresas en un segundo escalón, es decir, que no se queden en uno o ningún trabajador y sean capaces de afianzar estructuras con al menos diez o quince trabajadores.

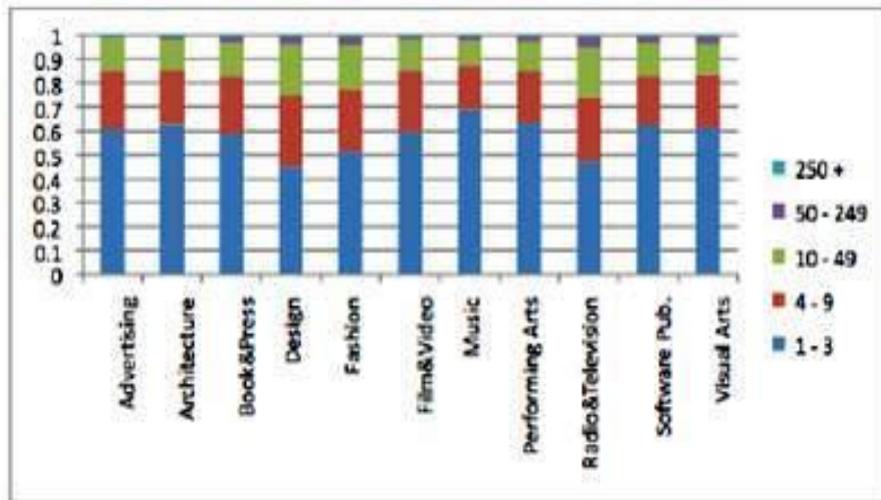


Figure 2: Size of enterprises by sector across CCIIs
(Source: Eurokleis 2009)⁷³

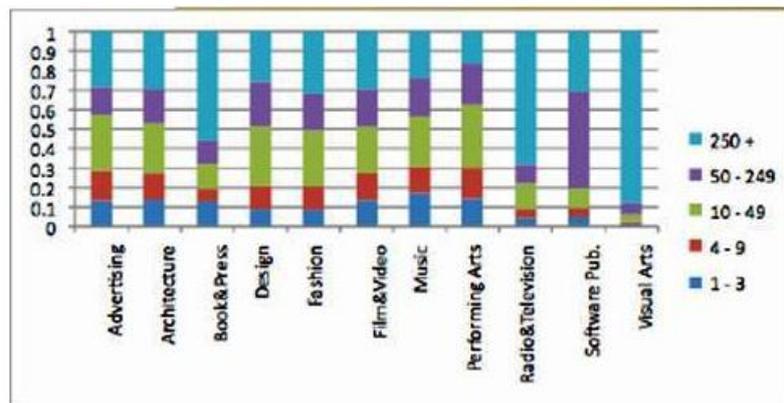


Figure 3: Distribution of Total Turnover among Industries per size class of enterprise
(Source: Eurokleis 2009)

Las diferencias de financiación entre empresas culturales no son muy elevadas con respecto a los demás tipos de empresas. Para el caso francés, por ejemplo, los recursos al crédito bancario son del 27% para empresas culturales y del 19% para las demás; los recursos a fondos personales, 60% en el resto de empresas y 66% para las culturales; los recursos a capital externo (inversiones externas) un 9% en las empresas culturales y un 10% en las demás, prácticamente en la media; los recursos de asistencia pública y subvenciones tampoco muestran grandes diferencias pues estamos hablando de algo más de un 29% para la media de las empresas no culturales y un 36% para las culturales, de manera que la idea generalizada que existe sobre que la mayoría de las

empresas culturales están subvencionadas no se cumple en el caso de Francia y podría darse también esta situación en otros países.

Recientes estudios sobre la importancia de la cultura, que estamos realizando para el ámbito de doscientas cincuenta y cuatro regiones europeas y tal como se presenta el estado de la cuestión, nos revelan que el factor más importante para explicar la diferencia de renta per cápita entre regiones europeas, en estos momentos, es la cantidad de personas que hay trabajando en el sector cultural.

Esto significa que una variación del 1% en la cantidad de trabajadores en el sector cultural implica una renta per cápita de entre 1.000 y 1.600 euros más en las regiones europeas (1.400 euros en el caso concreto de España), tomando como renta media unos 30.000 euros. Además hay una relación causal (que no una co-relación) entre riqueza y ocupación laboral en el mundo de la cultura: es una espiral que se retroalimenta. Sin embargo, no se saben los motivos exactos del porqué de esta situación y del origen de esta relación causal. Para el caso español, lo que implica a niveles prácticos es que un madrileño es 10.000 euros más rico que un valenciano.

Así pues, la ocupación laboral en cultura no es un factor más para explicar la diferenciación de renta, sino que es el mejor factor para explicarla. Una región con más trabajadores culturales atrae más turismo porque la región resulta más atractiva para el público y, al mismo tiempo, incrementa su productividad debido al modelo de especialización y a la provisión de inputs creativos porque en Europa los sectores culturales son más productivos que la media de la economía.

Más trabajadores culturales = ↑ Turismo ↑ Inversiones ↑ Trabajadores Culturales

Utilizamos la cultura como oferta complementaria al turismo (lo cual crea menor valor añadido), cuando debería ser al revés: habría que generar condiciones para mejorar los distintos sectores culturales y si gracias a ello vienen turista capitalizarlos.

Hay distintas hipótesis de por qué sucede esto, si bien está generalizado el argumento de que la cultura es un espacio amable de creación de capital social que después se materializa en otros ámbitos (economía, política, sociedad...). Sin embargo, la explicación más global es aquella que defienden recientemente algunos autores australianos que nos indica que los sectores culturales y creativos son la base sustancial de la capacidad de innovación del territorio; por tanto, aquellos que tienen más base tienen mayor capacidad de innovación.

Desde la [Universidad de Valencia](#) tratamos de analizar qué efectos tiene el sector cultural y creativo sobre otros ámbitos de la innovación, lo cual depende en gran medida de la clase creativa. Su composición se vincula, a su vez, a otros factores como el modelo de urbanización, los niveles de formación y la existencia de universidades (y no me refiero a alumnado formado, sino a personas que estén en la universidad). Así pues, la variable relevante es cuánta proporción de personas está en esos momentos

estudiando en las universidades. La clase creativa se dedica a producir bienes y servicios culturales pero también a desarrollar activismo cultural. Los mismos que crean esos bienes y servicios culturales para el mercado están también generando bienes y servicios culturales en el espacio social en entornos de no-mercado. Pero además, son también los mismos activistas sociales los que están demandando cambios y transformaciones sociales y políticas. Así pues, tener una mayor clase creativa también va a significar tener mayor innovación en el ámbito social, económico y político.

A modo de conclusiones cabría decir que:

- 1) Hay que reconocer el carácter estratégico de la cultura pero sin exagerar. No se puede argumentar cualquier cosa: no todas las intervenciones en cultura satisfacen los derechos culturales, ni generan impacto económico; la mayoría no lo hacen, por mucho que lo repitamos. Las exageraciones en este sentido sólo nos hacen daño y el efecto Guggenheim es absolutamente excepcional.
- 2) Hay que rediseñar los derechos de apropiación del valor económico de la cultura reconociendo que ya no podemos basarnos en el modelo tradicional de derechos de autor porque el valor económico es un proceso de construcción social no tanto de capacidad creativa o talento.
- 3) Hay que simplificar el ámbito del emprendimiento, reduciendo las barreras de entrada y salida y toda la burocracia, tanto en el desempeño profesional de actividades creativas, como en el uso de las infraestructuras, los espacios públicos, la creación de organizaciones, las cuestiones fiscales, la iniciativa empresarial, etc. Todo lo que podamos eliminar, eliminémoslo ya, porque estos procesos agotan demasiadas energías.

Igualmente y en el mismo sentido serían necesarias una serie de medidas como :

- ✓ Crear entornos en los que la flexibilidad laboral no signifique precariedad absoluta y haya altos grados de movilidad. En el ámbito del conocimiento esto se ha resuelto con las universidades. Uno puede innovar y arriesgar en el ámbito académico porque se dispone de la tranquilidad de saber que a final de mes va a percibir un sueldo.
- ✓ Apoyar la democratización de la innovación creativa a través de la alfabetización digital y la generación de espacios de creación y emprendimiento.
- ✓ Extender la microfinanciación, regulación y apoyo al crowdfunding.
- ✓ Reorientar la política cultural desde la exhibición y distribución hacia la creación y la producción.
- ✓ Incorporar el conocimiento en la formulación de las políticas públicas en todas las etapas de diseño, implementación y evaluación de los resultados.
- ✓ Asumir responsabilidad y transparencia.

ALIANZAS DE LA CULTURA CON OTROS SECTORES DE ACTIVIDAD: EL CASO DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

DORA ARÍZAGA

Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural

1. Introducción

De todos es conocido que la cultura es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo y para el ejercicio de derechos. Sin duda, las múltiples reflexiones provenientes de diferentes actores, en especial del mundo académico, de organismos internacionales vinculados con la cultura, de los sectores y niveles de Gobierno y de grupos sociales y culturales diversos, han abonado que podamos contar con la necesaria meditación, literatura, acuerdos y resoluciones. Estas han incidido notablemente en la generación de políticas públicas en el mundo y en especial en América Latina y en particular en Ecuador y han permitido superar viejas visiones vinculadas al Consenso de Washington²², que priorizaron el crecimiento económico, basado fundamentalmente en el mercado, y en las que la posibilidad de invertir en cultura fue prácticamente invisibilizada, al igual que la consideración de que ésta fuera una dimensión del desarrollo.

Los retos actuales se sitúan en conseguir la democratización de la cultura a través del ejercicio pleno de los derechos culturales, de la profundización en la interculturalidad, de las acciones de inclusión y de participación ciudadana y en establecer lo multidimensional de la cultura; también en incidir en cómo la cultura, bajo un enfoque sistémico, se relaciona con la economía, con el ambiente, con el territorio, con lo social; en suma, cómo se consigue que la cultura se convierta en un verdadero eje estratégico del desarrollo.

En el camino para avanzar en lo anotado, una de las preocupaciones ha sido la de la gobernanza y la gestión de la cultura y la búsqueda de su concreción y de la implementación de las políticas públicas que permeen a los territorios. En este sentido, se viene trabajando intensamente en la relación pública-privada, a través de la participación efectiva de los diferentes actores comunitarios y formas organizativas de

²² Consenso de Washington (conferencia realizada por el Institute for International Economy, 1989) resumida en: disciplina fiscal, (déficit presupuestario reducido para no tener que financiarlo con impuesto a inflación); prioridad en gasto público en áreas que generen altos rendimientos económicos y mejorar la distribución de ingresos (atención primaria: salud, educación básica e infraestructura); reforma tributaria (ampliación base y recorte tasas impositivas marginales); liberalización financiera (tasas de interés determinadas por mercado); tipos de cambio único y competitivos (crecimiento acelerado de exportaciones); liberalización del comercio (sustitución restricciones cuantitativas por aranceles, hasta alcanzar niveles mínimos uniformes entre 10% y 20%); inversión extranjera directa (supresión de barreras a entrada empresas foráneas); privatización de empresas estatales; desreglamentación (participación de nuevas empresas y ampliar competencia) y garantía de derechos de propiedad a bajo costo (accesibles a todos los sectores sociales, incluso el informal) (Achion y Williamson 1998).

las culturas locales y de los diversos niveles de gobierno, sean estos locales, regionales o nacionales.

Se han experimentado múltiples formas de participación y existen suficientes normas y base legal que reconocen y legitiman la presencia de los diversos actores locales como coparticipes fundamentales de la gestión y veedores de su cumplimiento. Una de las líneas en que recurrentemente se coincide y se destaca es contar con alianzas para la cooperación, reconocida en la Carta Iberoamericana de la Cultura, documento que se cita como referencia debido a la importancia política que tiene, en la medida en que fue suscrito por la mayoría de los Presidentes de los países latinoamericanos en la IX Conferencia de Cultura, en la ciudad de Montevideo (Uruguay) en el año 2006.

Otro instrumento también importante y que sirve de referencia sobre todo para los gobiernos locales es la [Agenda 21 de la Cultura](#)²³, aprobada en Barcelona en el año 2004 al amparo del primer Foro Universal de las Culturas y adoptado por la [Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales del Mundo](#) (CGLU)²⁴; en ambos instrumentos se coincide en la necesidad prioritaria de buscar nuevas formas de cooperación y de integración cultural que permitan el desarrollo de políticas públicas y la consolidación de, como diría Rivas, en su artículo: Geografía y geopolítica de la Carta Cultural Latinoamericana, "...grandes acuerdos del Estado para el desarrollo y fomento de la cultura, que no estén sometidos a los tiempos y cambios en la naturaleza programática de los poderes ejecutivos. Es decir, se requiere contar con instrumentos de largo aliento, que cuenten con compromisos políticos, programáticos y financieros a largo plazo", (Rivas, P. 2010). En definitiva, se trata de pensar uniones duraderas, grandes iniciativas culturales, perdurables, pertinentes y eficaces (Lagos. 2008).

Vinculado a lo anterior y como una necesidad para una mejor comprensión del sector, está la consideración de la relación de la cultura con la economía, entendida como generadora de riqueza y parte sustancial del desarrollo, tal como lo anota el Informe de la Comisión mundial de Cultura y Desarrollo en el año 1997 en el que dice que: "...es inútil hablar de la cultura y el desarrollo como si fueran dos cosas separadas, cuando en realidad el desarrollo y la economía son elementos o aspectos de la cultura de un pueblo. La cultura no es pues un instrumento del progreso material; es el fin y el objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de la realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud"²⁵.

De hecho, estudios realizados por cada país y organismos internacionales multilaterales como la Organización de los Estados Americanos (OEA) dan cuenta con

²³ "Agenda 21 de la Cultura es el primer documento que apuesta por establecer las bases de un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural. Su principal virtud es relacionar cultura con derechos humanos, desarrollo y gobernanza. La agenda 21 considera a la cultura no como un instrumento, sino como una dimensión del desarrollo" (Alcaraz, María Victoria. 2011).

²⁴ La Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales del Mundo (CGLU) es una entidad con más de un millar de miembros que "...fomenta la autonomía local y el buen gobierno, así como abogar por una mayor presencia de las ciudades y gobiernos nacionales en los programas y agencias de Naciones Unidas" (Alcaraz, María Victoria. 2011).

²⁵ Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. "Nuestra diversidad creativa". Ediciones. UNESCO S.M. 1997.

datos sobre los aportes de la cultura al PIB²⁶ a través de las industrias culturales, el turismo y el ocio vinculados con el Patrimonio Cultural y los aportes de las entidades de investigación científica y tecnológica que, entre otros sectores, contribuyen visiblemente a las economías de los países, aunque los beneficios sociales y culturales aún no están debidamente estudiados.

De la misma manera, otra relación fundamental con la cultura y que no puede ser abstraída, es la dimensión territorial; ésta representa un aspecto fundamental de las alianzas, pues en el territorio se concretan muchas de las realizaciones y manifestaciones culturales del pasado y del presente, manifestadas a través del Patrimonio material e inmaterial, que permiten la continuidad histórica e interactiva de los habitantes con su territorio, así como el uso de los espacios públicos en una relación de convivencia y de creatividad y de los equipamientos culturales, que ofertan bienes y servicios y difunden la cultura y la tecnología. Por todo ello se insiste en que en la planificación urbana se consideren los aspectos anotados y se incluyan la cooperación local e intermunicipal para concretar la descentralización de las políticas y conseguir recursos destinados al área cultural.

Este pequeño preámbulo sirve como marco conceptual para tratar el tema de la ponencia sobre el financiamiento para el Centro Histórico de Quito, entendido como una alianza necesaria. Aunque es creciente el reconocimiento de la inmensa y rica diversidad cultural de nuestros pueblos y ha cambiado la percepción de la inversión en cultura, pasando de ser un gasto suntuario y antieconómico a considerarse como generadora de beneficios e impactos positivos en la comunidad como portadora de cohesión social entendida desde una perspectiva ética de bienestar colectivo, en la práctica las asignaciones presupuestarias que los gobiernos fijan para el sector de la cultura vía presupuesto aún son insignificantes y, muchas veces, apenas cubren los costos operativos de los entes responsables de la gestión.

Por ello, tratar los temas sobre el financiamiento de la cultura es una prioridad insoslayable y se convierte en un aspecto clave para la concreción de las políticas públicas; abordar su complejidad y sus dificultades obliga también a conocer soluciones asumidas e implantadas en escenarios y realidades similares y comunes. Profundizar en aspectos del manejo de instrumentos, mecanismos y herramientas ayudará a ampliar el espectro de posibilidades y alternativas de soluciones que propiciarán la mejora de la gestión de la cultura. En este contexto, el *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura: una responsabilidad compartida entre el sector público y privado* representa una extraordinaria oportunidad para el intercambio de experiencias y construcción de acuerdos y consensos entre los actores participantes.

²⁶ Entre el 1 y el 7% del PIB, según el país estudiado. Organización de los Estados Americanos. Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI). II Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura 17 y 18 de junio de 2004 Washington D.C.

La experiencia realizada en el Centro Histórico de Quito, iniciada en el año 1987, se enmarca en un ejemplo de articulación multidimensional de la cultura con otros sectores, desde la planificación urbana, hasta el desarrollo de actividades vinculadas con la producción artística, generación de empleo, soluciones de vivienda, cultura, turismo, ocio, educación, políticas de vivienda y búsqueda de fuentes financieras para acometer programas y proyectos orientados a recuperar esa centralidad histórica.

2. El financiamiento para las acciones de recuperación del Centro Histórico de Quito

Aunque el tema central de este *Encuentro Iberoamericano* es el financiamiento de la cultura, al abordar la experiencia de recuperación del Centro Histórico de la ciudad de Quito es importante indicar que este es el resultado de un proceso sostenido, que inicia sus acciones en 1987 luego de un terremoto y cuya recuperación ha demandado esfuerzos en diferentes líneas, en las que sin duda el financiamiento ha sido crucial, pero no exclusivo ya que los “efectos no pueden ser medidos solamente en términos monetarios, pues su dinámica trasciende lo social, político y cultural” (Samaniego, 2007).

Además, hay que advertir que al financiamiento le acompaña una serie de instrumentos para la gestión, de personal capacitado, de una legislación adecuada y de una gran voluntad política, aspectos que son un todo y sin los cuales difícilmente se pueden cumplir objetivos y garantizar la permanencia del proceso y la sustentabilidad de las acciones.

Las intervenciones se concentraron en el área delimitada como Centro Histórico de Quito²⁷ que, junto con Cracovia, en 1978 fueron reconocidas como las primeras ciudades Patrimonio de la Humanidad. En esta área, según el censo de población y vivienda (2001), la población residente era de 50.000 habitantes²⁸, con índices de pobreza del 53,8%; aunque por su centralidad, en la actualidad continúan acudiendo diariamente cerca de 300.000 personas, atraídas entre otras actividades por el comercio, la Administración Pública y la educación y porque es el principal sitio de visita de propios y extraños: en el 2008 la visitaron cerca de 430.000 turistas.

El proceso de recuperación, en un lapso de veinticinco años de acciones permanentes, ha tenido que ver con los problemas vinculados con la calidad de vida, degradación del medio ambiente, desarticulación cultural, desvalorización del suelo y valor inmobiliario y de funcionalidad, ahondados por la carencia de recursos e incentivos para la realización de inversiones en el área, la falta de conciencia y valoración de la comunidad sobre los valores del Patrimonio Cultural y por las amenazas y riesgos naturales (sismicidad²⁹, vulcanismo, deslaves, entre otros). Todo esto enmarcado en

²⁷ El área de protección es de 376 hectáreas (correspondiente al 1,97 % de la ciudad) y cuenta con cinco mil inmuebles registrados de propiedad pública y privada.

²⁸ El Centro viene perdiendo población desde hace décadas: de 80.000 habitantes identificados en 1990, momento en que se hacen los estudios sobre el Plan Maestro, a 50.000 del censo en el 2001.

²⁹ Último sismo en marzo de 1987.

una propuesta general de ordenamiento del territorio y de gobierno local para la ciudad de Quito, en la que se plantea como objetivo principal el revertir el proceso de deterioro de esta área de la ciudad.

Estructura de financiamiento.

El financiamiento del proceso de recuperación del Centro Histórico de Quito, corresponde fundamentalmente a tres instituciones: el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL), la Administración de la zona centro y la Empresa de Centro Histórico (ECH), que conforman el mapa administrativo para el sector. Estas entidades en su actuación se complementan, pero en su financiamiento, al contar con fuentes financieras diferentes, funcionan como sistemas autónomos e independientes. De los datos contabilizados en un período de cuatro años (2000-2004) se desprende que la cuantía de la financiación asciende a 125 millones de dólares, con un promedio de 30 millones anuales, de los cuales la partida más importante (58%) proviene del FONSAL, seguida por la Empresa del Centro Histórico (30%) y la inversión de la administración de la zona centro, aproximadamente del 2% (Samaniego, Ponce Pablo: Estudio sobre financiamiento de centros históricos, 2007).

En los valores anotados no se incluyen otras partidas que provienen esporádicamente - a excepción del aseo -, de las empresas municipales de servicios básicos: vialidad, transporte, agua, alcantarillado, iluminación, etc. que atienden a las demandas específicas de las administraciones zonales en sus respectivas áreas de competencias.

El Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural.

Contar con recursos financieros permanentes se constituyó en uno de los factores de mayor importancia para la ejecución de programas y proyectos de recuperación y desarrollo del Centro Histórico. En este marco, el papel estelar lo tuvo la creación del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, establecido por Ley, luego del terremoto del año 1987, que afectara en gran parte al Patrimonio edificado de esta ciudad.

Este Fondo se nutría del 6% del impuesto a la renta recuperado en la jurisdicción del Cantón Quito³⁰ y de las tasas municipales del 3% sobre los espectáculos públicos que se realizaran en la ciudad, así como también de lo que se recuperaba como multa de las transgresiones acaecidas en el Centro Histórico, que en promedio ascendía a tres millones de dólares anuales.

Su administración dependía de un Directorio presidido por el Alcalde de la ciudad, el Director del INPC y el Presidente de la Casa de la Cultura y para su ejecución se creó una unidad técnica administrativa adscrita a la Alcaldía. Las acciones, en su inicio (1988-1992), tuvieron directa relación con la atención de emergencia de los daños

³⁰ Este Fondo que en un inicio fue creado solo para Quito, en el año 1988 se extendió a todo el país. El Congreso de la República reformó a la Ley de Control Tributario y Financiero y se amplía el Fondo para el territorio nacional al completo, bajo la misma figura de que el 6% del impuesto a la renta proveniente de la jurisdicción local sea asignado para el Fondo de Salvamento de la localidad.

ocasionados por el terremoto de marzo de 1987, con la recuperación de las estructuras afectadas y, paralelamente a éstas, con la construcción de las bases para la gestión de proyectos de desarrollo social, cultural, productivos y de financiamiento, entre otros.

La estructura de financiamiento de la institución dependía en un altísimo porcentaje de las transferencias del impuesto a la renta, que variaban con base a la política de recaudación impuesta por el gobierno nacional y a las que se sumaban las provenientes de las tasas municipales y, en menor porcentaje, las que correspondían a las donaciones de gobiernos amigos y las extraordinarias obtenidas de créditos internos del Banco Ecuatoriano de Desarrollo (BEDE).

La presencia de esta institución, como se anotó, ha tenido un peso gravitacional en el aporte de los recursos que se destinaban a la intervención del Centro Histórico. Como ejemplo se indican los recursos asignados en los años 2006 y 2007, que ascendieron a 58.000.000 de dólares americanos, de los cuales 23.000.000 corresponden al año 2006 y 35.000.000 al año 2007.

El énfasis de la inversión correspondió en un 55% a la dotación de equipamiento e infraestructura, mejoramiento del espacio público (aceras, calzadas y plazas) y el 45% a restauración arquitectónica y artística.

Esta figura administrativa fue reformada en el año 2010 debido a que el gobierno actual, dentro de las políticas de reformas tributariasⁱ, eliminó la figura de preasignación, aunque los recursos que recibían las municipalidades para este efecto no se perdieron; sin embargo se contabilizan en los montos globales que el gobierno central entrega en los presupuestos a los gobiernos autónomos descentralizados.

El FONSAL fue transformado en el actual [Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural del Distrito Metropolitano de Quito](#) (IMPQ)ⁱⁱ y forma parte del orgánico funcional de la Municipalidad, adscrita a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Las funciones son las mismas que ejecutó en sus veintitrés años de vida el FONSAL, manteniendo su autonomía administrativa y financiera; los recursos son entregados por el Municipio en los montos que la administración municipal considera necesarios y oportunos.

Administración zonal para el Centro.

Esta es una dependencia administrativa creada para la gestión del Centro en el año 1993 y que surge como respuesta a la implantación de políticas de desconcentración municipal³¹; su función es la aplicación en el territorio de las líneas marcadas en las

³¹ Ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador, suplemento del Registro Oficial 242 de 29 de diciembre de 2007, artículo 104.

³² La Resolución Administrativa número 0040 de la Alcaldía de Quito, del 28 de diciembre del 2010, oficializó la creación del Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural, Institución municipal que se encargará de cuidar, preservar y difundir el Patrimonio Histórico de la ciudad.

³³ Modelo de gestión desconcentrada que impulsa la Municipalidad con base a la creación de administraciones zonales en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

propuestas del Plan de Desarrollo del Distrito Metropolitano y en las del Plan Maestro de Conservación y Desarrollo del Centro Histórico, así como ejercer el control, regulación y promoción de la participación ciudadana y vecinal.

El financiamiento con el que cuenta proviene de las transferencias que realiza la administración central del Municipio de Quito, a través del presupuesto para su funcionamiento (gasto corriente) y para acciones específicas (programas y proyectos). La asignación para el año 2012 ha sido de 6.421.890,64 dólares.

En su fase de arranque (período 1999-2002) recibió una importante donación de la Unión Europea por un valor de 3,5 millones de dólares con el fin de implantar políticas de carácter social en el Centro y se complementó en el año 2003 con un aporte de 978.000 euros de la ONG italiana [COSPE](#) para concluir algunos proyectos iniciados por la Unión Europea.

La fuerza de la inversión se concentró en proyectos de inclusión social y de participación vecinal, con grupos vulnerables: niños, jóvenes, mujeres y adulto mayor, en los campos de la salud, el ambiente, el género y la familia, la educación y la generación de empleo. Entre los proyectos importantes que mantiene esta administración destaca la recuperación del espacio público del Centro a través de la peatonalización, realizada todos los días domingos, usando como escenarios las plazas y el espacio público y contando con la participación de artistas con espectáculos gratuitos³².

Empresa del Centro Histórico

Continuando con el fortalecimiento institucional y con un nuevo modelo de gestión complementario a los anotados, se creó en el año 1994 la [Empresa del Centro Histórico](#), con la participación de capital público y privado. Esta nueva institución administró el crédito internacional del BID por 52 millones de dólares³³, obtenido para el desarrollo de proyectos que buscaran rentabilidad financiera y económica, tales como estacionamientos, vivienda, equipamiento, desarrollo social, reubicación de ambulantes y oportunidades financieras, entre otras.

Acompañaron al proceso de recuperación física un programa relacionado con la generación de actividades culturales que involucraba a la comunidad en el conocimiento del Centro Histórico, con su uso y disfrute a través de paseos y rutas culturales y otros de promoción internacional de la ciudad con la conmemoración de Quito Patrimonio de la Humanidad en el año 2003 y la declaración de Quito como Capital Iberoamericana de la Cultura.

³² De un estudio de evaluación sobre el programa realizado en el año 2004, para un periodo de funcionamiento de tres años, se tiene que: en 157 domingos se celebraron 2.524 eventos, se presentaron 4.956 artistas, 10.000 ciudadanos visitaron museos y usaron el centro. El 79% de la población encuestada calificó esta actuación de exitosa y de alternativa recreacional. Lo apoyan porque disfrutaban del programa con tranquilidad, ausencia de contaminación y porque se promociona al arte (danza, teatro, pintura, títeres, etc.).

³³ Préstamo otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 1996, compuesto por 41 millones de dólares y 10 millones como contraparte y aporte del gobierno nacional.

Esta entidad, al igual que el FONSAL, en el año 2010 debió acomodarse al nuevo ordenamiento jurídico y administrativo que rige en el Ecuador, por lo que esta Empresa de conformación mixta se convirtió en [Empresa Pública Metropolitana de Desarrollo Urbano de Quito](#) - EPMDUQ³⁴, dotada de personalidad jurídica de derecho público, con patrimonio propio y autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión que se encarga “de ejecutar las políticas dictadas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en materia de desarrollo en espacio público y paisaje urbano; ejecución de proyectos dirigidos al desarrollo de la comunidad y fortalecimiento institucional, fundamentalmente aquellos que se financien con recursos provenientes de contratos de préstamos y asistencias técnicas no reembolsables suscritas con el Banco Interamericano de Desarrollo-BID” (EPMDUQ. 2010).

Sobre esta experiencia, el BID en el año 2004 lo calificó como un proyecto innovador de asociación público-privada, caracterizado por el “desarrollo de proyectos en asociación con privados” y anota como claves del éxito el hecho de contar con “recursos para invertir”, “el control de algunas propiedades en el Centro” y su “flexibilidad operativa” que le permitió adaptarse a los cambios de condiciones del Centro” (BID, Documento conceptual de proyecto: Rehabilitación del Centro Histórico de Quito, Segunda Etapa EC-L1006 Ecuador abril 2004).

Estudios sobre el impacto financiero en esta área de la ciudad concluyen que “con el financiamiento de las distintas actividades en el centro histórico se ha logrado que este espacio se reconstituya como generador de capital social, como un espacio privilegiado para el reconocimiento de la identidad de la ciudad y del pasado histórico del que somos su resultado” (Samaniego. 2007).

3. Los problemas actuales de financiación

Analizando brevemente los recursos que existían en forma permanente para la intervención en el Patrimonio Cultural a través de la figura FONSAL (6% del impuesto a la renta recuperado en su jurisdicción), esta se convirtió en un monto fijo, similar al que se recibía en el año 2010, fecha de las reformas tributarias. Con la aplicación de estas reformas, se perdió la posibilidad de contar con el incremento de montos, provenientes de la aplicación de las políticas gubernamentales relacionadas con la mejora de los niveles de recaudación del impuesto a la renta por parte de la ciudadanía. Además, no se corrigieron las imperfecciones asimétricas que existían entre la ciudad capital Quito y el resto del país: Quito recibía alrededor del 90%³⁵ de los fondos generados para el Patrimonio Cultural y un escueto 10% se distribuía en el resto de las ciudades.

³⁴ Creada mediante Ordenanza Metropolitana número 0313 del 13 de mayo del 2010, sancionada el 1 de julio del mismo año.

³⁵ Ministerio de Economía y Finanzas, Tesorería de la Nación, Fondo de Salvamento, Transferencias a municipalidades (2006-2007).



Al perder la condición de la preasignación (fondos para el Patrimonio Cultural), los montos de los recursos para este ítem se pulverizaron en el presupuesto global de la Municipalidad, la que decide el porcentaje de asignación presupuestaria anual para el sector y para la entidad responsable de su ejecución. Los montos asignados podrían ser iguales, menores o mayores a los que la Municipalidad recibe desde el gobierno central por este componente. Así, la asignación presupuestaria se ha convertido en un acto exclusivo de voluntad política y de priorización de la inversión.

Adicionalmente a lo anotado, en el Ecuador, al momento y desde las esferas gubernamentales como parte de las políticas públicas de fomento a la cultura y a la protección del Patrimonio Cultural, ha desarrollado ciertos mecanismos de financiamiento para el sector público y para el privado; aunque hace falta analizar en profundidad la relación de la participación del sector privado y la generación de incentivos, en especial para la conservación del Patrimonio Cultural inmueble que en un altísimo porcentaje se encuentra en manos privadas.

Para estos últimos, el [Ministerio de Cultura](#) ofrece una línea financiera a través de fondos concursables para artistas y gestores culturales en general y el [Ministerio de la Vivienda](#) ha generado un Bono de 5.000 dólares dirigido a la intervención en vivienda calificada como Patrimonio Cultural para los sectores sociales más pobres, aporte considerado como un incentivo inicial que crearía sinergia para lograr la conservación de un bien cultural. La aplicación de este recurso tiene limitaciones ya que va dirigido a sectores de menores ingresos económicos y puede ser que tenga un mayor impacto en las zonas rurales. El programa, al ser de reciente creación, no permite comentar ni profundizar en sus efectos e impactos.

Para el sector público y en especial para las municipalidades, el Banco Ecuatoriano de Desarrollo-BEDE ha creado una línea de financiación para la recuperación del Patrimonio Cultural, al que se puede acceder bajo ciertos parámetros establecidos por la institución, entre los que están la capacidad de endeudamiento y la demostración de la priorización de la inversión, modelo de gestión y garantía de sostenibilidad. Los montos asignados para este campo son bastante exigüos y habrá que esperar su funcionamiento, para conocer el verdadero alcance e impacto generado.

Las fuentes financieras internacionales, provenientes de organismos de créditos multilaterales, están disponibles como oferta al país, que podrían ser consideradas si se enmarcan dentro de las políticas nacionales y gubernamentales respecto a la conveniencia de generar endeudamiento público.

Una política pública del país es la consolidación de la relación bilateral con gobiernos amigos de diferentes regiones del mundo y en especial la cooperación sur-sur, con diferentes modalidades de colaboración y en temas prioritarios de la agenda gubernamental en la que los sectores de cultura y Patrimonio Cultural son importantes.

4. Conclusiones

El financiamiento es un elemento clave y determinante de los procesos de recuperación de los espacios históricos de las ciudades; su vinculación con la cooperación público-privada es un aspecto complementario e importante, el que debe darse en una relación horizontal, no subordinada, sin perder de vista que lo público expresa el bien común, al igual que la decisión política no puede faltar para consolidar emprendimientos y conseguir financiamiento.

La generación de alianzas es fundamental y no puede estar ausente en el diseño de políticas urbanas, con el fin de conseguir sinergias entre sectores de la cultura y otros, en especial con aquellos que se benefician de manera directa e indirecta de los procesos de recuperación de los bienes del Patrimonio Cultural, como los sectores vinculados con la economía, el comercio, el turismo, el inmobiliario, servicios y financiero.

Contar con fuentes financieras permanentes posibilita buscar recursos, sin importar su carácter de local, nacional e internacional, su ámbito de público o privado o su origen por crédito, donación, transferencia; efectos tributarios, arancelarios o tasas, permiten la sostenibilidad de cualquier proceso y su éxito, así lo demuestra la experiencia expuesta sobre el financiamiento en el Centro Histórico de Quito.

Los recursos externos son siempre esporádicos e insuficientes para mantener procesos de sostenibilidad a largo plazo, por lo que es necesario que los recursos locales sean captados permanentemente para complementar los externos y garantizar así la continuidad de los proyectos de desarrollo.

Generar estudios que contemplen las externalidades que producen la inversión en cultura, que superen los análisis limitados a identificar beneficios solo en lo monetario; y que incorporen otros beneficios como el sentir y la percepción de la población son muy necesarios y útiles en la actualidad.

5. Bibliografía

Arízaga, Guzmán Dora. "O modelo de financiamento da recuperação do Centro Histórico de Quito", en "Sistema Nacional do Patrimônio Cultural: Desafios, estratégias e experiências para uma nova gestão". IPHAN. Ouro Preto. Brasil. 2009.

BID, "Documento conceptual de proyecto: Rehabilitación del Centro Histórico de Quito", Segunda Etapa EC-L1006. Ecuador, abril 2004.

Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI). ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS. "II Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura". 17 y 18 de junio de 2004. Washington D.C.

Empresa de desarrollo urbano de Quito, INNOVAR. "Informe de gestión año 2007". Quito-Ecuador.



Ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador, suplemento del Registro Oficial 242 de 29 de diciembre de 2007, artículo 104.

Memorias Seminario–Taller Internacional “Cultura, Patrimonio y Desarrollo en ciudades patrimoniales del Ecuador”, MCP, OEI, MC. Ediciones Abya Yala. Quito, 2011.

Ministerio de Economía y Finanzas, Tesorería de la Nación, Fondo de Salvamento, Transferencias a municipalidades (2006-2007). Quito Ecuador.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Resolución Administrativa número 0040. Alcaldía de Quito, 28 diciembre 2010, Quito Ecuador.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Ordenanza Metropolitana número 0313 del 13 Mayo 2010. Quito Ecuador.

Samaniego, Ponce Pablo. “Financiamiento de centros históricos: el caso del Centro Histórico de Quito”. Pág. 203-244, en Financiamiento de los centros históricos de América Latina y El Caribe. Edición FLACSO, Lincoln Institute of Land Policy, INNOVAR. Quito, Ecuador, 2007.

UNESCO. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. “Nuestra diversidad creativa”. S.M Ediciones. 1997.



LOS DESAFÍOS DEL PATROCINIO CULTURAL

MARGO HAJDUK

Mozarteum Argentino

1. Introducción

A través de esta exposición procuraré transmitirles algunos de los conocimientos que he adquirido, desde la investigación primero y luego ejerciendo la consultoría, y que considero útiles de compartir con el propósito de pensar conjuntamente cómo implementar y difundir la práctica de este instrumento complejo y fascinante, tanto en el ámbito de las organizaciones culturales, como en el de las empresas.

Un fenómeno, el del patrocinio cultural, que descubrí en el año 1993 al realizar la primera investigación sobre el apoyo empresario a las artes en la Argentina y que, como una bacteria indestructible, me ha inoculado de altas dosis de curiosidad y pasión por comprender cómo funciona, y de tratar por todos los medios de contagiar el interés por instalar su práctica en nuestro medio. Curiosidad y pasión que me siguen acompañando, permitiendo que me amolde a las situaciones de cambio, a afrontar las recurrentes crisis económicas e ideológicas propias de estos tiempos turbulentos que nos tocan vivir y, con frecuencia, sirviendo de antídoto para contrarrestar algunos síntomas de escepticismo.

La última década del pasado siglo, período que dediqué íntegramente a la investigación, fue increíblemente rica y estimulante. Fueron tiempos en los que una sucesión de hechos y debates contribuyeron a que creyera sin duda alguna en el futuro promisorio que le esperaba al patrocinio empresarial en el ámbito de la cultura. Fue la época del arribo a nuestro país de grandes empresas europeas y norteamericanas que se harían cargo, vía privatizaciones, de los servicios públicos y que en su mayoría suscribían al mecenazgo en sus países de origen. Fue también un período de gran trabajo desde las organizaciones de la sociedad civil (OSC) que se propusieron fortalecer y profesionalizar su gestión, un verdadero movimiento que albergó a una increíble cantidad de organizaciones de diverso tamaño, abocadas a diversas causas, todas con el noble propósito de crear en pos del bien común, la sinergia entre lo público y lo privado y de aplicar nuevos modelos de intervención y gestión en sus diferentes ámbitos de actuación. Observé, sin embargo, que fueron llamativamente pocas las organizaciones culturales que se plegaron a este movimiento. Participé también de innumerables debates en el ámbito empresarial dedicados a definir los nuevos desafíos que se le planteaban a la comunicación corporativa, en particular su forma de afrontar y



garantizar la sustentabilidad del negocio, determinando un nuevo paradigma, el de la responsabilidad social de las empresas.

La cultura, mientras tanto, comenzó a ser considerada en el ámbito gubernamental como un sector digno de formar parte de una nueva estrategia de gobierno, creándose políticas y programas concretos que, a través de diferentes propuestas, enriquecieran la calidad de vida de sus ciudadanos, tanto en sentido espiritual como económico.

Por entonces, la literatura a la que tuve acceso, años antes de poder navegar por Internet, provenía básicamente de universidades de los Estados Unidos y de instituciones intermedias de promoción del mecenazgo de Francia e Inglaterra, países con idiosincrasias y experiencias muy diversas en cuestiones de financiamiento de la cultura. Idiosincrasias y tradiciones que explicaban diferentes formas de acercamiento entre lo público y lo privado en este sector tan sensible a la intervención comercial de las empresas como es la cultura. Pero se vislumbraba, a pesar de estas diferencias, un modo convergente de aproximación al tema, pues se estaba asumiendo una nueva realidad, la de la globalización de las prácticas comerciales y las nuevas oportunidades y desafíos que se les planteaban a las empresas, por un lado, y la de la necesidad de asegurar la viabilidad económica de las organizaciones culturales, por el otro.

2. De la filantropía a las alianzas sociales estratégicas

Históricamente, la aproximación de las empresas a la cultura se manifestó, en la mayoría de los casos, desde una postura filantrópica y fue asumida (especialmente en los Estados Unidos) a través de la creación de innumerables fundaciones empresariales y/o de particulares que, colaborando con las principales instituciones artísticas en las grandes urbes, dieron cabida a una actividad cultural más intensa y accesible a diferentes públicos. Esta tendencia tardó más tiempo en instalarse en países como Francia, España e Italia, donde el rol del mecenas fue tradicionalmente asumido por el propio Estado y, mucho antes, por la iglesia y la nobleza.

Fue promediando los años sesenta y en el ámbito del deporte, que Mark Mc Cormack tuvo la visión de crear la figura del “sponsor” que pudiera sostener y hacer crecer vertiginosamente la carrera (y los ingresos) de los grandes íconos de la época, como lo fuera el golfista Arnold Palmer. Fueron los inicios de IMG, empresa dedicada al marketing y management del deporte, ocio y entretenimiento, y que más adelante incluyó a las más grandes figuras de la lírica, a prestigiosos directores e intérpretes de la música clásica, etc.

Otro visionario y poderoso referente del mundo empresarial de los Estados Unidos, David Rockefeller, tuvo en 1964 la iniciativa de convocar a sus pares a involucrarse con la cultura, creando la asociación empresarial Business Committee for the Arts con la idea de ayudar a sus miembros a comprender las ventajas de asociar su marca a la de instituciones artísticas, generando un virtuoso espacio de interacción a favor de la cultura y de su prestigio. Este modelo de institución intermedia fue replicado luego en la



mayoría de los países europeos y se extendió, entre otros, a Japón, Australia, Sudáfrica, pero no prosperó en Latinoamérica.

Tiempo después, a mediados de los ochenta, los términos “sponsorship” y “parrainage” comenzaron a ser de uso común y el fenómeno logró despertar el interés de los directivos de empresas encargados de la comunicación institucional y el marketing. André Szybowicz y Sylvie Magistrali ya hablan de “la comunicación por el acontecimiento” en su libro *Esponsorización y Mecenazgo*. Deporte, cultura, medio ambiente y obras humanitarias comenzaron a atraer con diferente suerte los fondos de las empresas ávidas de llegar a diversos públicos con un mensaje diferenciador.

Pero será en los años noventa, cuando por diversos factores que vamos a analizar, el patrocinio logra posicionarse finalmente como una herramienta con peso en la comunicación de las empresas. Factores de mercado indujeron a las empresas a asociar sus marcas a acciones de interés público en diferentes campos, transformando el patrocinio en una estrategia eficaz para alcanzar objetivos institucionales y promocionales, canalizando los recursos de comunicación empresarial hacia proyectos sociales, medioambientales, deportivos y culturales.

Yacoff Sarkovas, consultor y principal referente del patrocinio cultural en Brasil y quizás en Sudamérica toda, considera que tres factores principales han contribuido al fortalecimiento de este fenómeno, y que transcribo a continuación:

- 1) *“El imperio de las marcas. El desarrollo tecnológico, el amplio acceso a la información y la globalización, transforman a los productos y servicios similares en calidad y precio. Cuando una empresa consigue un diferencial, su competencia lo anula rápidamente. Destinado a un empate técnico, el juego se decide en el campo abstracto: las relaciones entre quien provee y quien consume son regidas por aspectos simbólicos. Las compras se transforman en resultado de la identificación de las personas con entidades creadas por el mercado: las marcas. Ellas contienen los diferenciales intangibles que provocan la percepción y fidelización de sus públicos de interés. El imperio de las marcas beneficia las formas de comunicación que involucran, que emocionan, que expresan atributos auténticos.*
- 2) *Comunicación en crisis. Las herramientas convencionales de comunicación pierden la capacidad de, aisladamente, garantizar la supervivencia de las marcas en el mercado. Saturadas de publicidad y promoción, las personas no asimilan y no creen más en buena parte de los mensajes comerciales. Además, la diversidad de productos y servicios demanda contacto con nichos específicos de públicos, contrariando la naturaleza de los medios de masa. La crisis de la comunicación convencional beneficia a aquellos canales diferenciados y segmentados que concretan las promesas de las marcas, inspirando mayor credibilidad y produciendo mejor asimilación.*

- 3) *Responsabilidad Social. Las empresas interactúan con una sociedad cada vez más crítica, que les exige mayor participación y compromiso. El principio básico del marketing era satisfacer el deseo del público objetivo, alcanzando un lucro satisfactorio. Ahora, es necesario atender simultáneamente el interés colectivo, lo que obliga a las empresas a revisar sus procedimientos con todos los agentes de su cadena de operación: accionistas, funcionarios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente. El sentido de responsabilidad social beneficia las formas de comunicación éticas y de efecto residual positivo para los consumidores-ciudadanos”.*

Y concluye:

“Impulsada por la combinación de estos tres factores, florece la participación empresarial en las artes, en la educación, en los deportes, en la preservación ambiental, etc. recibiendo distintas denominaciones: patrocinio cultural, patrocinio deportivo, marketing cultural, marketing deportivo, marketing de entretenimiento, marketing ambiental, marketing social, filantropía estratégica, mecenazgo estratégico, below the line, cause-related marketing, green marketing, event marketing, lifestyle marketing... Muchos bautismos para una misma estrategia: asociar a las empresas, sus productos y servicios a procesos reales adecuados a la identidad de sus marcas y al interés de sus públicos-objetivo. Comunicar por medio de actitudes para demostrar que la marca actúa de acuerdo con lo que dice que ES. Si es con actitudes que un individuo manifiesta concretamente sus valores y sus creencias, es con actitudes que la marca expresa concretamente su estilo, sus atributos, sus compromisos”.

En sintonía con esta postura cito a dos catalanes, prestigiosos expertos en comunicación empresarial: a Joan Costa, expresando que “...la identidad es el ADN de la empresa, los cromosomas de su génesis. Una institución se define de inmediato por dos parámetros: lo que la empresa ES y lo que la empresa HACE”. Y a Paul Capriotti que, en su artículo El Patrocinio como Expresión de RSC de una Organización, señala que “...la idea fundamental detrás de estas líneas, es que el Patrocinio es una herramienta que tiene una utilidad publicitaria directa e indirecta, pero no debe ser la principal ni única finalidad. Debe tener, por encima de todo, una intencionalidad y una vocación social, de integración y participación cívica de la organización en la sociedad en la que vive y de la que vive. El Patrocinio es, en última instancia, una manifestación de la RSC de la organización. Así pues, el Patrocinio-Actividad debe ir precedido del Patrocinio-Actitud, ya que tiene que existir la voluntad manifiesta de la organización (y por tanto, de sus directivos) de asumir su compromiso social y de realizar un acto responsable, participativo, con la sociedad en la que vive. El Patrocinio, en este sentido, representa una nueva forma de pensar de la organización, un estilo de conducta de la entidad patrocinadora, y una manera distinta de enfocar la actividad y el negocio empresarial; y no sólo una inversión publicitaria más”.



Asumiendo esta acepción del patrocinio empresarial, que persigue la interacción de la marca con sus públicos en asociación con determinadas causas y sus acciones, nos estamos remitiendo indudablemente al modelo de las alianzas sociales estratégicas, herramienta clave que integra la variable social/cultural a la nueva estrategia corporativa, con el fin de crear valor para todas las partes involucradas.

Quiero compartir la siguiente definición de patrocinio con la que me encontré - en mis innumerables búsquedas en la web-site - y que describe de manera muy gráfica su condición de alianza intersectorial. El acuerdo de al menos dos actores, quienes deciden desarrollar juntos una acción, motivados por objetivos diferentes pero con un fin común, es descrito por la Internacional Chamber of Commerce (ICC) con sede en París, de la siguiente manera y se compone de dos partes:

Una, define lo que el patrocinio significa desde la óptica de la empresa: “es una importante herramienta de comunicación, capaz de transmitir una amplitud de mensajes a través de la asociación con el patrocinado. Forma parte integral de la estrategia de marketing, pero difiere de otras maneras de comunicación comercial y de las donaciones, en función de sus objetivos, mensaje y control.

Puede ser desarrollado como una simple acción de marketing, pero cada vez con más frecuencia se complementa con las RRPP, la publicidad y las promociones, con el fin de incrementar su impacto”.

La otra, lo que este fenómeno implica para la organización: “se ha convertido en una importante fuente de recursos tanto para acontecimientos locales como internacionales que involucran al deporte, las artes, el medio ambiente, los medios de comunicación, proyectos comunitarios, educación y varios otros campos.

Genera beneficios para el público en general y a sus responsables, haciendo posible la puesta en escena y la transmisión de eventos y actividades que difícilmente podrían tener lugar sin su aporte”.

Y concluye: “Los patrocinios exitosos benefician a los organizadores, a los patrocinadores, a los medios de comunicación, a los artistas, a los espectadores y al público en general”.

Veamos ahora con más detalle las posibilidades que el patrocinio ofrece a la comunicación empresarial.

3. Aportes del patrocinio a la estrategia de la comunicación empresarial

Retomando lo anteriormente señalado por Yacoff Sarkovas en cuanto a los desafíos que se le plantean a las empresas para sobrevivir a la competencia de las marcas, superar las actuales limitaciones de la publicidad tradicional y lograr entablar un diálogo virtuoso con sus diversos públicos, diferentes experiencias y estudios nos permiten aseverar que el patrocinio (integrado a la estrategia de comunicación de la empresa) resulta una herramienta eficaz para alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos:



- ✓ Mejorar la imagen (credibilidad).
- ✓ Incrementar su visibilidad .
- ✓ Modificar actitudes del consumidor (elección/fidelización).
- ✓ Diferenciarse de la competencia (agregar valor a la marca).
- ✓ Generar una comunicación de doble vía/relacionamiento con diferentes públicos.
- ✓ Manifestar su RSE - mejorar su reputación.
- ✓ Incrementar las ventas - exponer atributos del producto.
- ✓ Lograr diferentes objetivos de manera conjunta.

Uno de los aspectos más interesantes de esta herramienta es su posibilidad de compatibilizar el logro de diversos objetivos de manera simultánea, siempre y cuando esté precedido de una buena planificación y de una adecuada implementación. El patrocinio de un programa y/o acción le permite a la empresa plantearse tanto objetivos de posicionamiento de marca, como de relacionamiento con públicos específicos, la promoción de productos, como también ser una expresión de su compromiso ciudadano. Abarcar objetivos tan diversos se constituye en una de sus fortalezas más atractivas.

La versatilidad de esta herramienta representa una de sus mayores riquezas, pero es a la vez uno de sus desafíos: lograr articular la contribución de áreas específicas como la publicidad, las relaciones públicas, los recursos humanos, la promoción, la imagen, la prensa, que le den consistencia y sustento, pues el patrocinio NO tiene sentido por sí solo, debe integrar a las demás herramientas de comunicación. El éxito del patrocinio dependerá, por lo tanto, de la capacidad de involucrar a las demás herramientas convencionales de comunicación, para lograr la mejor explotación del mismo. Y de manera especial, la adecuada difusión del mismo patrocinio.

Si la estrategia de patrocinio de la empresa respeta la premisa básica de generar alianzas con organizaciones y/o acciones que expresen no sólo los mismos valores y atributos que la marca desea comunicar, sino que a la vez estén destinados a los públicos objetivo de la marca, la empresa podrá alcanzar uno de sus objetivos más codiciados, el de la credibilidad de su mensaje, pues la alianza será percibida como natural, sincera. Y si el patrocinio es capaz de sostenerse en el tiempo, si se genera una fidelidad a mediano plazo entre empresa y patrocinado, la percepción que tendrá el público de esa alianza será seguramente positiva, contribuyendo aún más a su credibilidad.

La elección correcta asegurará asimismo que la audiencia sea receptiva al mensaje, a la presencia del sponsor en dicho acontecimiento, pues la marca y el público se encuentran en el ámbito donde ellos mismos han elegido estar. El patrocinio no resulta invasivo, comparte los mismos intereses que el público y, es más, en muchos casos es quien hace posible la realización de dicha acción.

4. Sobre el desarrollo del patrocinio



Constituyéndose el patrocinio en una herramienta tan rica y con tanto potencial y siendo la cultura el sector paradigmático donde se generan y difunden los más preciados valores y atributos con los cuales toda marca se desea asociar, además de ofrecer la posibilidad de interactuar con los más diversos públicos, es razonable preguntarse ¿por qué es tan incipiente el desarrollo del patrocinio cultural?

Quienes estamos activos, investigando y promoviendo la relación empresa-cultura mediante la implementación de patrocinios, la respuesta a dicha pregunta la encontramos sin duda repartida entre los dos actores principales que conforman este tipo de alianza: las empresas y las organizaciones artísticas y culturales. Pero existen también terceras partes, que conforman un contexto, y que en un marco más amplio ejercen su influencia.

4.A. Los desafíos que plantea el patrocinio a las empresas

Los podemos clasificar en dos tipos: aquellos relacionados con las decisiones y elecciones que supone un patrocinio y los desafíos que plantea la gestión de esta herramienta.

El patrocinio implica una decisión, la de elegir una manera de comunicarse a través de la asociación con una acción desarrollada por un tercero, al cual se ha seleccionado por compartir sus mismos valores y para entrar en contacto con su público.

Una de las dificultades con las que se enfrentan entonces las empresas es la de sumar a sus objetivos estratégicos (aquellos definidos por su “core-business”-núcleo de su negocio) los objetivos planteados por las alianzas estratégicas y, en este caso particular, encontrar el sentido de constituirse en una marca cultural, de identificarse con la cultura.

Se requiere de una visión y de cierto grado de flexibilidad, que le permita a la empresa incursionar en nuevos ámbitos, no necesariamente vinculados a su actividad comercial/ industrial. Y esta visión y decisión de llevarla a cabo involucra necesariamente a la alta dirección de la empresa.

Sin esta visión, difícilmente la empresa asumirá la necesidad de definir una política de patrocinio integrada en la estrategia de comunicación, debilitando desde el comienzo sus posibilidades. Pues si asumimos que el patrocinio es una herramienta híbrida, que no tiene sentido por sí sola sino de forma integrada, cualquier acción de patrocinio implica necesariamente una gestión transversal, de la cual participan las demás áreas de comunicación: publicidad, prensa, promoción, relaciones públicas, así como también responsables de producto y de la responsabilidad social empresarial. La explotación exitosa de un patrocinio requiere, por tanto, de la convicción y alineamiento de diversos sectores dentro de la misma empresa.

Superada esta instancia, el siguiente reto de la empresa es lograr identificar a sus posibles aliados. Esto implica definir cuál o cuáles serán los campos de acción en los que va a actuar y luego seleccionar a las organizaciones y los proyectos específicos con los que la empresa se va a involucrar. Para realizar una correcta elección se requiere obviamente de conocimiento del medio con el que se va a interactuar, tener información suficiente sobre cuáles son las organizaciones que actúan en las diferentes disciplinas, qué caracteriza a cada

una, cuáles son sus atributos, cuáles su públicos, etc. ¿Está disponible esta información? ¿El sector cultural la genera? Es muy remota la posibilidad de que dentro de la nómina de funcionarios existan especialistas en el tema, con lo cual contar con la asistencia de consultores externos contribuirá seguramente a la toma de decisiones en esta instancia tan crucial.

La elección del campo de acción es posible que se vea influenciada, en muchas empresas, por el área que define la política de responsabilidad social de la empresa, cada vez más arraigada en la actualidad empresarial. La concepción que tenga la empresa sobre la responsabilidad social y, en particular, de cuál es el aporte de la cultura al desarrollo de la comunidad donde está inserta, se manifestará seguramente a la hora de evaluar las posibles alianzas. Serias carencias en el ámbito de la educación, de la salud, de la niñez o juventud, de la inserción laboral, etc., suelen ser consideradas prioritarias, descartando la posibilidad de actuar junto a la cultura, por considerarla de alguna manera superflua frente a tantas necesidades básicas insatisfechas. Podemos interpretar que esta actitud es una señal de que posiblemente se ignore la capacidad de transformación y de contribución al bienestar que ejercen las actividades artísticas y culturales en cualquiera de estas problemáticas.

La contrapartida social de los patrocinios culturales es, por ende, otro de los temas que debiera estar planteado en toda política de patrocinio empresarial, siendo las organizaciones culturales en gran parte responsables de ayudar a visualizar la manera de compatibilizar los diferentes objetivos y viabilizarlos a través de la creación de acciones concretas. Una de las fortalezas que se le reconoce al patrocinio cultural es justamente su capacidad de interactuar con diversas causas, aportando soluciones creativas y enriquecedoras, característica que debieran ser aprovechadas tanto por las empresas como por los portadores de los proyectos culturales.

La evaluación de patrocinio, la verificación de su contribución a la estrategia de comunicación, se constituye en otra de las cuestiones a las que toda empresa debiera prestar una adecuada atención. Por tratarse de una alianza transaccional, en la que se generan contrapartidas y beneficios para ambas partes, podría suponerse que la justificación de la inversión está siendo considerada desde el inicio de todo convenio. Sin embargo, si tomamos en cuenta que el patrocinio se caracteriza por su condición singular de transferir atributos simbólicos a la marca y siendo el valor de dichos beneficios intangibles en la mayoría de los casos superior a las contrapartidas tangibles, el reto se plantea a la hora de medir y evaluar si a través del patrocinio se han logrado alcanzar las metas establecidas.

La fijación de objetivos claros por un lado y una buena implementación de mecanismos para obtener datos del patrocinio por otro, harán posible que la empresa pueda evaluar la eficacia y eficiencia de sus patrocinios. Pero como ya hemos mencionado anteriormente, los resultados del patrocinio se podrán observar y evaluar mejor en la medida en que el mismo se sostenga en el tiempo, dando lugar a que el público objetivo perciba el sentido de la relación empresa-patrocinado, derivando en una mayor credibilidad de su comunicación. Si

los responsables del patrocinio empresarial asumen que los resultados se logran en el mediano plazo, asegurando la continuidad y profundización de las alianzas, podemos esperar que en un futuro cercano el patrocinio se vaya consolidando dentro de las estrategias de comunicación de las empresas.

La decisión de una empresa al elegir manifestarse a través de un patrocinio y, en particular, asociada a una organización/acción del ámbito cultural, la expone asimismo a un desafío para la gestión. Involucrarse con organizaciones y proyectos que por su naturaleza son tan diferentes en cuanto a objetivos y estilos de dirección requiere por parte de la empresa de la adopción consciente de una gestión flexible, que tome en consideración al otro, con dosis de confianza, transparencia, reglas claras y fundamentalmente una buena comunicación.

Si tomamos en cuenta que partimos de una asociación caracterizada por la diversidad de objetivos que persiguen ambas partes, resulta fundamental que empresa y patrocinado puedan tomarse el tiempo para analizar juntos el campo de interacción que tienen por delante, para que las acciones que desarrollen conjuntamente y las que puedan encarar de manera individual como complemento, no sólo estén en sintonía, sino que representen un aporte enriquecedor y distintivo de esta alianza.

La creatividad propia de toda acción cultural, en interacción con el dominio de las herramientas del marketing de la empresa, es sin duda un campo fértil para desarrollar acciones innovadoras y formas atractivas de comunicarse con el público y se constituye en el motor que estimula todo patrocinio. Será la organización patrocinada quien, de manera sabia, deberá ejercer el control y quien hará notar a la empresa cuáles son los límites aceptables de intervención comercial que no desvirtúen los objetivos de la acción patrocinada.

El mejor patrocinio es el que permite y estimula un aprendizaje continuo, el que desarrolla la capacidad para conformar un matrimonio que se complemente en todas sus virtudes. Esto implica tanto involucrarse como destinar tiempo por parte del equipo a cargo del patrocinio en la empresa, dos recursos cada vez más limitados por su costo y formas de gestión.

El desafío que enfrenta la empresa para hacer de su política de patrocinio un aporte diferenciador para su estrategia de comunicación es garantizar su continuidad, pero con la capacidad de crear situaciones innovadoras que sumen valor a cada paso, marcando hitos con los cuales su marca se vea cada vez mejor representada y su público permanentemente cautivado.

4.B. Los desafíos que plantea el patrocinio a las organizaciones culturales

La profesionalización de la gestión cultural ha contribuido notablemente, en las últimas dos décadas, a la transferencia hacia este ámbito de conocimientos sobre planificación y elaboración de proyectos, pero está en deuda todavía con temas tan relevantes como el estudio de los públicos, la implementación de herramientas de marketing y la gestión del patrocinio.



En cuanto al patrocinio, estimo que el problema con el que se enfrentan la mayoría de las organizaciones culturales tiene dos vertientes: una, relacionada con la necesidad. Lo hemos visto ya en la definición de la ICC que el patrocinio se constituye hoy en una forma de obtener recursos que permiten a las organizaciones realizar tal o cual programa o proyecto, además de sostenerse en el tiempo. Probablemente desde ese lugar, el de la necesidad, la organización se perciba débil, cuando en realidad no lo es. El otro problema que enfrentan, es su desconocimiento de la lógica empresarial.

De la necesidad a la fortaleza. Es impensable que cualquier organización o proyecto cultural seduzca a partir de su debilidad, desde la pobreza... el camino para atraer la atención del sector empresarial hacia su actividad debe provenir sin lugar a dudas de sus fortalezas. Para ello, la institución cultural debe ser capaz de comunicar quién es, para qué existe, qué contribución realiza a la comunidad donde actúa y a quién dedica sus esfuerzos. La base firme a partir de la cual debe intentar ir a la conquista de sus aliados es la de su propia identidad. Poder definir su misión y visión podría considerarse hoy un requisito básico, al igual que fijar los objetivos concretos de una actividad e identificar a sus destinatarios; sin embargo no siempre son plasmadas adecuadamente en su comunicación.

El ámbito de las artes y la cultura se destaca sin lugar a dudas por su capacidad innata para generar propuestas innovadoras, cargadas de belleza, originalidad, emoción. La variedad de disciplinas y su posibilidad de combinarse entre sí y con otras causas (salud, educación, ecología, desarrollo humano, etc.) le confieren asimismo la posibilidad de manifestar su carácter solidario, transformador e inclusivo. Y sus diversos públicos, generalmente segmentados y con características de fans o habitués, son los garantes de su supervivencia. Componentes extraordinarios que otorgan al patrocinio cultural inigualables posibilidades para desarrollarse si se es consciente de estas virtudes.

Del proyecto a la propuesta. La condición de todo patrocinio es tener elaborado un buen proyecto: con objetivos claros, metas a alcanzar, público destinatario, presupuesto de gastos e ingresos - con sus diferentes fuentes de financiación -, plan de comunicación, cronograma de realización, asignación de responsabilidades. Y es a partir de este proyecto que se elaborará una propuesta de patrocinio, que puede ser tanto generalista como personalizada, pero con los elementos necesarios para que la empresa pueda analizar el beneficio de constituirse en su patrocinador.

Lo esencial de una propuesta es, en primer término, poder describir el proyecto de manera tal que cautive el interés de la empresa; luego deberá tentarla con el detalle de todas las contrapartidas y beneficios que se ha elaborado a conciencia para el patrocinador; y finalmente, brindar los argumentos más contundentes que demuestren que se ha seleccionado para el mismo a la empresa indicada.

El arte de elaborar una propuesta adecuada al interés de un potencial sponsor consiste en tratar de ponerse siempre en el lugar del otro; pensar e invitar a considerar juntos las diversas situaciones favorables que puede generar el proyecto para las diferentes necesidades de la empresa, sean ellas de comunicación, de relacionamiento con diferentes

públicos, de posicionamiento de marca, de promoción de ventas o para expresar su responsabilidad social empresarial. Es la organización responsable quien, desde el conocimiento de los detalles de la acción y de su público destinatario y tomando en consideración los objetivos empresariales, debe demostrar su fortaleza: que es dueña de una cantera inagotable de posibilidades, de formas innovadoras y atractivas de generar valor para la marca.

La organización debe ser consciente de que el patrocinio representa para la empresa la oportunidad de comunicarse de una manera diferencial, la posibilidad de transmitir un mensaje cargado de atributos. Deberá entonces poner de manifiesto en su propuesta la importancia que otorga a la difusión del proyecto y de la alianza que se propone generar, pues no es aceptable pensar en una propuesta que no contemple un plan de comunicación, tema tan crucial para todo patrocinador.

¿Dónde está mi sponsor? La búsqueda de un sponsor es una actividad ardua y requiere de una condición *sine qua non*: tener conocimientos específicos y actualizados sobre algunos aspectos del mundo empresarial, como la lógica que guía su actividad y su evolución en el tiempo, los desafíos que enfrenta su comunicación y las modalidades de su gestión.

Movilizar recursos es un proceso que tiene que ser construido de forma planificada para que se transforme en una actividad estratégica y esencial para la organización. Se trata de establecer una rutina orientada a la constante búsqueda del potencial sponsor y a garantizar la sustentabilidad de las alianzas conquistadas.

La rutina del fundraiser es una actividad constante que entre otras acciones incluye:

- a) La investigación permanente del mercado empresarial, saber quién es quién en cada actividad, identificar a sus dirigentes, estar atentos a sus campañas, a los mensajes que emiten, a las noticias que generan sobre sí mismas (nuevos lanzamientos de productos, fusiones, ampliaciones, festejos...).
- b) Identificar a las personas a cargo de las áreas de dirección, relaciones públicas, marketing, responsabilidad social empresarial, recursos humanos, etc., con las cuales se establecerá contacto para darse a conocer, para acercarles una propuesta.
- c) Reconocer a las empresas que por su cultura empresarial se alinean adecuadamente con la organización.
- d) Elaborar la propuesta de patrocinio con su menú de contrapartidas.
- e) Saber negociar, establecer el equilibrio justo para la consecución de los objetivos empresariales y los de la organización.
- f) Cultivar el vínculo, generar informes, mantener a las empresas (sponsors o no) informadas de los nuevos proyectos y propuestas.

Finalmente quisiera poner especial énfasis en algunos aspectos a los que recomiendo prestar especial consideración:

- 1) Los tiempos de uno no son los tiempos de la empresa. Es necesario abordar a la empresa con mucha anticipación, mantener el vínculo y tener la virtud de esperar el momento justo para avanzar. ¡Pueden ser años!

- 2) Hay innumerables puertas para entrar a una misma empresa; habrá que evaluar cuál es la más indicada para cada ocasión, mientras se cultiva el vínculo con todas.
- 3) Nuestro proyecto no es la prioridad de la empresa, tenemos que ser pacientes, pero no renunciar, pues somos los únicos responsables de mantener el vínculo, de que logren en algún momento entrar en sintonía con nosotros.
- 4) La organización es la responsable del proyecto patrocinado, es quien debe velar para que se lleve a cabo tal cual ha sido concebido. Es quien debe establecer los límites a las posibles interferencias de un sponsor en su contenido y/o comunicación. La necesidad de recursos no debiera dar lugar a concesiones de las cuales no se pueda volver atrás.
- 5) La movilidad de los empleados es una característica de estos tiempos, por lo cual hay que mantenerse actualizado y volver a comenzar el vínculo si fuere necesario.

4.C. Las injerencias del contexto

Toda actividad, por específica que sea, se desarrolla en un ámbito y tiempo particular que ejercen algún tipo de injerencia sobre la misma. Pueden limitar su desarrollo o, por lo contrario, pueden constituirse en su propulsor. Analizaré a continuación algunos de los factores externos que a mi entender condicionan de algún modo la posibilidad del crecimiento del patrocinio y, en particular, en el ámbito de la cultura:

1) La marcha de la economía. Economías pujantes son obviamente estímulo para las inversiones, para el desarrollo de nuevos proyectos, hay dinero para encarar propuestas innovadoras, para la exploración de nuevos mercados, para expandir la publicidad de sus productos y servicios por diferentes medios, el patrocinio entre ellos. Los períodos de crisis, por el contrario, son tiempos de repliegue, de austeridad de las acciones que no contribuyan directamente a sostener y promover las ventas. El patrocinio cultural se torna indefectiblemente más escaso, al no garantizar los objetivos comerciales, prioritarios en esos tiempos. La interrupción de las alianzas consolidadas es su síntoma más alarmante.

Y si la crisis es persistente y deteriora el tejido social, disminuyendo la capacidad de asegurar la provisión de los servicios sociales básicos, como la educación, el empleo, la salud, las empresas y sus políticas de responsabilidad social empresarial se verán obligadas, muchas veces a pesar de ellas, a contrarrestar la situación con sus aportes filantrópicos, en detrimento de las actividades culturales.

2) Los medios de comunicación. El patrocinio mantiene históricamente una compleja relación con los medios de comunicación, que se resisten a difundir el nombre de las empresas sponsors en las notas periodísticas que dedican a los eventos patrocinados. Considerando que "...los patrocinios exitosos benefician a los organizadores, a los patrocinadores, a los medios de comunicación, a los artistas, a los espectadores y al público en general..." sería esperable que la prensa dedicara elogios a tales actitudes. Pero no es así. Los medios de comunicación, que se sostienen con la pauta publicitaria



de las diferentes marcas, no están todavía dispuestos a realizar estas concesiones. Una manera de contrarrestar esta actitud es logrando que alguno de los medios se constituya en Media Sponsor del proyecto, asegurando así una más amplia difusión.

3) Los beneficios fiscales al mecenazgo. Las leyes de incentivo fiscal a las donaciones (comúnmente denominadas leyes de mecenazgo) son el reconocimiento al gesto filantrópico de las empresas, en virtud del beneficio que generan para muchas actividades y sectores de interés general. Dicha actividad filantrópica es de libre decisión de las empresas, pero dado que en términos fiscales no se pueden justificar dichos gastos en sus balances, en función de la actividad comercial/industrial que la empresa desarrolla, diferentes legislaciones consideran la posibilidad de asumir las donaciones como gasto, incidiendo en la disminución del impuesto a pagar (impuesto a la renta/a las ganancias). Aquí es necesario aclarar que entendemos por donación las contribuciones a título gratuito, sin contrapartidas. Leyes de mecenazgo más avanzadas suelen establecer incentivos más atractivos en la medida que las contribuciones sean orientadas hacia determinadas actividades consideradas prioritarias, de gran valoración social o de difícil sustentabilidad.

Considero que sería deseable desarrollar un sistema de leyes de incentivo a los aportes filantrópicos a la cultura, con una graduación de estímulos para el benefactor, en concordancia con criterios pre-determinados que premien a las donaciones que se destinen a actividades consideradas prioritarias. Una regla posible: mayores beneficios para el donante implican mayores condicionamientos = mayor alineamiento con políticas culturales consensuadas.

Por el contrario, entiendo que el patrocinio no debiera regirse por los incentivos de las leyes de mecenazgo. Dado su carácter transaccional, en el que se le otorgan contrapartidas y beneficios tangibles e intangibles en función de su aporte, no requiere de tales estímulos. El fisco no debiera asumir el costo de los patrocinios, haciéndose cargo de parte del gasto realizado por las empresas, dado que la inversión realizada por la misma no sólo se puede asentar como un gasto justificado por su estrategia de comunicación, sino que además obtiene a cambio una serie de beneficios pre-establecidos por convenio, produciendo un retorno de la inversión (ROI). Considero, pues, que el mejor estímulo para que las empresas inviertan en patrocinios culturales es garantizarles una oferta de proyectos de calidad y gestionados con profesionalidad, otorgando a las artes y la cultura el lugar de socio estratégico que les permita juntos contribuir al enriquecimiento de la calidad de vida de la comunidad donde se desempeñan.

4) El patrocinio en la oferta académica. Poco se ha avanzado en la profesionalización de la gestión del patrocinio en el ámbito académico, en las carreras de grado y posgrado dedicadas a la comunicación institucional. Doy fe, por mi actividad docente, de que la enseñanza de esta herramienta de comunicación empresarial tiene absoluto sentido, por su especificidad y complejidad y por los beneficios que genera. Una oferta

académica que incluya al patrocinio en su currícula ayudará sin duda a activar su presencia en la planificación estratégica de la comunicación de las empresas.

5. Crowd-Funding: el financiamiento colectivo en Internet

Un nuevo modelo de financiación colaborativa, adoptada básicamente por un público joven, se abrió paso de manera contundente gracias a Internet. Se trata de un mecanismo simple: presentar un proyecto a través de un sitio, difundiendo entre sus usuarios la posibilidad de contribuir al mismo con la cantidad de dinero que se quiera, haciendo posible que la idea se vuelva realidad. Dependiendo de la posibilidad o del compromiso que se quiera asumir, se puede aportar un monto importante, pero cualquier monto sirve. Y si el proyecto no llegara a término, el dinero se recupera.

El financiamiento colectivo comenzó a hacerse popular en 1997. Ese año la banda británica Marillion logró que sus fans donaran fondos para poder realizar una gira. Pero la verdadera explosión del crowdfunding llegó en el 2009 con el nacimiento de [Kickstarter](#), el sitio más famoso del mundo del financiamiento colectivo: allí cualquiera puede presentar su proyecto, cotizarlo, y esperar la reacción (y el dinero) de los usuarios. El site, en sus tres años de vida, ya ha contribuido a financiar más de cincuenta mil proyectos, recaudando más de doscientos millones de dólares de más de un millón de personas.

¿Y qué ganan los usuarios inversionistas? Básicamente la posibilidad de participar en la creación de algo original, sentirse parte de un proyecto. El productor puede darles a cambio de su dinero lo que desee, y aunque no es lo normal, incluso nada. Las recompensas tienen obviamente relación con el proyecto: CD's o DVD's, remeras, entradas al espectáculo, cenas con el artista....la oferta es inagotable.

Los resultados están a la vista y en cada país se multiplican los sitios que ofrecen la posibilidad a los productores independientes de encontrarse virtualmente con sus mecenas individuales. Una de las características de esta innovadora manera de obtener recursos es que el proceso de recaudación resulta más rápido que los registrados por otros métodos más convencionales, pero lo interesante es que al mismo tiempo que se reciben los fondos para el producto, también se está promocionando.

La revolución producida en el Renacimiento a causa de los mecenas posibilitó la creación de obras fantásticas y promovió con éxito cambios sociales sin precedentes. Hoy, cada uno de nosotros puede ser un mecenas y entre todos podemos ser piezas activas en los cambios que pautarán nuestro futuro.



CULTURA Y SOSTENIBILIDAD. UNA VISIÓN TRANSVERSAL DESDE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

ALEJANDRO DENES

Banco República de Uruguay

1. Introducción

El año 2012 ha sido un año especial en lo que refiere al desarrollo sostenible; la realización de la [Cumbre de las Naciones Unidas Río+20](#) ha marcado un importante hito en las personas que trabajamos día a día por mejores condiciones económicas, sociales, ambientales y culturales para los “7000 millones de otros” parafraseando la obra del fotógrafo francés Yann Arthus-Bertrand. Agradezco especialmente a la Fundación de Casas Históricas y Singulares y al Ministerio de Cultura del Perú por la invitación para exponer sobre un tema que motiva mi trabajo en la organización a la que pertenezco y que a la vez considero de gran actualidad y especial desarrollo en la región en el momento que estamos transitando: la cultura y la responsabilidad corporativa de las empresas.

El *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura: una responsabilidad compartida entre el sector público y privado* ofrece un marco singular para la siguiente ponencia. La convocatoria de los organizadores, proponiendo la colaboración real y efectiva entre el sector público y privado para abordar la ejecución de proyectos culturales es una manifestación concreta y tangible de la creación de valor compartido, uno de los conceptos fuerza que moldean el futuro de la responsabilidad corporativa. El presente trabajo pretende abordar la relación entre el mundo de los negocios y el mundo de la cultura y su incidencia en el desarrollo sostenible, destacando el papel de la cultura como cuarto pilar de la sostenibilidad.

La presentación consta de tres partes:

- 1 - Definiendo la sostenibilidad, donde abordaremos aspectos teóricos de la responsabilidad corporativa y la sostenibilidad.
- 2 - Cultura y sostenibilidad, donde analizaremos la incidencia de la cultura en el desarrollo sostenible;
- 3 - Casos prácticos, donde expondremos experiencias del [Banco de la República de Uruguay](#) manejando las relaciones entre cultura y sostenibilidad.

2. Parte 1: definiendo la sostenibilidad

La responsabilidad social empresarial, la responsabilidad corporativa o la responsabilidad social es una práctica que empresas, organizaciones e individuos han adoptado como forma de manejar los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente de forma ética y transparente. Esta



relación debe contribuir al desarrollo sostenible; tomar en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumplir con la legislación aplicable; y estar integrada en toda la organización y llevada a la práctica en todas sus relaciones. Esto es creación de valor legítimo para la organización.

Si bien estos conceptos parecen ser normales y deseables no siempre son compartidos en la práctica por todas las organizaciones, llevando a caricaturizar el concepto de responsabilidad corporativa al punto que hay empresas que lo toman como una acción más de marketing, tratando, a nuestro entender en forma equivocada, de dar valor a su marca con conceptos vacíos de contenido.

Miss Simpatía.

Todos recordamos la película de Hollywood Miss Simpatía, en la cual el personaje interpretado por la actriz Sandra Bullock era una ruda detective de policía, Gracie Hart, a la cual, para ayudar a resolver un caso en el mundo de los concursos de belleza, se instruyó y caracterizó para que luciera como una concursante más. Hay empresas y organizaciones que, al igual que con la detective de la película, pretenden maquillar y caracterizar su actuación para que parezcan socialmente responsables; pero si se rasca un poco sobre la superficie fácilmente se comprueba que su actitud no pasa de un discurso bonito, al igual que las misses en las entrevistas de concursos de belleza donde refieren a las personas que admiran y caen en lugares comunes como los comentarios de la agente Gracie Hart, la Miss New Jersey de la comedia norteamericana.

Fariseos.

Otra forma equivocada de tratar la responsabilidad corporativa es realizando una mala interpretación de conceptos de marketing responsable o marketing con causa; por ejemplo, cuando se toma una acción, vinculada o no a la actividad de la empresa u organización, relacionada o no con grupos de interés de la empresa u organización, y se invierte más dinero en la campaña de difusión de la acción que en la acción en sí. Esto tiene su paralelismo con una historia que recuerdo de mi niñez y que refería a los fariseos, clase política y religiosa poderosa en época de Jesucristo. Cristo, que aparece muy pronto opuesto a ellos, desenmascara su formulismo religioso, les hace muy duras recriminaciones y les anuncia su reprobación. Al principio del Sermón de la montaña dice a sus discípulos: «Os digo que, si vuestra justicia no es mayor que la de los escribas y fariseos, no entraréis en el Reino de los Cielos» (Mt 5,20). Después rechaza las actitudes hipócritas de los fariseos en tres cosas importantes en la espiritualidad judía: la limosna, la oración y el ayuno. Realizan los actos correspondientes a ellas de manera ostentosa con el fin de ser vistos y tenidos por piadosos ante los hombres (Mt c. 6). La historia que recuerdo al respecto es que estos señores, al ver a un mendigo pidiendo limosna, le indicaban a un sirviente que tocara una campana para llamar la atención de las personas en el Mercado y, cuando todos observaban, tomaba una moneda de su bolsa y la entregaba al mendigo.



Al igual que los fariseos, muchas empresas y organizaciones tocan fuerte su campana antes de hacer una contribución a la sociedad, la cultura o al medio ambiente. Si bien este hecho de por sí no está mal (la retribución en imagen y reputación es uno de los reconocimientos de la sociedad a quienes desarrollan la responsabilidad social corporativa - RSC), el caso objetable es cuando la inversión publicitaria supera la inversión en la propia acción social.

El poder de las personas.

Una realidad de nuestros días que favorece el desarrollo de la responsabilidad corporativa viene del ámbito de las tecnologías de la información. La prestigiosa publicación norteamericana Time acostumbra a nombrar al personaje del año en su último número del mes de diciembre. En el año 2006, la edición del 26 de diciembre de la Revista no publicó ningún retrato de hombre o mujer en su portada como persona del año. Literalmente nos designó a todos como persona del año al publicar la ilustración de un monitor de ordenador y la frase "Person of the year: YOU". Esta designación la podemos tomar como hito del poder de las redes sociales y de Internet en nuestra sociedad actual. Si bien fue algo atrevido en el 2006, en el 2012 consideramos normal que la comunidad utilice el poder de la red para ejercer su derecho a sancionar y difundir. Esta es una gran ayuda para la RSC y su postulado de tomar en consideración las expectativas de las partes interesadas. Empresas y organizaciones deben ser más cuidadosas al manejar su imagen bajo el riesgo de ser sancionados por millones. En cambio, buenas prácticas pueden generar millones de "Me gusta" espontáneos que valen más que las fortunas que se gastan en publicidad. Una enseñanza de construcción de valor legítimo.

Valor compartido.

Ya desde el ámbito académico y más precisamente de uno de los mayores nombres del management y la estrategia corporativa, hemos recibido recientemente una importante contribución al mundo de la responsabilidad corporativa.

En el [número de enero-febrero de 2011 de la publicación Harvard Business Review](#), el reconocido profesor de la Harvard Business School, Michael Porter, junto al Director de FSG, Mark Kramer, proponen desde su portada algo singular: Como reparar al capitalismo (y desatar una nueva ola de crecimiento). Porter, uno de los popes de la estrategia empresarial, creador del concepto de "cadena de valor", propone alejarse un tanto de la visión de Milton Friedman de que la única responsabilidad social de la empresa es crear valor para sus accionistas y propone que la alternativa para el sistema capitalista sea la creación de valor compartido, entendiendo que ya no tiene más cabida en un mundo globalizado e hiperconectado aquella visión conservadora de Friedman. El concepto de valor compartido reconoce que los mercados también vienen delimitados por las necesidades de la sociedad. El valor compartido no tiene que ver con valores personales ni con compartir el valor ya creado por la compañía, sino con expandir la cantera total de valor económico y social. Porter y Kramer



proponen que las compañías pueden crear valor económico mediante la creación de valor colectivo. Hay tres formas de lograrlo: reconociendo productos y mercados, redefiniendo la productividad en la cadena de valor y colaborando en la construcción de clusters empresariales en sus respectivas localidades. Conectar el éxito de las compañías con el mejoramiento de la comunidad abre muchas formas de atender a nuevas necesidades, ganar en eficiencia, diferenciarse y expandir los mercados.

Lo que proponen Porter y Kramer es una visión de negocios sostenible, entendiendo por sostenibilidad el satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Los poetas de los mercaderes.

Para llevar adelante esta nueva visión de negocios, integrando la RSC en toda la organización y llevándola a la práctica en sus relaciones, es necesaria la presencia de agentes de cambio, drivers que impulsen estas prácticas y que inspiren a la Dirección a tomarlas como política y valores de la empresa u organización. Un gran publicista uruguayo, hijo de uno de mis maestros en la [Escuela Nacional de Bellas Artes](#), Claudio Invernizzi, una vez brindó una conferencia magistral ante uno de los cursos del Seminario de las Estéticas, refiriéndose a su profesión de publicista. Este profesional, multipremiado internacionalmente por su labor, pero sobre todas las cosas referente como defensor de la libertad creativa, la cultura y las artes (fue durante un breve período director de la TV Nacional), define a los publicistas como los poetas de los mercaderes. Y destaca cómo la función del publicista le ofrece a un producto o servicio la posibilidad de asociarse a algo tan intangible como la poesía. Actuar como agente de cambio para que las empresas y organizaciones manejen de mejor manera los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, de forma ética y transparente, contribuyendo con el desarrollo sostenible también tiene algo de eso: transformarnos en poetas de los mercaderes.

3. Parte 2: cultura y sostenibilidad

El término desarrollo sostenible se aplica al desarrollo socioeconómico y su definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como [Informe Brundtland](#) (1987), elaborado por distintas naciones en 1987 para la Organización de las Naciones Unidas, por una comisión encabezada por la ex Primera Ministro de Noruega, doctora Gro Harlem Brundtland, fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada por la Asamblea General en 1983. En este informe, llamado originalmente Nuestro Futuro Común (*Our Common Future*, en inglés), se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible, definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

Desde entonces, el termino desarrollo sostenible se asocia a la búsqueda de mejores condiciones económicas, sociales y ambientales y así es tratado consecutivamente en



los foros internacionales, principalmente en el ámbito de las Naciones Unidas (Río 92, Johannesburgo 2002, Río 2012 y en cada una de las revisiones periódicas de los acuerdos COP).

También esta visión ha comenzado a permear en otros organismos multinacionales: Corporación Financiera Internacional; Banco Interamericano de Desarrollo; Unión Europea; etc., definiendo políticas, normativas y estándares que contribuyen en gran medida a su adopción por parte de países desarrollados y emergentes, grandes corporaciones, empresas y otras organizaciones; pero aún no es suficiente. El desarrollo sostenible y su triple visión ha pretendido dar una respuesta holística a los problemas de la humanidad, pero para que esta visión sea realmente integradora le hace falta un componente altamente humano: la cultura.

Antecedentes.

En septiembre de 2002, se celebró en la ciudad de Porto Alegre, Brasil, la primera Reunión Pública Mundial de la Cultura, donde surgió la idea de redactar un documento orientador para las políticas culturales locales equiparable a la Agenda 21 sobre Medio Ambiente. Así surgió la Agenda 21 de la Cultura. La misma contiene 67 artículos enmarcados en cinco temáticas: cultura y derechos humanos; cultura y gobernanza; cultura, sostenibilidad y desarrollo; cultura e inclusión social; y cultura y economía.

El documento final se aprobó en el año 2004 en la ciudad de Barcelona, España, en el marco del primer Foro Universal de las Culturas. En ese mismo año fue presentado a UN HABITAT y a la UNESCO, asumiendo su coordinación la organización Ciudades y Gobiernos Locales Unidos, CGLU.

La Agenda 21 de la Cultura ha sido una organización activa en el impulso de la cultura como motor del desarrollo sostenible, la inclusión social y los derechos humanos. En este ámbito se comienza a hablar de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible, resultando uno de los objetivos de la CGLU proponer este postulado en la Cumbre Río+20.

Declaración de Sao Paulo sobre cultura y sostenibilidad.

En este sentido, en el mes de abril de 2012, la Reunión de Altas Autoridades Sudamericanas sobre Cultura y Sostenibilidad, los Ministros, Secretarios de Estado, y demás autoridades de Cultura de la República Argentina, Estado Plurinacional de Bolivia, República Federativa de Brasil, República de Chile, República de Ecuador, República de Paraguay, República de Perú y República Oriental del Uruguay, acuerdan requerir a las autoridades negociadoras de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, Río+20, que consideren en su documento final la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible, reconociéndola como dimensión articuladora y generadora de equilibrio entre los tres pilares reconocidos hasta el momento: económico, social y ambiental.

Este documento además propone “promover el concepto de ‘Buen Vivir’; como perspectiva enriquecedora de la sostenibilidad, nueva forma de ética ciudadana



concebida a partir de la articulación organizada, sustentable y dinámica de los sistemas económico, social, cultural y ambiental”. “Reafirma a la cultura en su dimensión económica en la medida que induce a la creación, innovación, emprendedorismo, generación de riqueza y oportunidades de trabajo”, entre otros importantes postulados referidos a la diversidad cultural, culturas de pueblos originarios, erradicación de la pobreza y defensa de los derechos humanos.

Lamentablemente, el documento final de la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, Río+20 no tomó este postulado con la fuerza propuesta por diferentes actores, entre ellos la Agenda 21 de la Cultura y la Reunión de Altas Autoridades Sudamericanas sobre Cultura y Sostenibilidad. El documento final hace referencia a la cultura en varias ocasiones, pero no se adopta como cuarto pilar de la sostenibilidad. Lo bueno de esto es que el concepto está en construcción; por ello entendemos fundamental este reconocimiento de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible y animamos al sector empresarial a incorporarlo dentro de su estructura de responsabilidad corporativa y buenas prácticas empresariales.

El *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura* es una nueva plataforma para sostener este postulado.

Conclusiones.

Hemos intentado definir los alcances de la responsabilidad corporativa, su relación con la cultura y ésta con el desarrollo sostenible, pero, como plantea la banda de rock irlandesa U2 en su último disco, a veces no hay línea en el horizonte. ¿Dónde está la línea que divide la responsabilidad corporativa de la filantropía, la sostenibilidad de los negocios, la responsabilidad cultural del marketing con causa?

A veces es una delgada línea marcada por posturas o intereses más o menos marketineros, más o menos filantrópicos, más o menos sostenibles.

Proponemos a las empresas y organizaciones reflexionar sobre el alcance, objetivos y logros de sus acciones sociales, ambientales y culturales y su contribución al desarrollo sostenible en sus cuatro dimensiones: económica, social, ambiental y cultural.

4. Parte 3: casos prácticos

1) [Bienal de Montevideo.](#)

A partir de la decisión de las autoridades del Banco de la República de destinar el Gran Hall de su Casa Central a un nuevo espacio cultural de la ciudad de Montevideo, desafectando sus funciones bancarias, recibimos el gran desafío de presentar este espacio con un gran evento. La Casa Central del Banco es un edificio de estilo neoclásico, construido entre los años 1928 y 1936, con un imponente hall central que tiene una bóveda de casi cincuenta metros de altura, columnas corintias, mármoles y granitos que representan una época de esplendor del Uruguay que se reflejaba en las oficinas de su principal banco.



Este espacio, que ya no es funcional a la atención bancaria moderna, será destinado a albergar un importante museo dedicado al Taller del Sur, dirigido por el artista Joaquín Torres García, máximo exponente uruguayo en las vanguardias de comienzos del siglo XX. Una vez desafectado de los servicios bancarios, el espacio permaneció cerrado al público durante casi todo el año 2012.

La Fundación Bial de Montevideo, entidad que promueve la realización de una Bial Internacional de Arte en nuestra capital a la altura de otras importantes muestras internacionales como la Bial de Venezia, Bial de Sao Paulo, etc., nos propone al Banco ser uno de los auspiciantes de la primera Bial de Montevideo a desarrollarse en el año 2012.

Así es que el problema-oportunidad nos permite abrir nuevamente nuestro Gran Hall como espacio cultural, albergando nada más ni nada menos que la primera Bial Internacional de Montevideo, muestra con más de cincuenta artistas internacionales y una veintena de artistas nacionales que proponen al público una reflexión sobre “El Gran Sur”, de acuerdo a la convocatoria de su curador principal, el alemán residente en Río de Janeiro, Alfons Hug. La muestra integra elementos relacionados al lugar geográfico “El Sur”, con obras referidas a la cultura, la naturaleza, las costumbres y los colores de esta región del mundo; al país, con elementos de la historia, la política y la idiosincrasia de nuestro pueblo; y al Banco, con obras que refieren a la historia, el capital, los empleados que hicieron la historia de una empresa ya centenaria.

Esta inversión en cultura, ha permitido la visita del gran público a uno de los edificios más emblemáticos de nuestra ciudad, pero que muy poca gente conocía. Colabora en posicionar al Banco República como institución que apoya a las artes y que también apoya a la vanguardia de la creación.

II) [La Azotea de Haedo.](#)

La Azotea de Haedo es una finca ubicada en el Departamento de Maldonado, en el límite entre su capital, Maldonado, y la ciudad balnearia de Punta del Este. La misma perteneció a un ex Presidente del Uruguay, Don Eduardo Víctor Haedo, quien fuera uno de los grandes impulsores de la cultura en el país en la primera mitad del siglo XX. Haedo impulsó la creación de la Facultad de Humanidades y Letras en la Universidad de la República y también el Salón Nacional de Artes Plásticas, entre otras importantes iniciativas culturales.

Esta propiedad era también lugar de reunión de políticos, artistas e intelectuales, sin importar su origen nacional o su filiación política o ideológica. Haedo era una persona que gustaba del intercambio de ideas y disfrutaba de las artes y de los artistas, para quienes su casa siempre estaba de puertas abiertas. Así es que a lo largo de los años, sus visitantes fueron retribuyendo la hospitalidad con obsequios que integraron un importante acervo cultural.

Por esta finca pasaron figuras tales como Pablo Neruda, Rafael Alberti, Jorge Luis Borges, Gabriela Mistral, Astor Piazzolla, China Zorrilla, Arturo Frondizi, el presidente



Eisenhower y el Papa Juan Pablo II, entre muchos otros. Quizás uno de los visitantes más controvertidos fue el del revolucionario argentino Ernesto “Che” Guevara, que concurrió como representante de Cuba con motivo de la celebración en Punta del Este de la VIII Conferencia Interamericana Económica y Social, durante la cual se fundó la Alianza para el Progreso.

Este sitio testigo de la historia del Uruguay corría el riesgo de perder esta característica ya que sus herederos, luego de la gran labor realizada por su hija Beatriz Haedo, hoy muy mayor para mantener la casa, no podían dar continuidad histórica a la finca.

Esta vez, el Banco República, afianzando sus vínculos con la comunidad de una de las regiones de mayor crecimiento en el país, adquiere la propiedad y asegura la continuidad de la misma como espacio “republicano”, proponiendo la transformación de esta casa en un centro cultural que permita mostrar su acervo cultural, histórico y patrimonial; muestras y exposiciones de artistas locales, nacionales e internacionales; espacio para presentaciones; espacio para desarrollo de actividades académicas; entre otras actividades que este espacio de 15.000 metros cuadrados pueda ofrecer a la comunidad.

En resumen, el Banco República integra en su responsabilidad corporativa el desarrollo de los cuatro pilares de la sostenibilidad: económico, social, ambiental y cultural, integrando su estrategia de sostenibilidad en los negocios, sostenibilidad en las operaciones y sostenibilidad en las relaciones con partes interesadas.

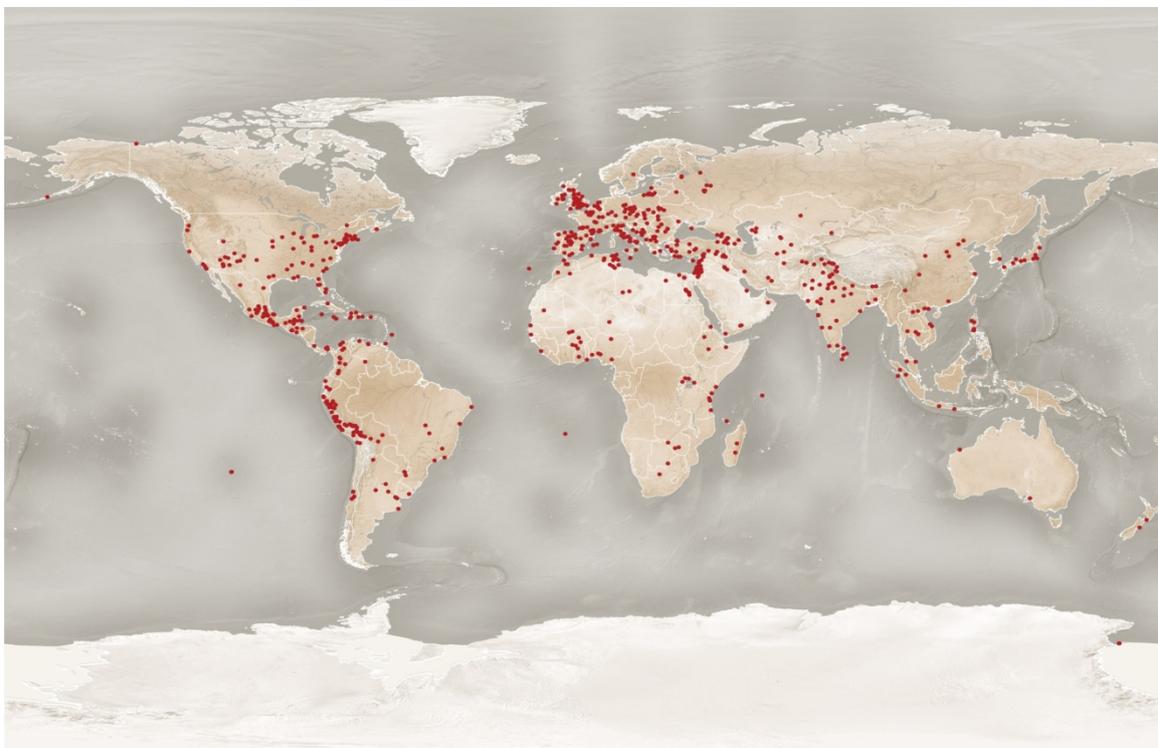
ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES. WORLD MONUMENTS FUND

JUAN PABLO DE LA PUENTE

Director Ejecutivo en World Monuments Fund

El [World Monuments Fund](#) es una entidad privada cuya misión es salvaguardar el Patrimonio Cultural máspreciado a nivel mundial en alianza con socios locales, tanto a nivel financiero como técnico. Cuando hablamos de monumentos lo hacemos desde una perspectiva amplia, incluyendo paisajes culturales, centros históricos, inmuebles históricos o artísticos, restos arqueológicos, desde las creaciones humanas más antiguas hasta las del siglo XX. Nuestra oficina principal está ubicada en Nueva York, aunque también tenemos sede en París y afiliados en Londres, Lisboa, Madrid y Perú, esta última creada recientemente y presidida por D^{ña} Marcela Pérez de Cuellar.

A continuación se muestra un mapa del mundo con todos los monumentos en los que ha intervenido el World Monuments Fund, constituido en 1965 por un Coronel del Ejército Norteamericano, James A. Gray (1909-1994). En 2015 se celebrará el cincuenta aniversario de la organización, tiempo durante el cual se han salvado más de cuatrocientos monumentos, en más de noventa países y en los cinco continentes.



El fundador del World Monuments Fund, James A. Gray, creó la primera organización privada de alcance internacional dedicada a la conservación de monumentos. Inicialmente se denominó *International Fund for Monuments* (IFM – Fondo Internacional para Monumentos) y en 1985 se cambió a su nombre actual y entró a presidirla D^a Bonnie Burnham, que continúa haciéndolo en la actualidad.

El World Monuments Fund no trabaja de manera independiente en sus proyectos, no escoge arbitrariamente los monumentos en los que quiere intervenir ni tampoco envía a sus equipos a conservar sin más. Necesita alianzas locales, tanto a nivel financiero como técnico. La selección de los proyectos es participativa: cualquier persona o entidad, pública o privada, puede solicitar la intervención del World Monuments Fund a través del formulario único de asistencia que está disponible en la página web, de manera que el World Monuments Fund no tiene un equipo ejecutor técnico en los proyectos. Los equipos ejecutores son siempre locales y si surge alguna duda en temas de conservación u otros, el World Monuments Fund cuenta con un equipo técnico que se encarga de solucionarlas o resolverlas, generando al mismo tiempo un intercambio científico.

Los cuatro grandes pilares básicos de intervención del World Monuments Fund son:

1. **Defensa:** se refiere concretamente al programa *World Monuments Watch* o lista vigía, que se explicará con detalle más adelante.
2. **Apoyo financiero:** tanto en la etapa de formulación de los proyectos como en su ejecución.
3. **Apoyo técnico:** se brinda únicamente si es requerido un apoyo científico específico para solucionar algún reto en conservación de un proyecto determinado, si el equipo local no lo puede resolver por sí mismo.
4. **Actividades educativas:** consisten en promover e impulsar la realización de actuaciones sobre la importancia de la protección del Patrimonio Cultural.

En materia de financiamiento se puede decir que el World Monuments Fund, a nivel mundial, maneja un presupuesto anual de veinte millones de dólares para apoyar distintos proyectos. Esos veinte millones surgen de las diversas alianzas que tiene la oficina de Nueva York con otra serie de entidades privadas de Estados Unidos como el [Robert W. Wilson Challenge to Conserve Our Heritage](#) (un fondo que ha ayudado muchísimo especialmente a Latinoamérica y al Perú y que requiere contrapartidas locales), el [Fondo Butler](#) para sitios de América Latina, el [Fondo Kaplan](#) para lugares en conflicto armado, el [Fondo Annenberg](#) para países en desarrollo y el Programa [American Express](#) para el desarrollo del turismo sostenible. Así como alianzas con otras fundaciones. Todas estas organizaciones son las que nutren el presupuesto del World Monuments Fund en Nueva York, junto con una suerte de fideicomisos que permiten mantener dicho presupuesto. Los fondos generados en Estados Unidos son los que se destinan a los proyectos que solicitan apoyo a lo largo del mundo.



Como ya se ha señalado, el World Monuments Fund necesita socios financieros y técnicos, públicos o privados, a nivel local que brinde recursos económicos. En el caso del Medio Oriente está la [Fundación Aga Khan](#), en México Fomento Cultural Banamex o la [Fundación Centro Histórico](#), en Perú tenemos una larga relación con la Fundación Backus, en Chile con la [Corporación de Patrimonio de Chile](#), en Argentina con la [Fundación Bunge y Born](#), entre otras organizaciones y otros países.

Con respecto a la financiación el World Monuments Fund tiene una limitación y es que el monumento a intervenir, proteger o conservar no puede ser de propiedad privada; para evitar especulaciones por parte del propietario tras la intervención realizada, tiene que tener necesariamente un uso público. Mientras a nivel de contrapartidas, el ratio depende de la fuente local de financiamiento. Si esta pertenece al sector privado, ya sea una empresa o un individuo, el ratio es 1/1, es decir, por cada dólar que pone el socio local el World Monuments Fund puede poner otro dólar e igualarlo. En cambio, si la fuente es una entidad pública, por cada dólar aportado el World Monuments Fund puede dar hasta el 0,5, la mitad. El por qué de esta estrategia está en incentivar que los gobiernos de países en desarrollo destinen recursos a educación y salud incentivando, al mismo tiempo, que el sector privado apoye más también.

El programa más importante del World Monuments Fund, en lo que respecta a la defensa del Patrimonio Histórico, es el World Monuments Watch que es el camino idóneo para solicitar apoyo a la organización. La inclusión de monumentos en este programa no implica necesariamente apoyo financiero, pero sí una obligatoriedad de difusión en una plataforma internacional que informe de la existencia de los sitios así como de la necesidad y urgencia de intervención en ellos. Este programa se creó en 1995 con el apoyo de la Fundación American Express y aproximadamente un cincuenta por ciento de los monumentos inscritos han recibido algún tipo de aportación económica. Este programa se actualiza cada dos años y, siguiendo con las características del propio World Monuments Fund, la inclusión es participativa de modo que cualquier persona, empresa o entidad (pública o privada) sin necesidad de tener un título de propiedad sobre el monumento en cuestión, ni tan siquiera una relación con él, puede nominarlo para ser intervenido. Cada dos años se reúne en Nueva York un panel de expertos internacionales que evalúan todas las nominaciones de monumentos y escogen los que serán incluidos. Cuando se inició el programa, en 1995, se llamaba Watch List of 100 Most Endangered Sites (Lista de los cien monumentos en peligro) y ahora, aunque se ha modificado, sigue teniendo alrededor de cien monumentos inscritos que entran cada dos años. El panel evaluador tiene tres criterios para decidir qué monumentos, entre todos los que compiten, entran en la lista:

- **Relevancia:** que el monumento, sitio o lugar tenga una importancia arquitectónica, artística o histórica suficiente respecto a su contexto cultural, a



su realidad, lo que significa que los sitios más famosos a nivel mundial o con mayor publicidad no entran automáticamente.

- **Urgencia:** necesidad de tener que intervenir inmediatamente para mitigar o eliminar las amenazas que está sufriendo sea cual sea su naturaleza: conflictos armados, desastres naturales, negligencia, delitos, etc.
- **Viabilidad:** implica que las medidas para mitigar las amenazas del monumento sean en la práctica viables y que se puedan realizar en un corto plazo de tiempo para solucionar el problema, pues lamentablemente sabemos que no todos los monumentos pueden ser salvados.

El próximo ciclo de nominaciones para el World Monuments Watch será en el año 2014 y las nominaciones vencen el primero de marzo de 2013. El registro se realiza a través del formulario de la página web del World Monuments Fund y consta de dos simples pasos: primero hay que registrarse con un nombre de usuario y una contraseña; y después rellenar el formulario en línea, respondiendo a todas las preguntas que se solicitan en el mismo. En este sentido es importante reiterar que no es necesario que exista una relación o una legitimidad en términos legales entre el nominador y el sitio o monumento que está postulando. Además, si el sitio o monumento es incluido finalmente en el programa, el nominador no tendrá exclusividad ni el World Monuments Fund estará obligado a trabajar con él, si se pueden conseguir fondos. Tampoco es necesario tener un proyecto o expediente listo: si ya se tiene es un trabajo adelantado y se menciona entonces en la misma nominación, pero si no, no es un requisito indispensable para ello.

El World Monuments Fund tiene una larga experiencia de trabajo en América Latina y, actualmente, tenemos cinco proyectos en cinco países Latinoamericanos distintos: Perú, Brasil, México, Guatemala y Chile, que han recibido, al menos, un millón de dólares cada uno para sus proyectos.

En el caso del Perú, el World Monuments Fund comenzó promoviendo proyectos en el año 1997, lo que se traduce en quince años de experiencia y diecisiete proyectos realizados que se muestran en el siguiente mapa: seis sitios arqueológicos de diversas culturas y once monumentos virreinales entre templos y conventos. Todos ellos con diferentes características, propietarios, realidades y necesidades. De los diecisiete proyectos no todos han tenido la misma magnitud pues, dependiendo de los socios locales en cada uno de ellos, se determina el apoyo que tendrán, sus oportunidades y que el ámbito de actuación e investigación sea más o menos integral.



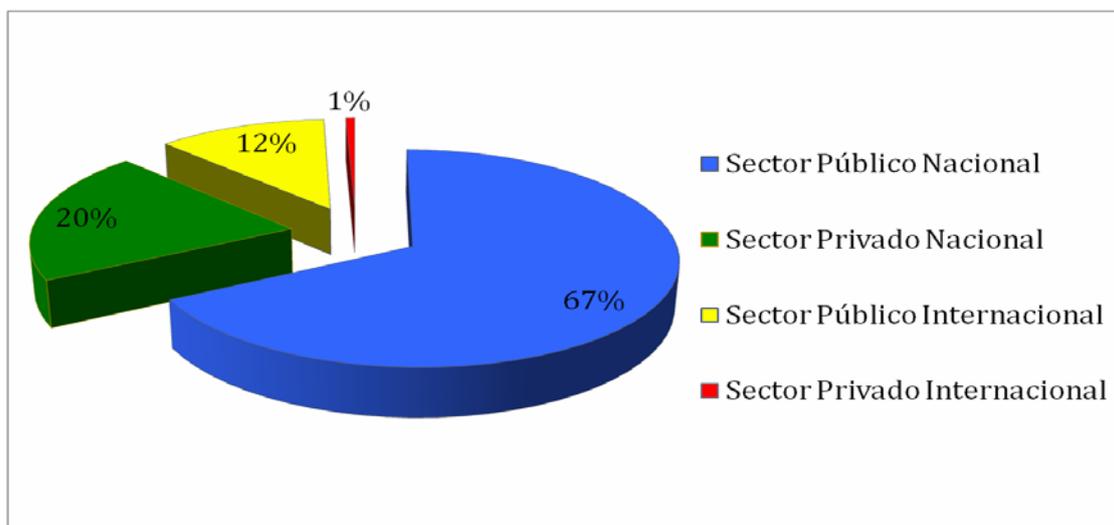
La mayoría de las intervenciones han sido de emergencia para apuntalar muros y evitar desplomes y derrumbes; se ha tratado pues de intervenciones pequeñas. Sin embargo también hay proyectos integrales de grandes dimensiones como la Huaca de la Luna, realizado en alianza con la Fundación Backus desde hace ya diez años y que es un caso emblemático de conservación que ha conseguido convertir un cerro de arena en un polo de desarrollo científico y turístico a nivel mundial.

En el Perú el World Monuments Fund tiene diversos socios privados como son la ya mencionada Fundación Backus, Repsol, Compañía Minera Antamina, Compañía Minera Buenaventura, la Asociación Los Andes de Cajamarca (ALAC) que maneja el fondo minero de Yanacocha, la Parroquia de San Pedro Apostol de Andahuaylillas, el Monasterio de Santa Catalina, etc.

Por parte del sector público contamos con la colaboración del antiguo Instituto Nacional de Cultura (inexistente hoy tras su absorción por el actual Ministerio de Cultura), el propio Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la Municipalidad Provincial de Trujillo, el Fondo de Empleo que depende del Ministerio de Trabajo, entre otros.

A nivel internacional cabe mencionar el [Fondo Contravalor Perú-Francia](#) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

En el gráfico siguiente se muestran, no los desembolsos de la organización, sino los fondos de contrapartidas que fueron conseguidos por gestiones del World Monuments Fund para ser destinados a los distintos proyectos en los últimos quince años. El monto total de estas inversiones es de aproximadamente siete millones de dólares pero, como se ha señalado, corresponden única y exclusivamente a contrapartidas.



Un dato de gran importancia a observar es que el 67% del total fue aportado por el sector público nacional. No son fondos del World Monuments Fund, sino los generados por nuestros socios locales a distintos niveles.

El 20% aportado por el sector privado pone de manifiesto que el sistema legislativo de incentivos fiscales para inversión en proyectos culturales en el Perú no está funcionando en la práctica, pues esa cifra es demasiado pequeña todavía. De hecho los datos deberían ser justo al revés: 67% de inversión privada y 20% de apoyo público.

Según la [Ley de Patrimonio del Perú](#), existe un sistema de incentivos por el cual el donante puede deducirse el 100% de lo que dona, sin embargo, el Reglamento del Impuesto de la Renta restringe esta normativa y pone como techo máximo de deducción el 10% de la renta anual. Para grandes empresas el 10% de su renta anual supone muchísimos fondos, pero a pesar de lo atractivo que pueda resultar, no funciona.

Hace unos años un equipo de trabajo estuvo en el Ministerio de Cultura investigando la necesidad de modificar el sistema de incentivos tributarios y la hipótesis extraída fue que ninguna empresa peruana, de las que apoyan la cultura, llega a ese 10%, ni se acerca. Los motivos por los que se considera que no funciona el sistema de incentivos

fiscales son variados y no están del todo claros. Puede ser que no haya en el Perú una cultura de inversión o una tradición en este sentido. También es verdad que en los últimos veinte años el Perú ha tenido un desarrollo económico muy fuerte y anteriormente no había existido una bonanza económica que permitiera desarrollar determinados ámbitos. Otra de las hipótesis que se baraja es que los proyectos de conservación de monumentos se perciben por la población como algo muy elitista, muy refinado y muy artístico que no se considera beneficioso para la comunidad, a pesar de que hay casos de éxito que evidencian que los proyectos de conservación de monumentos pueden generar desarrollo en las poblaciones intervenidas (pocos, pero existen).

En el año 2010, la [Ley por la que se creaba el Ministerio de Cultura](#) y aprobada por el Congreso, levantó el techo de desgravación del 10 al 15%, pero como todavía no hay una reglamentación de ese artículo, no se aplica en la práctica. Sin embargo, en mi opinión, el problema no es tanto este techo sino más bien un problema de barreras burocráticas o incluso un tema cultural, por lo que sería mejor hacerlo más flexible reduciéndolo incluso al 1% en vez de subirlo al 15%. El problema es que no hay data respecto a esta situación ni por parte del Ministerio de Economía y Finanzas a través de la SUNAT, que es la institución que controla y administra la recaudación tributaria, ni por parte del propio Ministerio de Cultura. Así que habría que levantar esa data y analizar realmente qué es lo que está pasando y por qué. Para cambiar la inversión en el ámbito cultural hace falta un cambio agresivo y sin duda un crédito fiscal es mucho más atractivo para un donante que una deducción por gastos. Esto sería una posibilidad.

Finalmente y para terminar, cabe decir que desde el World Monuments Fund se cree firmemente que el apoyo internacional para proyectos de conservación sirve de ayuda; sin embargo para la conservación sostenible y a largo plazo tiene que haber un compromiso por parte de todos: las comunidades afectadas y las instituciones públicas y privadas locales para promoverlo.

El aspecto financiero es fundamental, pero no es lo único importante, pues de nada sirve tener fondos si las técnicas de conservación utilizadas no son las adecuadas. Así pues, es imprescindible contar con Escuelas de Conservación que garanticen altos niveles de calidad en las intervenciones. Sin olvidar el fortalecimiento de aspectos administrativos en la gestión cultural porque las cifras que hemos visto hacen referencia al primer paso de la financiación para la planificación y ejecución de proyectos de conservación, pero una vez terminados los trabajos hace falta un mantenimiento y, por tanto, un uso sostenible del monumento intervenido. Lo ideal sería, pues, que cada monumento fuera autosostenible y no necesitase donaciones, pero para ello hace falta un cambio agresivo en los procesos y en la mentalidad.

ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES: LA FUNDACIÓN ILAM (COSTA RICA)

GEORGINA DECARLI
Directora

En esta época, de un presente tan confuso y un futuro tan incierto, los proyectos culturales (del ámbito privado o público) que gestionan la puesta en valor de nuestro Patrimonio Cultural han ido perdiendo el patrocinio que, aunque escaso e intermitente, les permitía cumplir con su propósito. Hasta los programas culturales 'privilegiados' que hasta el momento han gozado del apoyo de las grandes fundaciones están seriamente preocupados por su supervivencia.

Por su parte, la delicada situación del Patrimonio Cultural latinoamericano (en su manifestación tangible e intangible), sigue siendo víctima de una presión creciente, resultado de diversas causas: el crecimiento poblacional, los desastres naturales, los efectos de la globalización y la falta de conciencia acerca de su valor e importancia, entre otros. Pero, uno de los problemas más graves y de larga data que enfrenta el Patrimonio Cultural es la falta de políticas públicas (o de su implementación cuando esta existe) y, relacionado con ello, la poca disponibilidad de fondos y de recursos asignados para atender las necesidades de la preservación y puesta en valor del Patrimonio, en forma integral.

Desde el sector público son ya tradicionales los recortes presupuestarios de los programas culturales/patrimoniales que de él dependen, pero por primera vez hemos comenzado a ver - no sin asombro - el cierre y desmantelamiento de algunos de ellos. En el sector privado, las empresas se han volcado - mayoritariamente - hacia su responsabilidad social corporativa; por su parte, las fundaciones han ido disminuyendo los montos de sus patrocinios así como el impacto de los mismos y las organizaciones internacionales han comenzado a priorizar su ayuda a proyectos culturales pero con una clara incidencia e impacto en los sectores empobrecidos, según los actuales lineamientos establecidos.

Si lo anterior es relativamente nuevo, no lo es la falta de atención generalizada sobre la situación de los bienes culturales del Patrimonio de un país, lo cual se pone mayormente en evidencia cuando las acciones que ejercen tanto el sector público como el sector privado, respondiendo a su cultura institucional, sobre este Patrimonio son puntuales, por no decir selectivas. Pareciera que, en América Latina, el Patrimonio Histórico estuviera reducido a iconos: el museo de arte de..., la semana santa en..., el parque arqueológico de... y ¿qué pasa con el inmenso resto de nuestro rico y diverso Patrimonio?



Entendemos que ante este escenario es urgente la necesidad de una colaboración real y efectiva, pero, ¿es esto posible con la actual cultura institucional tanto del sector público como del sector privado? Desde la Fundación ILAM consideramos que el marco de este *Encuentro Iberoamericano sobre la financiación de la cultura* es el lugar idóneo para hacernos esta pregunta y reflexionar a la luz de la actual crisis.

1. ¿Qué es la Fundación ILAM?

La [Fundación ILAM](#) es una organización no-gubernamental, bajo la legislación costarricense y de vocación latinoamericana, con quince años de existencia, que se establece con el propósito de buscar soluciones viables y realistas - desde un enfoque integral de la situación del Patrimonio y de las instituciones patrimoniales (*) - que permitan el desarrollo de sus capacidades institucionales y su incidencia en el desarrollo local de las comunidades, por medio del uso responsable de sus recursos patrimoniales.

Misión y Principios

Nuestra misión es brindar, a través de la investigación, comunicación, capacitación y asesoría, un apoyo concreto a las instituciones patrimoniales de América Latina y el Caribe, posibilitando que estas sean agentes de cambio y desarrollo de las comunidades a quienes sirven.

La labor permanente del ILAM y los programas que desarrollamos se rigen por los siguientes principios:

- Inclusión y neutralidad.
- Democratización de la información.
- Valorización y difusión del Patrimonio.
- Museología comprometida con la comunidad.
- Capacitación desde una perspectiva latinoamericana.
- Integración del Patrimonio (Cultural y Natural).
- Tecnología de punta al servicio del Patrimonio.



(*) En ILAM entendemos las instituciones patrimoniales como “organizaciones sin fines de lucro, abiertas al público, las cuales si bien presentan temáticas diferentes, las amalgama el hecho de que su propósito es la preservación, investigación y principalmente la comunicación del Patrimonio Cultural y/o Natural, a un público heterogéneo por medio de estrategias diversas”.

Conformación de la Fundación

La Fundación ILAM es una organización no-gubernamental, sin fines de lucro, creada en diciembre de 1997, con sede en San José, Costa Rica, y se establece como una Fundación “Asociativa”, según la legislación costarricense.

Nombre:	Fundación ILAM
Cobertura:	América Latina y el Caribe
Sede:	Costa Rica
Razón Social:	ONG
Ced. Jurídica:	# 3-006-215695
Fecha Creación:	Diciembre de 1997

La creación de la Fundación ILAM fue iniciativa de un grupo de académicos de la Universidad Nacional (UNA) en Costa Rica para dar apoyo a un Programa de Museología para América Latina y el Caribe que se estaba iniciando, de allí el origen del nombre, ILAM, sigla conformada por las palabras Instituto Latinoamericano de Museos y Parques.

El establecimiento de una alianza estratégica durante los tres primeros años entre este Programa y la [Reinwardt Academy, Amsterdam School of the Arts](#) de Holanda nos permitió consolidarnos y dar inicio a nuestra labor. Posteriormente el Programa de Museología decide dedicarse a la creación y desarrollo de la primer Maestría Virtual en Museología y a partir de fines del 2000 la Fundación ILAM se separa de la Universidad Nacional (UNA), dedicándose a los programas que hoy la caracterizan y distinguen en el medio.

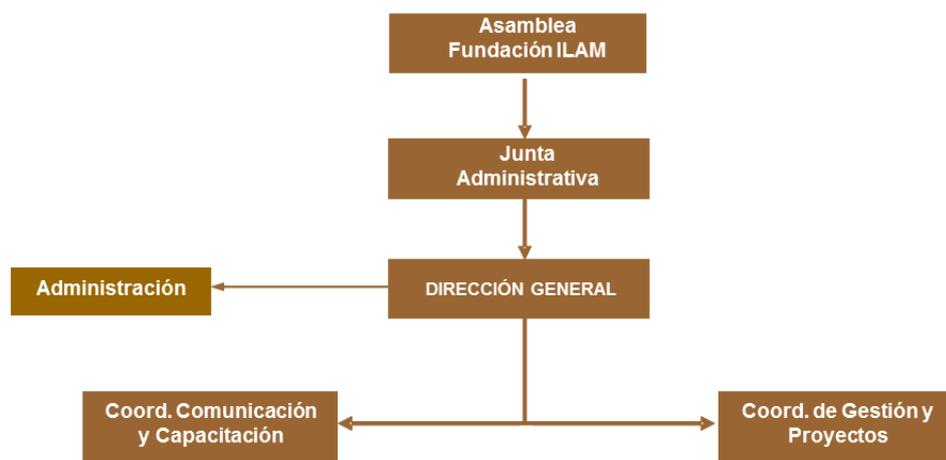
En abril de 1998 se realiza en Costa Rica la Cumbre de los Museos de América: “Museos y Comunidades Sostenibles”. Esta reunión, organizada por la [Asociación Americana de Museos \(AAM\)](#) y coordinada por el ILAM, fue una respuesta al llamado del Plan Trienal del International Council of Museums (ICOM) para promover redes para la cooperación regional e internacional. En la Cumbre participaron delegados de treinta y tres países del continente, proponiendo una agenda para la acción que incluía el establecimiento de redes regionales: el Portal del ILAM fue nuestra respuesta a este llamado de cooperación y el inicio de un largo recorrido en la concreción de nuestra Misión.

Organización de la Fundación

La Fundación ILAM se rige por la Asamblea General y la Junta Administrativa; como instancias ejecutivas de su organización interna tiene la Dirección General y dos Coordinaciones: el Área de Comunicación y Capacitación y el Área de Gestión de Proyectos y Consultorías, por medio de las cuales se llevan a cabo los programas permanentes, proyectos y actividades, representadas en el siguiente organigrama:



Organigrama



Nuestra Fundación opera con oficina central en San José, Costa Rica, y una representación en Montevideo, Uruguay; el trabajo se realiza principalmente en forma virtual a través de su Portal www.ilam.org

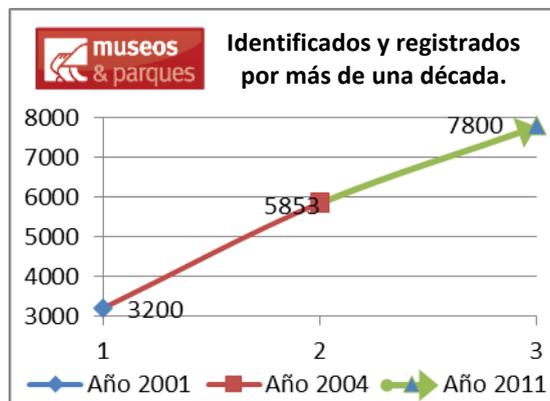
La Fundación ILAM logró posicionarse como organismo regional, gracias a la entrega y dedicación de su equipo profesional permanente y del apoyo de un cuerpo de trabajo voluntario; así como gracias al alto nivel y compromiso de sus profesores y consultores asociados integrado por reconocidos especialistas, provenientes de diversos países latinoamericanos.

¿Cuáles acciones culturales permanentes desarrolla y apoya la Fundación ILAM?

Respondiendo a nuestra misión y guiada por sus principios, ILAM ha venido desarrollando durante todos estos años las siguientes acciones culturales permanentes, las cuales le han permitido ponderarse como un centro que, al democratizar el acceso a capacitación y distribución de información, coadyuva a la superación de las instituciones patrimoniales de América Latina y el Caribe y, consecuentemente, a la revalorización de nuestro Patrimonio Histórico y el respeto a la diversidad cultural, por parte de la comunidad latinoamericana e internacional.

1. Ofrecemos visibilidad a la totalidad del Patrimonio latinoamericano, brindando también información actualizada a los esfuerzos realizados en la región atinentes a la salvaguarda, preservación y difusión de los recursos patrimoniales.
 - Creación, desarrollo y actualización del único [Directorio Digital de Museos & Parques de América Latina y el Caribe](#) que registra todas las instituciones patrimoniales de la región, integrado por 21 países y 12 temáticas (con mapas interactivos). Este Directorio permite, además, un conocimiento informado sobre la diversidad de instituciones que preservan y difunden nuestro

Patrimonio, poniendo en evidencia la complejidad que este presenta en Latinoamérica.



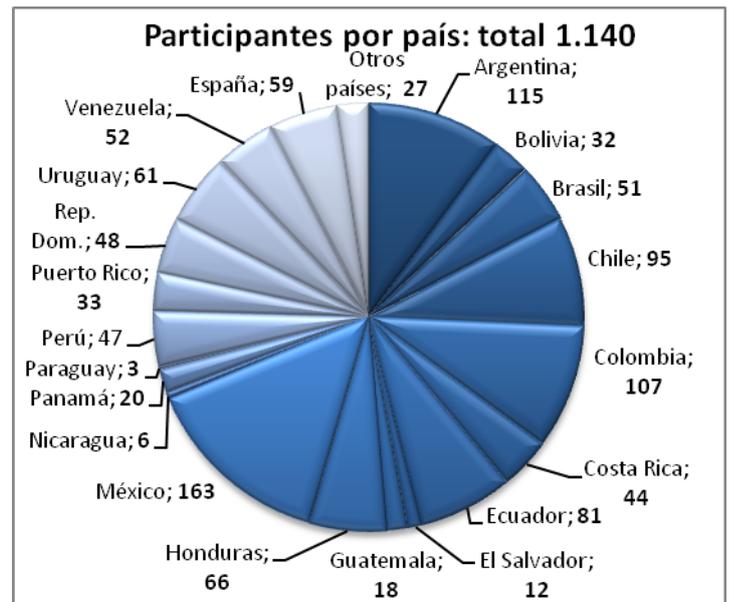
- Hemos posibilitado a más de 7.000 instituciones patrimoniales (museos, sitios, parques, entre otros) su visibilidad y difusión por medio de su inclusión en el Directorio. Tienen la facilidad de inscribir su institución o actualizar en línea la información existente (actualizar datos, enlace a su página web, subir fotos, su ubicación geo-referenciada, entre otros); haciendo visible su institución a través de la Web y posibilitando su conocimiento y contacto.

El público visitante tiene la facilidad de comentar y opinar sobre su visita a los museos, sitios o parques de su interés y también de subir fotos de recuerdo de su visita, porque creemos que el Patrimonio Cultural no es sólo responsabilidad de los expertos.

- Por medio de nuestra Sección S.O.S. Patrimonio difundimos de manera agrupada y sistematizada las noticias y sucesos más relevantes sobre el Patrimonio latinoamericano, así como las acciones que perjudican su preservación. Es un espacio para informar de los constantes peligros que corren nuestros bienes patrimoniales, pero también para conocer de las acciones que día a día emprenden personas comprometidas con su salvaguarda y que de otro modo pasan desapercibidas por no contar con medios de difusión para darlas a conocer. Asimismo, se ofrece un espacio para que personas preocupadas por acciones en contra del Patrimonio se expresen, analicen y propongan soluciones a problemas concretos.

2. Tomando en cuenta que la gran mayoría de las instituciones patrimoniales de la región, no cuenta con personal profesional especializado y, por lo tanto, muchas labores cotidianas están en manos de un personal no-especializado pero con un gran compromiso, la necesidad de capacitación y actualización deben tener prioridad. Por ello, favorecemos la superación de técnicos y profesionales que son responsables de nuestro Patrimonio, por medio de su capacitación práctica y acceso a documentación especializada y materiales de apoyo.

- Tenemos la más comprensiva oferta de capacitación continua en modalidad virtual - los Talleres ILAM -, impartida en forma ininterrumpida hasta la fecha; 430 instituciones (públicas, privadas y mixtas) se vieron beneficiadas con nuevos conocimiento, actualización e intercambio, propiciado en nuestra Aula Virtual. Esta capacitación está concebida como una estrategia en la defensa del Patrimonio Cultural y Natural, dándole prioridad a la calidad y diversidad temática (más de cincuenta temas abordados), lo que permite a las instituciones patrimoniales solventar, en parte, la necesidad de actualización permanente de sus trabajadores.



- Ponemos a disposición de profesionales y personas interesadas en la gestión del Patrimonio (desde conservación hasta turismo) nuestro [Centro de Documentación Virtual](#), con más de 400 publicaciones y artículos en español, descargables en línea. Lo cual sumado a nuestros Materiales de Apoyo como herramientas que les ayuden en su trabajo profesional, les permite contar con un corpus de información actualizada, de fácil acceso.



3. En el marco de los lineamientos de Cultura & Desarrollo, desarrollamos la metodología y las herramientas de trabajo para que las instituciones patrimoniales tengan un verdadero impacto como agentes de desarrollo local. Siendo la única organización de carácter regional latinoamericano comprensiva de la diversidad del Patrimonio de la región y experta en la temática, llevamos a cabo permanentemente diversas investigaciones y proyectos patrimoniales, invitados por organizaciones nacionales e internacionales afines.
 - Hemos desarrollado una metodología denominada “preservación activa del Patrimonio” que busca brindar a las instituciones patrimoniales y organizaciones civiles relacionadas las herramientas de trabajo que les posibilite un verdadero impacto como agentes de desarrollo local, gracias a un trabajo conjunto con sus comunidades.



- Nuestra más reciente publicación - con apoyo de la UNESCO - pone a disposición de las instituciones patrimoniales dicha metodología, por medio de un proceso de auto-capacitación, autoevaluación y obtención de un certificado de aprovechamiento, junto con herramientas de trabajo para que los museos logren un verdadero impacto en el trabajo y relación con sus comunidades.
4. Realizamos, como organización regional, una activa participación en diversos foros, así como publicaciones de nuestras investigaciones en revistas especializadas. La presencia de la Fundación ILAM en actividades internacionales nos ayuda tanto a divulgar como a recopilar material que sirve para investigación, publicación y retroalimentación de conocimiento por medio de ediciones electrónicas y físicas.

2. ¿Cómo se financia la Fundación ILAM?

La Fundación ILAM responde a la figura de “Fundación Asociativa”, la cual según la legislación costarricense está constituida por un grupo de fundadores que únicamente aportan un patrimonio simbólico, pero disponen de un estatuto que les posibilita recibir nuevos patrimonios y el desarrollo de toda actividad económica (como cualquier otro sujeto de derecho) para el desarrollo de los fines para lo cual fue

concebida.

Lo que diferencia a este tipo de Fundación de las restantes (empresariales, familiares, independientes) es que no cuenta con un capital como patrimonio base que le permita una gestión básica (gastos operativos generales) y los recursos necesarios para el desarrollo de sus programas.

En el caso de la Fundación ILAM, a la situación anterior se suma el hecho de tener una vocación regional - es decir que sus programas no se relacionan con un país específico - sino que se busca la generación de condiciones que permitan el desarrollo de las capacidades institucionales para coadyuvar en la salvaguarda y puesta en valor del Patrimonio Cultural en todos los países latinoamericanos.

Por lo tanto, los recursos necesarios para cumplir con nuestro propósito institucional provienen de:

- El desarrollo de proyectos que la Fundación ILAM establece con instituciones nacionales y organizaciones internacionales con intereses en común, de los cuales se obtiene un porcentaje de ingresos, para solventar gastos operativos generales. Así, podemos mencionar los siguientes:
 - Desarrollo de varios proyectos junto con la UNESCO (2005-2011).
 - Coordinación técnica del programa de Cultura & Desarrollo para Costa Rica, del Fondo Español para los Objetivos del Milenio y el Sistema de Naciones Unidas (2008-2011).
 - Como representante del Sector Cultura en el proyecto “Link all: inclusión electrónica de comunidades remotas en América Latina”, de la Oficina de Cooperación EuropeAid, de la Comisión Europea (2003-2006).
- La auto-generación de recursos por medio de la ejecución de consultorías a nivel nacional (en diversos países) en gestión del Patrimonio: cursos de capacitación presenciales, desarrollo de proyectos de interpretación y ante-proyectos museológicos, diagnósticos y evaluaciones, elaboración de guías didácticas, asesoría en planeación estratégica, entre otros.
- La donación de empresas y personas interesadas en brindar su apoyo en el mejoramiento de las condiciones para una gestión responsable del Patrimonio Cultural a diversos niveles. La Fundación ILAM está autorizada a recibir donaciones deducibles de la renta bruta de los donantes, bajo la legislación de la República de Costa Rica y en virtud del Oficio del Ministerio de Hacienda SRAH-188-99 del 23 de junio 1999.
- Los acuerdos de colaboración con Direcciones Nacionales (de Patrimonio, de Cultura, de Museos, de Parques), Asociaciones de Museos, Redes de Cultura, Universidades, entre otros, lo que nos permitió tener acceso a vital información institucional como bases de datos, directorios impresos, direcciones web, publicaciones varias, material audio-visual, entre otros.



La Fundación ILAM se ha visto, desde luego, fuertemente afectada por la crisis actual y sus consecuencias en el sector cultural/patrimonial. El impacto principal provino de la drástica reducción en el desarrollo de proyectos que la Fundación era invitada a participar por organizaciones internacionales con intereses en común.

Fundación ILAM y su relación con el sector público

Para responder a una de las expectativas de este *Encuentro* sobre cómo unir esfuerzos - entre los sectores públicos y privados - para abordar la ejecución de proyectos culturales/patrimoniales que de otra manera no serían viables, expondré una situación a la que la Fundación trata de dar respuesta, pero que sólo sería posible con la unión de esfuerzos con el sector público.

Descripción de la situación:

La Fundación ILAM desarrolla programas permanentes que buscan incidir - hacer una diferencia - en las capacidades institucionales para que estas puedan enfrentar los problemas cotidianos en la preservación y comunicación del Patrimonio Histórico bajo su custodia.

Si consideramos que existen más de 7.000 instituciones patrimoniales en la región y que en ellas trabajan un promedio de diez personas (profesionales, técnicos y administrativos), es decir, una cantidad aproximada de 70.000 trabajadores del área de la cultura/patrimonio y tomando en cuenta que en la gran mayoría de estas instituciones, las labores cotidianas están en manos de un personal no-especializado pero con un gran compromiso, la necesidad de capacitación y actualización deberían tener prioridad.

Desde el 2003, venimos brindando en forma ininterrumpida los Talleres ILAM modalidad virtual, los cuales tienen un costo para el participante de 185 dólares (que equivale al 50% de su costo real, que es asumido por ILAM); brevemente sus principales características son:

- Seis semanas de duración que comprenden: la interacción con el profesor(a) y compañeros en la plataforma educativa virtual, los materiales elaborados para el curso, bibliografía en español, foros de discusión y acceso al Centro de Documentación virtual del ILAM. Las dos últimas semanas están dedicadas a la preparación de un trabajo final - con la asesoría del profesor(a) - que se aplicará en la institución del participante.
- La participación limitada a veinte estudiantes (de diversos países de América Latina y el Caribe) permite al profesor(a) mantener la calidad y principalmente el trato personalizado hacia el estudiante y apoyo específico a su práctica laboral, que nos ha caracterizado.
- La calidad y variedad de los temas presentados (+ de 50) es resultado de un monitoreo sobre la situación y acción de las instituciones patrimoniales y de una constante búsqueda de información y actualización de conocimientos, lo que



permite la presentación de una oferta diversa y de renovado interés por parte de los usuarios.

Durante los nueve años de existencia del Programa Talleres ILAM, la Fundación ha mantenido una estrecha relación con el sector público de los países latinoamericanos, principalmente con los Ministerios de Cultura y sus Direcciones de Patrimonio y/o Museos. No podríamos decir que el resultado de esta interacción haya sido fructífero, como podría haberlo sido; más bien ha sido frustrante evidenciar como este sector público no está interesado en aprovechar alianzas con el sector privado - como sería con nuestro caso -, que le posibiliten el desarrollo de capacidades en las instituciones que de ellos depende y que nos consta que necesitan con urgencia.

La mayor resistencia - o falta de interés - en la capacitación del personal del sector cultura proviene de las instancias gubernamentales (a nivel estatal, provincial, municipal); nos consta que muchos participantes de los talleres que provienen de estas instancias deben pagar de su propio bolsillo la capacitación, lo cual realmente

lamentamos conociendo el bajo nivel de los salarios.

También podemos dar como ejemplo de un Taller sobre Registro y Catalogación de Colecciones que pudimos ofrecer (2011), con beca total gracias a la Dirección de Museos de España; para un total de 25 becas se presentaron 235 postulaciones, casi una sobre-demanda del 200%, lo que deja bien en claro la necesidad de esta capacitación.

En ILAM conocemos muy bien las

diversas necesidades y potencialidades con las que cuentan las instancias del sector público, así como la situación económica en común que les limita para una óptima gestión de sus instituciones.

El problema radica en que en nuestra región los museos y parques arqueológicos, entre otros, y principalmente las instituciones de los que ellos dependen, conciben la capacitación del personal como un gasto y no como una inversión. Pero, lo que raramente se mide es cuánto cuesta la falta de capacitación/actualización del personal a cargo de nuestro Patrimonio Cultural y Natural y la evidencia de esto la podemos ver todos los días.

Pero la realidad es, lamentablemente, que para el sector público no son inversiones atractivas como lo es una exposición o invitar a un experto internacional para que de una conferencia, lo cual en términos relativos equivaldría a la capacitación de unas



cien personas. En todos los países abundan ejemplos de este tipo; la excusa permanente que nos han dado las Direcciones de Museos o de Patrimonio es la falta de presupuesto, pero nos preguntarnos ¿acaso se presupuesta la capacitación? o es más fácil dejarla en manos de los propios trabajadores de la cultura.

Desgraciadamente, consideramos que esto responde a la cultura institucional del sector público y mientras ésta no tenga clara su responsabilidad en brindar las condiciones necesarias a las instancias culturales/patrimoniales que de ellas dependen, va a ser muy difícil llegar a la concreción de una alianza de responsabilidad compartida entre el sector privado y el sector público.

Como cierre a lo expuesto quiero citar unos cortos mensajes que nos enviaron a ILAM a inicio de año como resultado de una posible suspensión de los Talleres ILAM debido, justamente, a la falta de patrocinio por parte del sector público. Considero que estos pocos testimonios (de más de cien que recibimos) hablan por sí solos, leámoslos:

“Es realmente una pena conocer esta noticia, se ve que en América Latina como en el resto del mundo trabajar por la cultura no le interesa a nuestros gobernantes. Sin embargo hay que seguir luchando contra la adversidad. Que sigan los procesos de capacitación es importante, porque en realidad ILAM solo se ha dado un receso, nada mas...y volverán con mas fuerzas.

Saludos

Jorge Llanque
Oruro, Bolivia”

“Estimad@s Amig@s ILAM:

Lamento mucho el cese de los talleres, siempre de gran interés y calidad. Significaron un tremendo aporte a los trabajadores de museos latinoamericanos y su necesidad de actualización permanente. Mis felicitaciones por el valioso trabajo cumplido y sinceros deseos de mejores tiempos que permitan reeditarlos.

Cordiales saludos,

Prof. Branko A.Marinov
Antofagasta, Chile”

“Quede muda con su comunicación. Realmente es muy triste que este espacio de capacitación y comunicación se nos cierre a los trabajadores del patrimonio cultural. Personalmente, me vi enriquecida por la oferta de talleres virtuales del ILAM. Les agradezco profundamente.

Cordialmente

Beatriz Granados
Bogotá, Colombia”

“Es una noticia lamentable que no pueda seguir el programa de capacitación virtual. En Argentina son muy pocas las instituciones que imparten cursos de capacitación, y los costos de los mismos muchas veces son inalcanzables; uds ayudaron a que podamos incrementar nuestros conocimientos y revalorizar nuestro patrimonio regional. Esperemos que en algún momento se prosiga con los mismos.

Lic. Adriana Flandinetto,
Rosario, Argentina”

“En realidad es una noticia lamentable y muy triste. Quisiera agradecer por la gran labor que han hecho, aprendí mucho en los talleres en los que participé y de hecho por ellos contribuyo de manera más eficiente en mi museo. Espero que esta situación se pueda arreglar, lo mejor sería que consigan apoyo entre las entidades a las cuales ustedes ayudaron.

Un vez más muchas gracias y muchas bendiciones, seguro habrá una respuesta positiva.

Paulina Vega
Quito, Ecuador”



ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES. FOMENTO CULTURAL BANAMEX A.C.

IGNACIO ALBERTO MONTERRUBIO

Coordinador Ejecutivo en Fomento Cultural Banamex

Fomento Cultural Banamex es una fundación creada por el Banco Nacional de México en 1971. Desde sus inicios, hace ciento veintinueve años, el Banco Nacional de México mantiene el compromiso de preservar y promover los valores de la cultura mexicana. En un principio, el Banco se instaló en un edificio emblemático del Barroco mexicano en el centro histórico de la Ciudad de México y, posteriormente, comenzó a adquirir obras de arte para la decoración de este edificio y los demás inmuebles que se fueron comprando posteriormente, siendo estos también iconos arquitectónicos y artísticos en sus diferentes ciudades o regiones.

La misión de Fomento Cultural Banamex es impulsar la inversión en el desarrollo cultural, así como promover, preservar y difundir la cultura mexicana. Y como visión queremos ser un ejemplo reconocido de empresa privada que promueve la cultura de México con liderazgo, a través de innovadoras acciones y acorde a las necesidades del país y del Banco Nacional de México.

A continuación mencionaré algunos de nuestros objetivos, los cuales tratamos siempre tener muy claros para poder desarrollar nuestras actividades:

- Fomentar la investigación para profundizar en el conocimiento de nuestra historia y Patrimonio Cultural en temas trascendentales, escasamente abordados por los estudios especializados.
- Acercarse al ámbito cultural de México y del mundo con proyectos de alta calidad artística.
- Desarrollar proyectos y programas representativos que realcen la identidad y los valores tradicionales mexicanos.
- Coadyuvar al rescate y la conservación del Patrimonio Histórico, arquitectónico y artístico del país.
- Ser un vehículo impulsor del compromiso del Grupo Financiero Banamex con la educación, la cultura y las tradiciones de México.

Con relación a estos objetivos, nuestras líneas de acción fundamentales, con las que nos manejamos, son cinco:

Exposiciones: las exposiciones nacionales, en la ciudad de México, se celebran en la sede de Banamex, que es el Palacio de Iturbide, joya del barroco novohispano de la segunda mitad del siglo XVIII. En otras ciudades del país disponemos también de algunos inmuebles maravillosos de principios del siglo XVIII o anteriores, como la Casa Solariega de los Montejo (S. XVI), en Mérida; la



Casa del Mayorazgo de la Canal (s. XVIII), en San Miguel de Allende; o el Palacio del Conde del Valle de Súchil (s. XVIII), en Durango, los cuales son inmuebles que se han transformado, desde 2009, en Casas de Cultura Banamex, donde ahora se presentan exposiciones permanentes y temporales, conferencias, conciertos, presentaciones de libros, entre otras actividades. A lo largo de la existencia de nuestra Asociación se han realizado más de quinientas exposiciones tanto nacionales como internacionales.

Arte Popular: en 1996 iniciamos un programa de apoyo al arte popular mexicano a través del diagnóstico de la actividad artesanal nacional para posteriormente conformar un directorio de grandes maestros, a los cuales se les brindaron diversos apoyos, así como la creación de un libro, el cual se ha convertido en un referente en la materia, la compra y comercialización de piezas, así como la presentación de exposiciones. Desde hace cinco años empezamos también a trabajar en una línea iberoamericana. Como un primer resultado de ello, les comento que en días pasados inauguramos, en el marco de la Cumbre Iberoamericana de Cádiz (España, noviembre de 2012), la exposición "[Grandes maestros del arte popular de Iberoamérica](#)", con más de mil quinientas piezas de veintidós países iberoamericanos. Ha sido recibida con gran éxito y a partir de mediados de 2014 iniciará su itinerancia por Colombia, Brasil, Argentina, Chile y, muy probablemente, aquí en Perú.

Publicaciones: desde sus inicios, Fomento Cultural Banamex edita libros, catálogos, folletos, polípticos desde su área editorial. Contamos con más de ciento cincuenta libros editados de una gran calidad tanto a nivel de investigación como de diseño, por lo que hemos sido merecedores de diversos premios editoriales, tanto nacionales como extranjeros en los últimos años.

Restauración y conservación: desde el año 2000 iniciamos esta importante línea de acción en la que nos hemos sumado a más de sesenta proyectos, tanto de rescate de monumentos históricos como arqueológicos. Esto siempre en alianza con las instituciones nacionales encargadas de salvar y guardar nuestro patrimonio y sumando voluntades con otros socios, públicos y privados, nacionales y extranjeros, lo que permite recaudar mayores presupuestos y potenciar el impacto de las acciones en beneficio de las comunidades.

Servicios Educativos: independientemente de su trabajo cotidiano, se suma a las actividades de las otras cuatro líneas de acción; es decir, complementan de manera importante a las exposiciones, el arte popular, las publicaciones y las acciones de restauración y conservación.

Como ejemplo de la participación de Fomento Cultural Banamex en acciones culturales, quisiera destacar y compartir la experiencia de tres proyectos recientes:



- 1- [Proyecto integral turístico-cultural Santa Fe de la Laguna, en Michoacán](#). A invitación expresa de un importante consejero del Banco, nos sumamos a las acciones ya realizadas en el campo social y educativo con acciones culturales y de desarrollo turístico. Todo ello, en colaboración con socios como [Fundación Cinépolis](#), [Fundación Roberto Hernández Ramírez](#), una de las mayores y más fuertes fundaciones privadas de nuestro país, y con el Gobierno del Estado de Michoacán. Este proyecto contó con tres fases entre 2008 y 2012:
 - a. Programa de apoyo al arte popular.
 - b. Programa educativo de Patrimonio Cultural.
 - c. Proyecto integral turístico-cultural.

En este proyecto se llevó a cabo un fuerte apoyo a los artesanos locales, como punto de partida, en diferentes talleres y actividades: Taller de Nicolás Fabián de barro bruñido y vidriado, Taller de la Familia Hernández Santana, Taller de Rosa Huacuz, Taller de Isabel Santana Nambo y Taller de Bordados (investigación de bordados tradicionales y curso de corte y confección). Se trata de un proyecto pequeño, de unos 200.000 dólares, pero que se considera repetir en los próximos años en los pueblos de los alrededores de Santa Fe de la Laguna. Los resultados de estas actuaciones fueron la creación de ocho talleres, con veintidós artesanos beneficiados directamente más otros ciento diez indirectamente, cinco talleres acondicionados, instalación de una cisterna y una máquina de empaque, construcción de siete hornos de cielo abierto más uno de gas reparado, acondicionamiento de seis espacios para exhibición de muestrarios, adquisición de ciento veinte piezas para conformar dichos muestrarios y la consecución de dieciséis puestos de trabajo artesanal en el campo del barro sin plomo.





El incremento de 2008 a 2009 supuso un impacto casi inmediato en las ventas anuales de estos talleres, según los datos reportados por seis de los artesanos participantes, observándose un incremento del 179% en promedio durante ese año.

La fase del Programa Educativo de Patrimonio Cultural se dividió a su vez en tres partes: talleres para la sensibilización sobre la riqueza histórica y arquitectónica (inicialmente con niños y después con población adulta), talleres para la sensibilización sobre el Patrimonio del arte popular y talleres para la sensibilización sobre recursos y finanzas para niños.

Finalmente el Proyecto Integral Turístico-Cultural manejó dos acciones: un plano turístico-cultural (que tardó en desarrollarse aproximadamente un año o año y medio y que incluye la captación de las distintas actividades que puede desarrollar un visitante durante medio día, un día o dos días en Santa Fe de la Laguna, es decir, toda la oferta cultural de la zona) y un Museo de Sitio.

Los gastos generados en esta inversión entre 2008 y 2010 ascendieron a \$1.422.527 pesos.

Gastos Ejercidos 2008 - 2010

GASTOS ANUALES	GASTOS TALLERES	VIATICOS	HONORARIOS
2008	95,815.68	38,340.85	86,250.00
2009	721,159.11	105,748.40	287,481.60
2010	2,026.00		85,705.70
	819,000.79	144,089.25	459,437.30

SUMA TOTAL	1,422,527.34
-------------------	---------------------

GASTOS 2008	220,406.53
GASTOS 2009	1,114,389.11
GASTOS 2010	87,731.70
TOTAL	1,422,527.34



ALREDEDORES

Alrededores es un capítulo que trata del lugar, un sitio que representa un espacio físico y cultural que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

Este capítulo trata de los alrededores de la Laguna de Patate, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

RUTA HISTÓRICA

Calles de Santa Fe de la Laguna

Este capítulo trata de las calles de Santa Fe de la Laguna, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

San Nicolás de Bari

Este capítulo trata de la iglesia de San Nicolás de Bari, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

Tianguis Popular

Este capítulo trata del tianguis popular, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

Hospital Pueblo

Este capítulo trata del Hospital Pueblo, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

RUTA ARTESANAL

Este capítulo trata de la ruta artesanal, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

Tabla de Muestra

Este capítulo trata de la tabla de muestra, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

Tabla de Muestra

Este capítulo trata de la tabla de muestra, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

RUTAS ECOLÓGICAS

Ruta del Oro

Ruta del Cristo

Ruta de la Capilla

FIESTAS

- 20 de Enero
- 24 de Enero
- 24 de Febrero
- 24 de Marzo
- 24 de Abril
- 24 de Mayo
- 24 de Junio
- 24 de Julio
- 24 de Agosto
- 24 de Septiembre
- 24 de Octubre
- 24 de Noviembre

TRADICIÓN ORAL

Relatos y leyendas

Este capítulo trata de los relatos y leyendas, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

GUÍA

Este capítulo trata de la guía, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

TIPS

Este capítulo trata de los tips, un espacio que se ha ido formando a lo largo del tiempo.

- 2- Proyecto de Restauración y Desarrollo Integral Maní, en Yucatán. Los socios colaboradores de este proyecto fueron el Banco Nacional de México, el World Monuments Fund, la Fundación Roberto Hernández Ramírez A.C., la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Desarrollo Social, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Cultor, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Yucatán, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Desarrollo Municipal de Maní, la Universidad Autónoma de Yucatán y la Universidad Marista de Mérida. Como puede comprobarse, hay todo tipo de instituciones, públicas y privadas, nacionales e internacionales.

El proyecto se basa en el primer convento franciscano que se fundó en el estado de Yucatán, a mediados del siglo XVI, como primer asentamiento religioso en la región, donde se alojaron importantes personajes como Fray Diego de Landa, famoso fraile franciscano que estuvo treinta años trabajando con las comunidades de la zona, evangelizándolos en lengua maya.

La misión del proyecto es aprovechar las fortalezas culturales de la región de Maní mediante acciones que promuevan la inversión en la infraestructura cultural del sitio, en colaboración con el Gobierno del Estado de Yucatán, la iniciativa privada y la propia comunidad. Por otro lado, la visión es diseñar un programa socio-cultural cuyo modelo de desarrollo sea multiplicable en las poblaciones vecinas para poner en valor las riquezas culturales de la población, tangibles e intangibles, que contribuyan a un mejor desarrollo de la calidad de vida de la comunidad.

Estas actividades no pueden ser efímeras, casuales ni únicas, tienen que ser repetibles, evolucionar y mejorar con el tiempo. El proyecto contempla ocho programas internos:

- a. Restauración del Patrimonio monumental: Templo y Convento de San Miguel Arcángel, en Maní. La gestión se inició en 2004 y los trabajos de restauración han durado desde 2008 y continúan etapa tras etapa.
- b. Creación del Museo del Bordado Yucateco.
- c. Programa de Apoyo al Arte Popular, que no sólo incluye bordados sino también trabajos en madera, fibras vegetales y animales, piedra, entre otras ramas.
- d. Tienda de Arte Popular, donde los mismos artesanos disponen de un lugar adecuado para poder vender sus obras. Además, se pueden vender también piezas de otras entidades y programas de apoyo, así como los libros que editamos.
- e. Programa Educativo de Patrimonio Cultural con las mismas bases que el de Santa Fe de la Laguna: con talleres que tanto ayudan a mejorar su identidad, y sentimiento de pertenencia al grupo, en niños y adultos para propiciar en las



- que las personas valores de su herencia maya. Una vez finalizados los talleres, las personas sienten orgullo por su cultura y sus tradiciones identificándose con ellas y sus ancestros.
- f. Programa Turístico Integral, con la edición del plano-guía, que incluye diversos planes para aprovechar al máximo la oferta del pueblo: actividades como visitas a los talleres artesanales, senderos para visualizar aves, formación de cocineras, hospederías, visitas a cenotes (ríos subterráneos muy típicos en la península de Yucatán).
 - g. Programa de Imagen y Señalización.
 - h. Recuperación de la traza urbana del siglo XVI.
 - i. Programa de Difusión y Evaluación.
- 3- Proyecto de investigación, restauración y conservación de la Zona Arqueológica de Tamtok, en San Luis Potosí. Desde el año 2000, Fomento Cultural Banamex ha apoyado más de sesenta proyectos en la línea de la restauración y conservación, entre los que se encuentran importantes y conocidas zonas arqueológicas como Uxmal o Chichén Itzá, pero el proyecto de Tamtok es especialmente interesante. Se inició en el año 2001 cuando toda esta zona estaba totalmente cubierta y poco explorada. Está situado cerca de cuatrocientos kilómetros al norte de la ciudad de México, en un área con muy poca población. El [Instituto Nacional de Antropología e Historia \(INAH\)](#) comenzó aquí sus trabajos, pues por ley son los custodios de todo el patrimonio arqueológico del país, y Fomento Cultural Banamex se unió de inmediato a la causa. En principio nadie apostaba mucho por este proyecto, había unos cuantos montículos y se pensaba que se iban a encontrar algunas figurillas y poco más. Sin embargo, un grupo de arqueólogos afirmaba que allí se hallarían restos que iban a cambiar el curso de la historia de la región y esto llamó mucho nuestra atención.

Los socios participantes junto con Fomento Cultural Banamex-Fundación Roberto Hernández Ramírez, son el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y el Gobierno del Estado de San Luis Potosí.

A continuación se muestra una tabla con todas las aportaciones económicas desde 2001 hasta 2010:



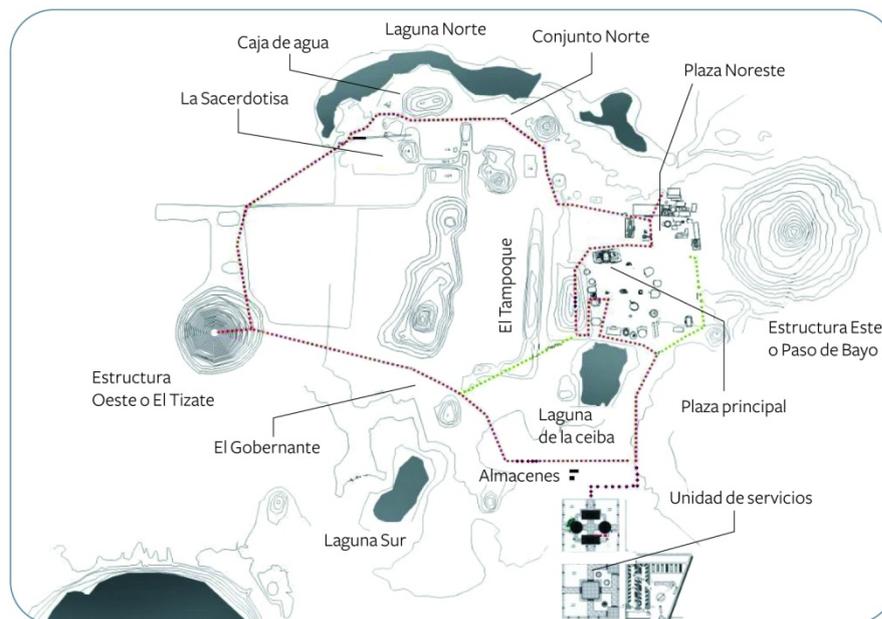
Aportaciones de Socios al Fideicomiso

AÑO	FCB	INAH		GOBIERNO EDO. S.L.P.
		Aportación	Directo	
2001	\$1,000,000.00	-	\$505,000.00	* Compra del área de los Sitios Tamtok y El Consuelo
2002	\$1,500,000.00	\$150,000.00	\$654,230.96	-
2003	\$1,700,000.00	\$1,000,000.00	\$521,647.00	\$4,072,500.00
2004	\$1,500,000.00	\$1,000,000.00	\$564,491.00	\$1,200,000.00
2005	\$1,500,000.00	\$1,000,000.00	\$490,000.00	\$1,450,000.00
2006	\$1,000,000.00	-	\$490,000.00	\$1,250,000.00
2007	\$750,000.00	-	\$490,000.00	\$444,445.00
2008	\$750,000.00	\$2,500,000.00	\$394,935.00	\$555,555.00
2009	\$1,000,000.00	-	\$294,000.00	-
2010	\$1,000,000.00	\$1,645,128.00	\$257,250.00	\$1,000,000.00
SUBTOTAL INAH:		\$7,295,128.00	\$4,661,553.96	
TOTAL INAH	\$11,700,000.00	\$11,956,681.96		\$9,972,500.00
GRAN TOTAL		\$33,629,181.96		36

La misión de este proyecto ha sido y es la realización de labores de investigación, restauración y conservación del Sitio Arqueológico Tamtok, con la finalidad de investigar las características de esa población huasteca contribuyendo a su mejor conocimiento y apreciación, así como la intención de ponerlo a disposición del público en general, además de detonar el desarrollo turístico de la región. Tamtok es importante porque está considerado uno de los asentamientos más destacados de la Huasteca potosina. Con los resultados de esta investigación se han confirmado los patrones culturales mesoamericanos del sitio y se identificaron varios periodos de poblamiento: surgimiento de la urbe (600 a.C.), inicios de una corriente cultural sin antecedentes en la región; rediseño del aspecto urbano de Tamtok haciendo patente su liderazgo regional (600-900 d.C.) e importante incremento poblacional e intensa actividad constructiva que refleja una sociedad más poderosa y compleja (900 – 1450 d.C.).

Al final de este último período, por razones desconocidas, el sitio pierde poderío, y a la llegada de los españoles a la región, a mediados del siglo XVI, Tamtok ya había sido abandonado.





Las principales actividades realizadas en la zona son:

2001: estabilización del sitio despejando la maleza que lo cubría, inicio de la liberación de la Plaza o Grupo "A" y cercado del sitio arqueológico con alambre.

2002: liberación total de las veintitrés estructuras que conforman la Plaza o Grupo "A", inicio de la liberación de la Plaza o Grupo "B" y recuperación del monumento veintidós.

2003: liberación total de la Plaza o Grupo "B", inicio de los trabajos en las Grupos "C", "D", "F" y "G" y detección de un canal de desagüe en el sector de la noria.

2004: sondeo de las estructuras "Piedras paradas", "Cubilete", "Tizate" y "Tantoque", localización de las primeras ofrendas, inicio de análisis cerámicos y establecimiento de una temporalidad temprana para el asentamiento.

2005: localización del monumento treinta y dos en el sector de La Noria y localización del manantial con drenaje y lozas de gran tamaño. Una pieza espectacular, de unos cinco metros de alto por diez de largo y partida por la mitad, que se encontró en medio de un canal de agua y cambió el rumbo de las investigaciones y de la historia de la zona por su cosmogonía e importancia simbólica, muy relacionada con la fertilidad.

2006: colocación del monumento treinta y dos en su lugar original, localización de ofrenda conmemorativa, establecimiento de la primera fecha de fundación hacia el año 700 a.C. e inauguración del sitio arqueológico para su visita pública el 11 de mayo.

2007: análisis de la ofrenda del monumento treinta y dos que determina el origen del grupo Teenek o Huasteco, detección y sondeo eléctrico de un nuevo manantial y descubrimiento de tres grandes losas pertenecientes a la fundación de Tamtok.

2008: inicio de los trabajos de protección de los monumentos y pintura mural con techumbres provisionales.

2009: exploración de túmulos funerarios en La Noria, recuperando cincuenta y dos entierros, exploración arqueológica y habilitación de drenajes para evitar la inundación del área de La Noria y exploración y conservación de la Estructura C2 y de la Estructura Habitacional Borde Norte de la Laguna de los Patos.

2010: elaboración del expediente técnico para su declaratoria (poligonal del sitio, levantamiento topográfico, planimetría), inicio de elaboración del plan de manejo y operación del sitio, inicio del diseño de la señalética y cédulas de información, reparación y mantenimiento de cubiertas y gestión para la construcción del camino de acceso.

2011: trabajos de laboratorio y gabinete del material recuperado en 2010, conclusiones de elaboración del plan de manejo y operación del sitio y correcciones de los dictaminadores al libro *Tamtok, esbozo de una antigua sociedad urbana*.

Gracias a todos estos trabajos realizados, el público de la zona creció exponencialmente, hasta alcanzar un total de 58.241 visitantes.

El proyecto de Tamtok se inició cuando el gobernador del estado de San Luis Potosí, Fernando Silva Nieto, le propuso a don Roberto Hernández Ramírez, nuestro consejero y patrono, desarrollar el sitio. Desde Fomento Cultural Banamex analizamos su potencial y aceptamos con mucho entusiasmo. El primer paso fue la adquisición del sitio por el Gobierno del Estado a lo que le siguieron tres grandes etapas:

- 2001-2004, con el gobernador Fernando Silva Nieto. Período de compra, planeación y arranque del programa arqueológico y de la constitución del fideicomiso.
- 2004-2010, con el gobernador Marcelo de los Santos, quien retomó el proyecto. Período de desarrollo y apertura del Sitio.
- 2010-ahora, con el gobernador Fernando Toranzo González. Período de consolidación y difusión de Tamtoc.

La operación del proyecto, desde su aspecto financiero, se desarrolló a través de la figura del fideicomiso, si bien existen otras figuras como la de convenios con cuenta bancaria que se rigen por instrucción del Comité de Seguimiento que opera en forma muy similar al Comité Técnico de un Fideicomiso. Así manejamos otros proyectos con el INAH.

Mucho se ha logrado hasta el momento pero falta también mucho por hacer y en eso estamos para el período 2011-2013, año en el que creemos que el sitio

alcanzará la mayoría de edad para madurar dentro del programa de Zonas Arqueológicas del INAH.

En concreto las acciones que queremos realizar en estos dos años restantes son:

- 1) Mejor señalización sobre el andador que guía a los visitantes.
- 2) Impresión de un folleto gratuito y con un programa de distribución en la zona: aeropuertos, hoteles, alquiler de autos, etc.
- 3) Dotar a la sala de servicios generales de un área cibernética con programas educativos y un video introductorio al sitio que ubique al visitante.
- 4) Ligar más las actividades del sitio con las comunidades de la región.
- 5) Programa de talleres de arte popular y talleres educativos enfocados al arraigo con los niños de la zona.
- 6) Publicación de un número especial en la revista Arqueología Mexicana.



ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES. LA FUNDACIÓN BACKUS

MAGDALENA MORALES

Diretora Ejecutiva, Fundación Backus

La Fundación Backus es una institución de interés social, apolítica y sin fines de lucro creada por [Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.](#), con el objeto de contribuir al desarrollo social del país y promover y ejecutar actividades de asistencia social, educativas, culturales, de conservación de la naturaleza, científicas, artísticas y deportivas.

Los fondos de la Fundación Backus provienen mayoritariamente de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., asignados por la empresa a través de presupuestos anuales formulados por la Dirección de Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos. Se trata, por tanto, de fondos privados aportados por la empresa. En menor proporción proceden de fondos otorgados por terceros a la Fundación en base a proyectos específicos, como son los ejemplos de los aportes de [Fondoempleo](#) y de la [Cooperación Alemana para el Desarrollo](#) (GIZ) para el caso de Quispicanchi en Cusco.

Buscamos contribuir a los diversos sectores de la sociedad a través de una serie de iniciativas que generen desarrollo y transformación, enfatizando en mejorar la calidad de la educación, promover el desarrollo de capacidades de gestión empresarial y promover desarrollo local a partir de la conservación del Patrimonio Cultural.

Ejemplo de ello son las siguientes actividades:

- Proyecto de Convivencia Ciudadana, mediante el cual se trabaja con autoridades municipales en la sensibilización y promoción de estilos de vida saludable y patrones de consumo responsable.
- Desarrollo de la Alianza Water Futures en el Perú, con la Cooperación Técnica Alemana (GIZ), cuyo objetivo es desarrollar acciones de protección del acuífero del río Rímac.
- Ecoparque Vive Responsable, en Pucallpa, que es un circuito ecológico que busca la recuperación del bosque amazónico y la protección de su entorno, la conservación de especies de flora y fauna a través de la transformación de los residuos sólidos de la planta cervecera y el aprovechamiento de suelos en desuso.
- Programa de Promoción del Desarrollo Local a través de la puesta en valor del Patrimonio Cultural. Intervenciones con aliados locales en Las Huacas del Sol y de la Luna en Trujillo (La Libertad), Pirámides de Túcume (Lambayeque), Proyecto "Desarrollo de servicios para un turismo sostenible en Andahuayllillas, Huaró y Urcos-Quispicanchi, Cusco", en alianza con Fondoempleo, WMF, ONGs



locales y GIZ-PPP.

- Programa Progresando Juntos de pequeños negocios, de promoción del emprendimiento para pequeños negocios bodegas y puntos de venta.
- Programa Progresando Juntos MAD, de promoción y fortalecimiento de las cadenas productiva con pequeños agricultores de maíz amarillo duro de los valles de Jequetepeque y Barranca.
- Programa Escuela Virtual Backus, de capacitación y actualización docente que brinda herramientas y conocimientos a los maestros con el fin de mejorar la educación y promover el uso de las nuevas tecnologías (TICs) en el aula.

El Programa de inversión social corporativa para la promoción del desarrollo económico local a través de la puesta en valor de monumentos culturales que Backus promueve, tema central de esta presentación, tiene como propósito incidir en el fortalecimiento de capacidades humanas y promover el desarrollo económico local y la generación de empleo, a través de intervenciones interdisciplinarias donde la investigación, conservación y consolidación de sitios arqueológicos y espacios culturales como atractivos turísticos de primera magnitud, se constituyen en polos de desarrollo garantizando el incremento del flujo del turismo y el consecuente beneficio económico en la población local.

El programa, que se basa en alianzas público-privadas, nacionales y extranjeras, se ejecuta en tres localidades: en Las Huacas del Sol y de la Luna (La Libertad), donde estamos involucrados desde 1992; en las Pirámides de Túcume (Lambayeque), donde nuestra participación se inicia sostenidamente a partir del 2004; y partir del año 2012 hemos iniciado una tercera intervención en los poblados históricos de Andahuayllillas, Huaró y Urcos en la provincia de Quispicanchi (Cusco), que se encuentra aún en una fase inicial y que es el resultado de un proceso de construcción de alianzas iniciado en el año 2009 con instituciones locales y extranjeras.

La racionalidad del programa se basa en los siguientes extremos:

1. El Perú es un país que sobresale por la cantidad y calidad de su Patrimonio Cultural prehispánico, colonial y republicano. Sin embargo, gran parte de él no se ha puesto en uso social por lo difícil que resulta para el Estado financiar su investigación, conservación y puesta en valor.
2. El Patrimonio Cultural constituye uno de los atractivos turísticos de mayor demanda a nivel global, y en el caso del Perú es el que genera la mayor decisión de viaje de los turistas que nos visitan. Tradicionalmente éste se ha concentrado en pocos destinos posicionados en el ámbito internacional, sobresaliendo Cusco y Machu Picchu.
3. El turismo responsable es un dinamizador del desarrollo económico y social debido a la cantidad y diversidad de negocios que la actividad turística demanda, puede generar empleos calificados y mejorar la calidad de vida de la población del entorno de los atractivos turísticos.



4. Para que la fórmula turismo + Patrimonio = desarrollo sostenible funcione, se requiere investigar y poner en valor los monumentos, promover adecuada y responsablemente el turismo y fortalecer las capacidades técnicas y empresariales de la población local.

Criterios de selección de proyectos.

El criterio principal de selección de los proyectos de inversión en Patrimonio Cultural es que se encuentren ubicados en las áreas de influencia más relevantes de la empresa, bajo el criterio de beneficiar a las comunidades en las que operamos y coadyuvar a proteger la licencia social para operar. Sin embargo, criterios cruciales para escogerlos han sido igualmente:

- ✓ La existencia de un aliado (o varios) con capacidad de ejecución de proyectos, tanto desde el punto de vista técnico-operativo como de gestión administrativa y financiera.
- ✓ Proyectos integrales que, con una visión holística, aseguren la investigación rigurosa con la conservación óptima, por un lado, y la puesta en uso social del bien patrimonial y la generación de desarrollo local por el otro.
- ✓ De lo anterior se desprende que sean proyectos multidisciplinarios, que de por sí fomenten las alianzas interinstitucionales con fines técnicos y académicos.
- ✓ Potencial del bien patrimonial para incidir en el desarrollo local a partir del incremento del flujo turístico y
- ✓ Visibilidad de las intervenciones, en el sentido de constituir oportunidades de comunicación sobre el apoyo de Backus a la conservación del Patrimonio Histórico como motor del desarrollo local.

Huacas del Sol y de la Luna (Trujillo, La Libertad).

Las Huacas del Sol y de la Luna son los dos edificios monumentales que, junto al núcleo urbano que se extiende entre ambas, conformaron la capital y ciudad sagrada de la sociedad Moche, que se desarrolló en la costa norte del Perú entre los años 0 y 850 D.c.

Desde 1991 y hasta ahora se viene realizando uno de los proyectos interdisciplinarios más importantes que se ejecutan en el Perú. Es llevado a cabo por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo, con el apoyo invaluable del Patronato Huacas del Valle de Moche y de la Fundación Backus. Durante este tiempo, y en base a las alianzas desarrolladas y al modelo de gestión implementado, Huaca de la Luna ha sido transformada de un montículo de tierra sin forma ni sentido, en un monumento esplendoroso que en la actualidad recibe a más de 120.000 visitantes al año, generando empleo y desarrollo en la comunidad de su entorno y en ciudades vecinas.

La intervención se sustenta en cuatro pilares: investigación arqueológica, conservación del Patrimonio Cultural, uso público de los monumentos y desarrollo de la comunidad



local. Dos ejes transversales garantizan la sostenibilidad de la gestión del sitio: la capacitación de recursos humanos y la promoción y difusión. Esta forma de abordar las intervenciones en nuestro Patrimonio Cultural ha sido uno de los primeros aportes de Backus, en la medida en que su compromiso de largo aliento ha posibilitado que la arqueología en el Perú se transforme de intervenciones cortas de “investigar y tapar” a proyectos integrales de largo plazo que permiten, con las garantías de financiamiento adecuadas, investigar, conservar y mostrar, permitiendo que nuestros monumentos arqueológicos sean adecuadamente presentados al turismo, garantizando su conservación y manejo sostenible.

Nuestros aliados principales son la [Universidad Nacional de Trujillo](#) y el [Patronato Huacas del Valle de Moche](#), institución civil sin fines de lucro constituida por personalidades locales y a través de la cual Fundación Backus canaliza sus aportes desde que fue constituida en el año 2002. Sin embargo, a lo largo de los veinte años de vida del proyecto se han generado alianzas publicas-privadas, públicas-públicas y privadas-privadas, entre instituciones nacionales y extranjeras, de distintas duraciones y con fondos de contrapartida diversos. Precisamente un objetivo primordial de la Fundación Backus ha sido mostrar en la práctica la factibilidad y benevolencia del modelo, lo que fue posible debido a la calidad de bien patrimonial y las capacidades desarrolladas por el equipo ejecutor del proyecto.

Complejo Arqueológico Pirámides de Túcume (Túcume, Lambayeque).

El complejo arqueológico de Túcume es el sitio arqueológico más extenso y el de mayor concentración de arquitectura monumental en Lambayeque, también en la costa norte de Perú. Tiene una extensión de 221,50 hectáreas y un conjunto de 26 grandes pirámides de adobe que pertenecen a la cultura Lambayeque (siglos X al XV). Bajo el liderazgo del [Museo de Sitio de Túcume](#), la intervención considera investigaciones arqueológicas, conservación del Patrimonio Histórico, gestión y administración del museo y un fuerte pilar referido al desarrollo local en base al posicionamiento de la identidad local y a la creación de capacidades asociadas a la conservación del Patrimonio, a la generación de conciencia sobre la importancia del ambiente, a las prácticas y costumbres tradicionales y a servicios relacionados al turismo. Precisamente por ello el Museo de Túcume recibió en el año 2006 el VI Premio CAB Somos Patrimonio convocado por el Convenio Andrés Bello, en la categoría Organización mixta.

Nuestro aliado principal en este caso es el Museo de Sitio de Túcume, que trae a la mesa a la Unidad Ejecutora 005 - Naylam Lambayeque que aporta recursos recaudados de forma directa por el Museo, así como recursos ordinarios que permiten cubrir financieramente el plan operativo del Museo y las intervenciones de investigación y conservación puntuales.



Por su parte, la Fundación Backus aporta fondos a través del Patronato Valle de las Pirámides - Lambayeque, institución civil sin fines de lucro constituida por personalidades de la región, fondos anualmente asignados de acuerdo a un plan de intervención concertado entre las partes. Buscamos que los fondos aportados por la Fundación sean destinados sobre todo al fortalecimiento de la población local, a través de los programas educativos del Museo.

La alianza público-privada consolidada en Túcume permite a las partes el apalancamiento de recursos de terceros que posibilitan un financiamiento de mayor envergadura. En el caso de la dupla del sector público Museo de Túcume - Unidad Ejecutora, y sólo refiriéndonos a los últimos años, es un buen ejemplo el apalancamiento de fondos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) - [Plan Copesco Nacional](#) para inversiones en infraestructura, incluyendo la instalación de techumbres definitivas para la protección del Patrimonio, pasarelas para la visita adecuada del monumento e incluso la construcción del nuevo museo que se encuentra actualmente en ejecución.

En el caso de la dupla del sector privado Backus - Patronato, un buen ejemplo fue el apalancamiento de fondos del World Monuments Fund en los años 2005 y 2006 y del Fondo de Contravalor Perú-Francia entre los años 2007 e inicios del 2010, que fueron administrados por el Patronato.

Andahuaylillas, Huaró y Urcos (Quispicanchi, Cusco).

Andahuaylillas es un pequeño pueblo fundado en el siglo XVI en el valle sur de Cusco, a menos de 40 kilómetros de la capital de los Incas. Junto con los poblados vecinos de Huaró y Urcos, constituyen la base de la Ruta del Barroco Andino que viene gestionando la Compañía de Jesús de Perú. En alianza con instituciones públicas y privadas, locales, nacionales y extranjeras, venimos desarrollando una intervención con el propósito de incrementar el empleo neto con base en la consolidación de la visita turística en el territorio y a partir del desarrollo de capacidades de servicio y gestión turística. El punto de partida ineludible es la recuperación de los templos coloniales, primer pilar de la intervención.

Nuestros aliados locales son la Parroquia de Andahuaylillas y la de Huaró, la Asociación SEMPA y la Asociación Jesús Obrero (Ccaijo). Nuestros aliados nacionales son la [Universidad Antonio Ruiz de Montoya de Lima](#) y la [Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana \(AHK-Perú\)](#). Y nuestro aliado internacional es el World Monument Fund.

Durante el proceso de desarrollo de la intervención otros aliados han ido sumándose, atraídos por los “aliados base”, por llamarlos de alguna manera, cada quien contribuyendo de acuerdo con sus especialidades y posibilidades. Tal es el caso de la [Pontificia Universidad Católica del Perú](#), la Dirección Regional de Cultura y la de Turismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, así como [Promperú](#).



En este caso, el financiamiento fundamental es proporcionado por el World Monument Fund, con apalancamiento de fondos de [Repsol Perú](#) y de la [Fundación Repsol de España](#), y por la Compañía de Jesús a partir de fondos recabados del pago por la visita de los templos (las parroquias de Andahuaylillas y Huaró), así como por sus propios apalancamientos como fue el Fondo de Contravalor Perú-Francia.

La Fundación Backus, a su vez, participa de la alianza con sus propios fondos y palanqueando fondos contrapartida del Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo (Fondoempleo) y de la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ), en cooperación con la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana (AHK-Perú). Es importante subrayar que estos fondos de la Fundación y sus contrapartidas fueron acreditados para que, a su vez, el World Monument Fund consiga fondos de sus propios aliados.

Como vemos, en los tres casos que hemos presentado resumidamente, las alianzas estratégicas y el apalancamiento de fondos son esenciales para el financiamiento de las intervenciones en Patrimonio Cultural. Retomaremos este punto más adelante.

Problemas, posibilidades y experiencias.

Para concluir y a manera de reflexión final, unas notas sobre los problemas de las alianzas entre el sector público y privado para el financiamiento de la cultura, las posibilidades existentes y la experiencia ganada.

- Para una empresa privada, el gran reto de financiar la investigación, conservación y uso social del Patrimonio Cultural es lo difícil que resulta lograr la sostenibilidad de los sitios y monumentos culturales a lo largo del tiempo. La preocupación principal de las empresas es verse involucradas en un financiamiento que no tiene fin. Si bien reconocemos que lograrlo requiere de un proceso de largo aliento, obliga también a un cambio de mentalidad en las asignaciones presupuestales del sector público, así como del destino de los fondos de las instituciones ejecutoras sean estas públicas o privadas. Por ejemplo, en nuestro caso, preferiríamos decididamente asignar nuestros recursos principalmente a actividades directas que beneficien a la población local, en consecuencia con las políticas de responsabilidad social de nuestra empresa, sin embargo nos vemos presionados a invertir en sueldos y salarios de personal o en gastos corrientes, en la medida en que las fuentes tradicionales de financiamiento no cubren estas necesidades de los proyectos. Así, somos aliados de instituciones que el día de hoy han logrado, y con mucho mérito, apalancar fondos sustanciales para el desarrollo de infraestructura, por ejemplo, pero que no pueden cubrir sus necesidades básicas para las actividades referidas al desarrollo local.

- En segundo lugar, es importante trabajar con el Estado en la generación de confianza para el desarrollo de estrategias con un enfoque de colaboración y articulación. Se debe impulsar y desarrollar un proyecto que sea exitoso y es conveniente la



participación activa del Estado en la planificación estratégica, en la toma de decisiones técnicas y académicas, en la búsqueda de nuevos aliados, etc.

Por el otro lado, los cambios de las reglas de juego por parte del Estado generan incertidumbre en los ejecutores y sus aliados, dificultando el cumplimiento de las metas y desestabilizando los presupuestos. Por poner un ejemplo, uno de los grandes logros del Proyecto Huacas del Sol y de la Luna fue un convenio por medio del cual un porcentaje muy importante de los ingresos por visitantes se revertían en el propio monumento bajo responsabilidad de los ejecutores. El cambio de un artículo en la Ley General de Presupuesto del año 2011, por medio del cual se eliminaban las transferencias entre los sectores del Estado, perjudicó al proyecto, dejándolo sin percibir tan importante ingreso.

- En tercer lugar, la ausencia de instrumentos legales que estimulen la inversión privada limita la participación de otras empresas en las alianzas. Es importante reconocer que hoy por hoy existen empresas privadas invirtiendo en Patrimonio Cultural, sin necesidad de tales mecanismos, como el Grupo Wiese en el complejo arqueológico El Brujo, la Minera Barrick Misquichilca en la costa y sierra norte, la Minera Antamina en Ancash -especialmente en el sitio de Chavín de Huantar, Patrimonio de la Humanidad-, entre las más importantes; sin embargo, pueden ser contadas con los dedos de una mano.

- Por último, fomentar alianzas para el financiamiento compartido requiere de un proceso de largo aliento. Quisiera ilustrar esta reflexión con el caso de las inversiones históricas en Las Huacas del Sol y de la Luna. Si vemos la progresión de las inversiones entre los años 1991 y el 2010, divididas en cuatro grandes segmentos: financiamiento internacional, financiamiento de Backus, fondos generados por el propio proyecto (boletos de visita, venta de publicaciones, etc.) y financiamiento de otras fuentes nacionales se puede ver que el crecimiento del financiamiento en base a alianzas aumenta progresivamente a lo largo del tiempo, y ello responde a un proceso de aprendizaje, sobre todo de los ejecutores en el apalancamiento de fondos, de los resultados que se van logrando y mostrando y de las oportunidades que van apareciendo. Es así, que lo hemos dividido en cuatro grandes fases. La primera es entre el año 1991 y 1994, desde el inicio del proyecto con financiamiento de [la Fundación Ford](#) hasta que finalizaron estos recursos. Backus inicia su colaboración a partir del año 1992 y se convierte en el aliado principal en el año 1994. Este papel preponderante como fuente financiera se da hasta el año 2001, cuando se cumplieron los siete años de apoyo ofrecido por la empresa. Durante esta segunda fase el comportamiento de las otras fuentes nacionales es muy errático, pero en general reducido. Por el contrario, los fondos generados por el propio proyecto, sobre todo a partir del incremento progresivo de los turistas, comienza a adquirir un papel cada vez más importante. La tercera fase se inicia en el 2002 y es el resultado del aprendizaje de los años anteriores en lo que apalancamiento de fondos se refiere. El World Monument

Fund inicia su participación y los fondos generados por el propio proyecto incluso se convierten en la fuente financiera principal del presupuesto global del proyecto, como ocurrió en el año 2005. Los otros fondos nacionales siguen una dinámica de bajo perfil; sin embargo es importante subrayar que provenían principalmente de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Por último, sólo a partir del año 2008, diecisiete años después de iniciado el proyecto, se da el despegue del segmento otros fondos nacionales, con aportes principalmente del Plan Copesco Nacional y Mincetur en el marco del programa de inversiones en infraestructura turística.

Entre las múltiples lecciones, quisiera señalar las siguientes: primero, las alianzas estratégicas que permiten el financiamiento compartido no surgen de la noche a la mañana, son producto de complejos procesos de relaciones, pero sobre todo de poder mostrar resultados exitosos de las intervenciones en el Patrimonio Cultural; segundo, como parte del proceso se requiere de una institución que apueste por la intervención de forma contundente y sostenida durante un período de tiempo que garantice la madurez del proyecto, a partir de lo cual se puedan obtener fondos de otros donantes o se puedan generar fondos propios: en nuestro caso fueron siete años y luego redujimos progresivamente nuestra contribución; y tercero, este es el mejor ejemplo de que el temor muchas veces justificado de las empresas de convertirse en “financiadore permanentes” en cultura no es del todo cierto.

Financiación de la cultura, una responsabilidad compartida entre el sector público y privado es, sin duda alguna, un mecanismo viable y que ha demostrado resultados. Sin embargo, hay todavía mucho que aprender.

ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES. LA FUNDACION BBVA CONTINENTAL

MERCEDES CASTRO

Jefe de Relaciones Institucionales en la Fundación BBVA Continental

La [Fundación BBVA Continental](#) es una entidad sin fines de lucro, que desarrolla los programas de acción social del BBVA Continental.

Los dos ejes en los que trabaja fundamentalmente son la educación y la cultura; en el primero de ellos, la Fundación cuenta con un programa denominado '[Leer es estar adelante](#)' cuyo objetivo es incrementar los niveles de comprensión lectora en los estudiantes del tercero al sexto grado de primaria en escuelas públicas. Asimismo cuenta con proyectos de educación financiera.

En el campo cultural su actuación se da a través de patrocinios culturales y auspicios, así como con actividades propias en tres regiones del país, con intervenciones en tres inmuebles históricos en las ciudades de Arequipa, Cusco y Trujillo.

i. Promoción y difusión cultural

Uno de los objetivos principales en las cuatro décadas de trabajo de la Fundación es la conservación del Patrimonio Cultural, labor que busca contribuir a preservar la memoria histórica del país. El carácter con el que se trabajan estas acciones es inclusivo y descentralizado y, además, es parte de la política institucional de la empresa y de su compromiso con la sociedad en materia de responsabilidad corporativa. Por tanto, las intervenciones se realizan bajo tres ejes principales: inclusividad, descentralización y sostenibilidad.

La estrategia es **inclusiva** porque se desarrollan y promueven actividades culturales que abarcan las diferentes disciplinas artísticas, facilitando el acceso y participación, en muchos de los casos sin coste alguno para la población, ni para los artistas que quieren exponer en las instalaciones de las casonas de la Fundación. De igual forma, se brindan oportunidades a los jóvenes valores de cada una de las regiones donde la Fundación está presente y se promueve y difunde la labor de maestros y artistas consagrados.

La estrategia también es **descentralizada** porque en el calendario de actividades se da prioridad a las actividades y promoción de artistas locales; asimismo se promueve el intercambio con artistas de las diferentes regiones del país. A nivel presupuestal existe un compromiso primordial para destinar una parte importante de los recursos a actividades fuera de la capital del país. Y además se brinda acceso a la población de cada una de estas regiones a una oferta cultural interesante y atractiva.



La estrategia es **sostenible**, como puede verse en el Museo de Arte Precolombino de la ciudad de Cuzco, porque los ingresos que este genera permiten el mantenimiento del inmueble y las actividades que al interior de este se realizan.

ii. Conservación del Patrimonio

Los proyectos ejecutados por la Fundación en materia de conservación del Patrimonio hasta la fecha están relacionados con tres casonas históricas: la Casa Tristán del Pozo en Arequipa, cuya intervención se realizó en 1980; en la ciudad de Cuzco está la Casa Jerónimo Luis de Cabrera, cuya intervención se inició en 1981 y es actualmente la sede del Museo de Arte Precolombino; y en la región de La Libertad, en la ciudad de Trujillo, tenemos la Casa de la Emancipación que es un activo centro cultural; su adquisición data de 1964, aunque la intervención se realizó en el año 1980.

En cuanto a los antecedentes de la [Casa Tristán del Pozo](#) podemos decir que el inmueble fue construido en la primera mitad del siglo XVIII, entre 1736 y 1738. Fue en sus comienzos una casa familiar, luego pasó a ser recinto de los Padres Agonizantes de la Orden de San Camilo en 1779 y ya en 1917 se constituyó como parte de la sede de la Sociedad Guillermo Rickets e Hijos. Finalmente, en el año 1980 se convirtió en la sede del BBVA Continental y aloja, a partir del segundo patio, las oficinas de la empresa, mientras en el primer patio, en el ala izquierda, funciona una sala de exposiciones permanente. En cuanto a la arquitectura, presenta un marcado estilo Barroco Mestizo o Barroco Arequipeño y está construida con sillar.

Hay una ornamentación con elementos religiosos propios de la vida en la colonia de la región y, en sus inicios y hasta el siglo XIX, estuvo decorada en su interior con gran riqueza colorística, lo cual se puede apreciar en las cenefas de la segunda sala y en la Sala de Exposiciones, en la que hay una cenefa superior donde se observa claramente ese estilo.

En cuanto a la restauración del inmueble, los trabajos iniciales se llevaron a cabo con fines comerciales y culturales. Parte del proceso involucró la consolidación de muros y bóvedas, así como refuerzo de columnas y vigas. La intervención se trabajó respetando al máximo la originalidad en el diseño del inmueble y el equipo que conformó los trabajos de restauración estuvo compuesto por arquitectos, ingenieros, restauradores y conservadores.

En cuanto a la [Casa Jerónimo Luis de Cabrera](#) en la ciudad de Cuzco, es una casa construida sobre la base del Amaru Cata de la Ciudad Imperial. Perteneció originalmente a Don Alonso Díaz (1534) porque en la repartición de tierras llevada a cabo entre las primeras personas que vinieron a la conquista del Perú se le asignó a él este solar. Luego se convirtió en sede del Monasterio de Santa Clara, en 1551, el mismo que alojaba precisamente a las hijas y huérfanas de los primeros conquistadores del país y en el siglo XVII pasa a ser propiedad de Don Jerónimo Luis de



Cabrera y Doña Isabel Tordota. En el siglo XX fue sede de un colegio de monjas y ya para el año 1981 pasa a ser de titularidad del BBVA Continental.

La arquitectura que presenta en la actualidad es de marcado estilo Republicano, construida sobre cimientos incas y conservándose algunos referentes en el interior del inmueble en los que se pueden ver fragmentos de un muro inca. En las galerías del patio destacan piezas decorativas de hierro fundido que forman los tramos de las barandas. En ambos pisos, primero y segundo, pueden observarse unas clásicas arquerías cuzqueñas, que soportan columnas monolíticas de piedra que combinan armoniosamente con la galería republicana volada que está hacia los tres lados del segundo piso; y todos los techos están recubiertos en teja.

Para el proceso de restauración, en este caso, los fines fueron netamente culturales y al poco tiempo de comprar el inmueble se iniciaron trabajos de investigación histórica para emprender su proceso de restauración. Aquí también se vio involucrado un equipo de especialistas que intervinieron inicialmente los muros, arquerías, galerías, tejados y toda la carpintería de madera y metal, ya que cuando se recibió el inmueble estaba prácticamente derruido.

En cuanto a la [Casa de la Emancipación](#) en la ciudad de Trujillo, que también es conocida como Casa Rosell Urquiaga o Casa de las Ventanas, por las ventanas que rodean el inmueble, tiene su origen en el año 1534, siendo parte de un solar de la traza fundacional de la ciudad de Trujillo. En el siglo XVIII (1780) fue vivienda familiar hasta que en 1944 se vendió finalmente a la Casa Wiese, una casa comercial. Una misión de arqueólogos de la Universidad de Harvard realizó en 1971 una serie de excavaciones en el inmueble y evidenciaron asentamientos humanos precolombinos además de una gran cantidad de pinturas murales muy ricas del siglo XVII. En el primer patio de la casa se puede apreciar, contigua a la escalera, una excavación en la que se articulan los tres tiempos de esta vivienda. Hay un piso de vidrio completamente transparente en el que se observa con claridad la confluencia de estos tres tiempos.

En el año 1964 este inmueble pasa a ser propiedad del entonces llamado Banco Nor Perú y, posteriormente, en el año 1980, se inician los trabajos de intervención para su recuperación y puesta en valor. En lo relativo a su arquitectura, cabe destacar el estilo neoclásico y con influencia inglesa, lo cual se puede ver en la carpintería de puertas y ventanas. Los patios y habitaciones interiores están ornamentados con pinturas artísticas al temple, mientras las escaleras están trabajadas con mármol de Carabamba.

La restauración, en este caso, también tuvo fines comerciales, pero además turísticos y culturales. El proceso de restauración se trabajó en base a normas técnicas, manteniendo los principios, teorías y conceptos contemporáneos de restauración de monumentos según los patrones internacionales. El estudio histórico y la formación del equipo de especialistas que se vio involucrado en este trabajo permitieron la

participación de arquitectos, restauradores, arqueólogos, expertos en tratamiento de pintura mural, estructuras y carpinterías.

La puesta en valor y las actividades que en estos edificios se realizan desde la década de los ochenta hasta la fecha han supuesto que el Banco, a través de la Fundación, destine un presupuesto permanente para que, no solo se conserven los inmuebles, sino que también puedan tener una actividad a nivel cultural bastante frecuente.

La Casa Tristán del Pozo funcionó, desde el año siguiente a su restauración, como Centro Cultural hasta que en el año 2010 se creó la Sala de exposiciones permanentes “Pedro Brescia Cafferata” cuya museografía se trabajó haciendo una selección de más de cuarenta piezas de la colección de obras de arte del BBVA Continental, cuyo origen son pinturas y obras de artistas arequipeños. Todas ellas se llevaron a la ciudad de Arequipa, a la que se rindió homenaje creando esta sala. Allí se pueden ver obras de artistas como Jorge Vinatea Reynoso, Teodoro Núñez Ureta, Palao Berastáin, Mauro Castillo, que son muy reconocidos en la técnica de la acuarela; de igual forma se pueden apreciar obras del reconocido pintor Carlo Baca Flor.

La Casa Jerónimo Luis de Cabrera inicialmente también fue un centro cultural con salas de exposiciones de numismática, fotografía y pintura de la Escuela Cuzqueña, pero en el año 2003 se inauguró el [Museo de Arte Precolombino](#), en asociación con el [Museo Arqueológico Rafael Larco](#), y se seleccionaron alrededor de cuatrocientas piezas que se distribuyen en doce salas. Este trabajo estuvo a cargo de la curaduría de la Doctora Cecilia Bákula y el pintor Fernando de Szyszlo. El concepto del Museo es bastante interesante porque a la vez que hace una revisión histórica del pasado precolombino del país, el carácter museográfico es netamente artístico. Las piezas que han sido seleccionadas están reunidas justamente por ese componente artístico, original y único que pueden tener.

La Casa de la Emancipación también es un centro cultural, el más activo de los tres, y cuenta con una sala de exposiciones temporales que permite ser el foco de promoción de los artistas de la zona principalmente, pero a su vez también acoge muestras de pintores de las regiones del norte y no solamente en Perú sino también de Ecuador, Colombia y algunos países del Caribe. Desde el 2011 cuenta con dos salas de exposiciones permanentes que han buscado revalorizar las figuras de dos personajes emblemáticos del norte del Perú, como es el caso de la Sala César Vallejo, que reúne una exposición de los libros escritos por el autor y de otros autores que han escrito sobre la obra de este autor, siendo la única sala que rinde homenaje a tan insigne escritor. La segunda sala, en homenaje al Obispo Baltasar Jaime Martínez Compañón, que fue uno de los principales precursores de una serie de actividades que promovieron el desarrollo de la zona norte del país durante el siglo XVIII, presenta una revisión de la labor de este personaje que desarrollo durante su visita pastoral al Perú. La Fundación BBVA Continental ha obtenido algunos de los premios y reconocimientos más importantes en el campo de la promoción de la cultura y el Patrimonio Cultural,



como son el premio “Creatividad Empresarial 2003” por el Museo de Cuzco de Arte Precolombino; la “Medalla de Honor de la Cultura Peruana 2003” del entonces Instituto Nacional de Cultura (INC) otorgada por la importante labor cumplida en la preservación del Patrimonio Cultural del Perú; el premio “Luis Hochschild Plaut 2004” del Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) en la categoría Promoción del Arte y la Cultura Peruana, por contribuir al progreso y difusión del arte y la cultura del país; el “V Premio Convenio Andrés Bello - Somos Patrimonio 2004” en reconocimiento a la gestión, fomento y promoción del arte y la cultura en el país.

Así mismo, estas actividades tienen una cobertura mediática que justamente busca involucrar a la comunidad y el conocimiento de lo que se viene haciendo a través de los medios de comunicación. Además, a partir de 2012 se está trabajando con especial énfasis todo un programa en redes sociales a partir del relanzamiento de la web de la Fundación donde se informa sobre las actividades que se vienen realizando en Lima y en provincias.

A modo de conclusión se puede decir que el trabajo de revalorizar el Patrimonio Cultural desde la Fundación BBVA Continental favorece los siguientes aspectos:

- Contribuye a dinamizar los centros históricos.
- Genera valor al interior de la empresa.
- Logra reconocimiento de la comunidad.
- Genera nuevos modelos de intervención con criterios de sostenibilidad, inclusivos y descentralizados.
- Incorpora a diversos actores de la cadena productiva del sector, ya que hay una actividad permanente en cuanto a la conservación, a la investigación y a la promoción del conocimiento, que dinamizan la economía.

ENTIDADES PRIVADAS QUE APOYAN ACCIONES CULTURALES. LA FUNDACIÓN WIESE

LYDA GARCÍA
Fundación Wiese

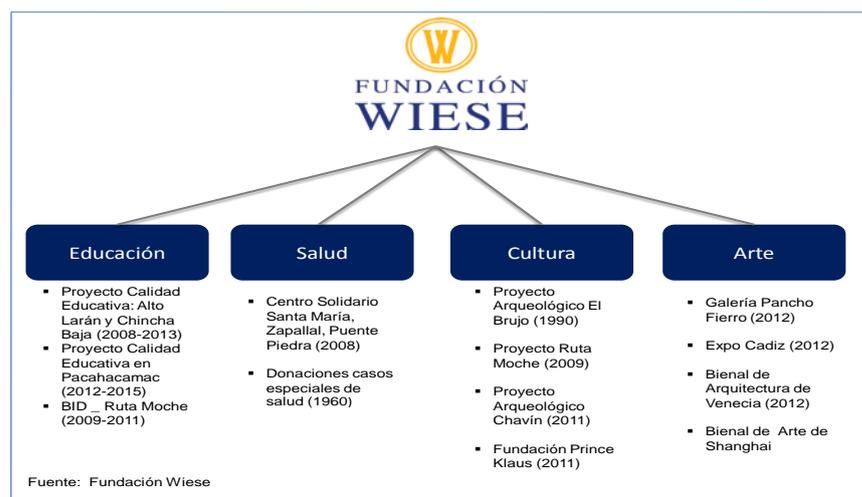
1. La Fundación Wiese

Antecedentes

Desde 1960, la [Fundación Wiese](#) se dedica a mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad en las poblaciones más necesitadas; para ello se focaliza en cuatro áreas: educación, salud, cultura y arte.

La tarea de la Fundación se concretiza a través de una serie de proyectos en estos campos. Tal es el caso del Centro Solidario Santa María y del proyecto Calidad Educativa en Chíncha Baja y Alto Larán, orientados a las poblaciones más necesitadas, en el distrito de Puente Piedra en Lima y en los distritos de Chíncha Baja y Alto Larán, provincia de Chíncha, región Ica, respectivamente.

Por otro lado, la Fundación también dedica esfuerzos a estudiar y poner en valor sitios arqueológicos que revelan aspectos fundamentales de la historia peruana, contribuyendo así a la formación de nuestra identidad y a la mejora de la calidad de vida de los poblados aledaños a estos sitios. El Proyecto Arqueológico El Brujo, por ejemplo, ha permitido recuperar un importantísimo centro ceremonial Mochica después de una ardua y exhaustiva labor de investigación y conservación durante veintitres años; mientras que el moderno Museo de Sitio Cao acoge los restos de la Señora de Cao, primera mujer soberana del mundo precolombino y el descubrimiento arqueológico más importante de los últimos años.



Principales Proyectos

Educación

La Fundación Wiese tiene entre sus principales tareas promover el desarrollo de la educación, sobre todo entre los más necesitados. Precisamente por esto es que, con el apoyo de Petrolera Transoceánica empresa del Grupo Wiese y en alianza con el Colegio Markham, la Fundación ha puesto en marcha, desde setiembre del 2008, un proyecto educativo cuyo objetivo es mejorar de manera integral la enseñanza en los niveles inicial y primaria en dos distritos de Chíncha: Alto Larán y Chíncha Baja, en la Región Ica, trabajando en la capacitación de ciento veinte profesores de primaria de veinte colegios. El nombre del proyecto es [“Innovación Formativa de Formadores en Chíncha Baja y Alto Larán, provincia de Chíncha, región Ica”](#) y beneficia directamente a más de mil setecientos niños y niñas, además de a tres mil padres de familia.

Salud

Inaugurado en julio del 2008, el Centro Solidario Santa María fue construido por la Fundación Wiese con el objetivo de atender las necesidades de las familias más pobres del distrito de Puente Piedra, ubicado en la zona norte de la ciudad de Lima, en áreas esenciales para el desarrollo de una vida de calidad. Atención médica y consejería familiar son las principales áreas que atiende este centro comunitario, cuya administración está a cargo de la asociación cristiana Solidaridad en Marcha mediante un convenio.

Arte

La Fundación Wiese está comprometida con el artista peruano, interviniendo directamente en la producción y organización de muestras internacionales como la Bienal de Arte de Shanghai, en la que se presenta la ciudad de Lima, junto a otras treinta ciudades elegidas entre cien, en los ojos del artista peruano José Carlos Martinat y que finalizó el pasado mes de marzo de 2013.

De igual manera, produjo la primera participación del Perú en la Bienal de Arquitectura de Venecia de 2012, en la que el pabellón peruano estuvo integrado por veinte arquitectos peruanos de los más renombrados, con una muestra centrada en el Perú milenario de la cultura Mochica en el norte del país.

Igualmente, participamos en la muestra “Tesoros Preincas de la Cultura Mochica” con la Señora de Cao, en Cádiz (España) de febrero a julio de 2012, que se realizó con motivo de la celebración del Bicentenario de la promulgación de la Constitución Española, el 19 de marzo de 1812 en Cádiz.

Cultura

Otro de los principales propósitos de la Fundación Wiese ha sido recuperar el gran legado cultural del Perú y compartirlo con el país y el mundo. Para ello ha asignado ingentes recursos económicos y conformado un equipo de profesionales arqueólogos, especialistas en promoción turística, conservadores, investigadores y restauradores, calificados para el desarrollo de estas actividades.



Desde 1990 la Fundación Wiese trabaja en el [Proyecto Arqueológico El Brujo](#), en la recuperación del Patrimonio Cultural y la puesta en valor y uso social de este complejo. Son más de veintitrés años de excavaciones, investigación, conservación y puesta en valor.

Desde el año 2006 la Huaca Cao está abierta al público y en abril de 2009 se inauguró el museo de sitio, Museo Cao, cuya protagonista es la Señora de Cao, uno de los descubrimientos arqueológicos más impresionantes de los últimos tiempos, primera mujer soberana del mundo moche y precolombino.

2. Recuperación de Patrimonio Cultural Complejo Arqueológico El Brujo

Entre los objetivos de este proyecto destacan los dos siguientes:

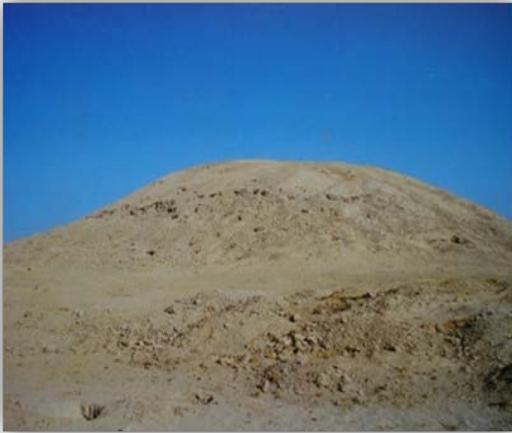
- Recuperar y poner en uso social el Complejo Arqueológico, para lo que se trabaja desde hace veintitrés años en la investigación, excavación, conservación y puesta en valor del sitio.
- Consolidar y promover un nuevo destino turístico y así contribuir a la mejora del nivel de vida de los pobladores aledaños.

Antecedentes

El trabajo sostenido del Proyecto Arqueológico El Brujo, dirigido por la Fundación Wiese, ha sacado a la luz este importante complejo, que ha tenido una ocupación continua de miles de años. Los cazadores-recolectores que aquí encontraron sustento cerca del 10500 a.C. dieron paso a los primeros sedentarios en el 4000 a.C., y luego a los Cupisnique, con sus construcciones monumentales, su sofisticada orfebrería y sus trabajos en piedra, cerámica, hueso y conchas de caracol. Les sucedieron los Gallinazo y los Salinar y luego la cultura más importante en la historia del Complejo El Brujo: los Mochicas, cuyo gran conocimiento hidráulico heredado de los Cupisnique les permitió desarrollar una civilización compleja y cuyo arte ha quedado plasmado para siempre en su alfarería, metalurgia, textiles y una arquitectura profusamente decorada. Los mochicas o moches sucumbieron ante la expansión del reino Chimor, que a su vez fue sometido por el Imperio Inca. Incluso la Colonia ha quedado registrada en el complejo, que guarda los restos de un pueblo y una iglesia coloniales.

Gracias al trabajo de los expertos que ha convocado la Fundación Wiese a lo largo de más de veintitrés años de investigación, la historia que narra el Complejo El Brujo ha llegado a ojos y oídos del mundo entero. Los hallazgos han aparecido en publicaciones internacionales y desde el 2006 la Huaca Cao está abierta al público.





Huaca Cao Viejo 1990



Huaca Cao Viejo 2006

El descubrimiento de la Señora de Cao

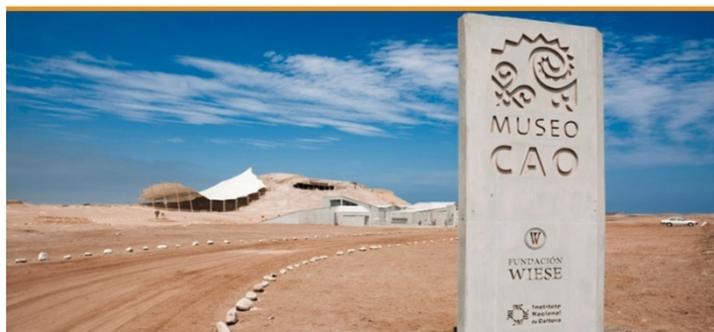
En el año 2006, un descubrimiento en la Huaca Cao conmocionó la concepción que se tenía de la sociedad mochica. Se trataba de un mausoleo profusamente decorado que contenía los restos, asombrosamente conservados, de una joven mujer enterrada con todos los atributos de una gobernante. La acompañaba una joven sacrificada y desde una tumba cercana la resguardaban tres acompañantes. Rodeada de ofrendas y ataviada con mantos, collares, tocados, porras ceremoniales y narigueras, todo indicaba que se trataba de un personaje de alta jerarquía, algo nunca antes visto en el entierro de una mujer. Durante un trabajo minucioso y experto de seis meses se develó el fardo y se descubrió la piel intacta de esta soberana Mochica, cubierta en misterio: su cuerpo estaba tatuado con figuras tan hermosas como simbólicas. Este descubrimiento es considerado por los arqueólogos como uno de los hallazgos más importantes de los últimos tiempos.



Museo Cao

Con el propósito de mostrar al mundo el descubrimiento de la Señora de Cao y los objetos encontrados en las cien hectáreas del Complejo El Brujo que dan fe de cinco mil años de historia, la Fundación Wiese construyó este moderno museo de sitio inaugurado en abril de 2009.

Se trata de un museo con un planteamiento moderno y dinámico, que pone en contexto los objetos exhibidos, sumergiendo al visitante en el mundo de los pobladores del Valle de Chicama. Un fascinante recorrido por el universo cotidiano y simbólico de los habitantes de esta parte del Perú, que yuxtapone las costumbres y creencias del pasado con las de nuestros días y culmina con el hallazgo más enigmático de los últimos tiempos, la Señora de Cao.



3. Fuentes de Financiamiento

Patrimonio Fundacional

La Fundación Wiese fue creada en agosto de 1960 por Don Augusto Nicolás Wiese Eslava con un aporte económico importante. “Desde hace muchos años he sentido el deseo moral de seguir beneficiando, aún después de mi fallecimiento, a la colectividad dentro de la que he actuado, con determinadas sumas de valores y bienes que representan renta líquida que puede beneficiar directamente a la humanidad necesitada, por intermedio de instituciones de caridad y de bien social que la representan ... y que tendrá por fin realizar el bien individual y colectivo, mediante el apoyo que prestará al desarrollo de la educación popular, fomento de la cultura superior, investigaciones científicas, sin por ello dejar de conceder ayuda a las entidades religiosas, las de asistencia social hospitalaria y de beneficencia en general...” (palabras de Don Augusto Wiese Eslava).

Aportes de las empresas del Grupo Wiese

El Grupo Wiese viene apoyando hace más de un siglo el desarrollo del país, con importantes inversiones y vasta experiencia empresarial local, lo cual ha llevado a asociaciones muy significativas con grupos económicos internacionales de primer nivel, ocupando un lugar importante en la historia del desarrollo moderno del Perú.

Actualmente el Grupo está presente en los siguientes sectores: servicios financieros, inmobiliarios, retail, servicios industriales y servicios marítimos-portuarios. Estas empresas aportan anualmente una cantidad a la Fundación Wiese, así como dividendos.

Convenio con el Ministerio de Cultura

La Fundación Wiese realiza en el Complejo Arqueológico El Brujo trabajos de investigación, excavaciones, conservación, difusión y puesta en valor y uso social, en coordinación con el Ministerio de Cultura (antes INC) a través de un convenio interinstitucional desde 1990. En el año 2006 y con motivo de la apertura del sitio arqueológico a la visita turística se renovó este convenio con la cláusula adicional de que los ingresos por cuenta de los boletos de entrada de los visitantes, se compartiría en un 80% para la continuación de las investigaciones y puesta en valor y uso social del Complejo El Brujo y el 20% para el Ministerio de Cultura. En el año 2012 recibimos más de 45.500 visitantes nacionales y extranjeros, adultos y niños.

Ingresos por Tienda Cao

Con motivo de la inauguración del museo de sitio, Museo Cao, en abril de 2009, se inauguró también la Tienda Cao, en la que se comercializan “souvenirs” de El Brujo, muchos de los cuales son productos artesanales confeccionados por los pobladores aledaños, principalmente de Magdalena de Cao y Farías, trabajados principalmente en piedra, mate, madera, algodón nativo y cestería. El 100% de estos ingresos va directamente al proyecto de investigación, puesta en valor y uso social del Complejo El Brujo.

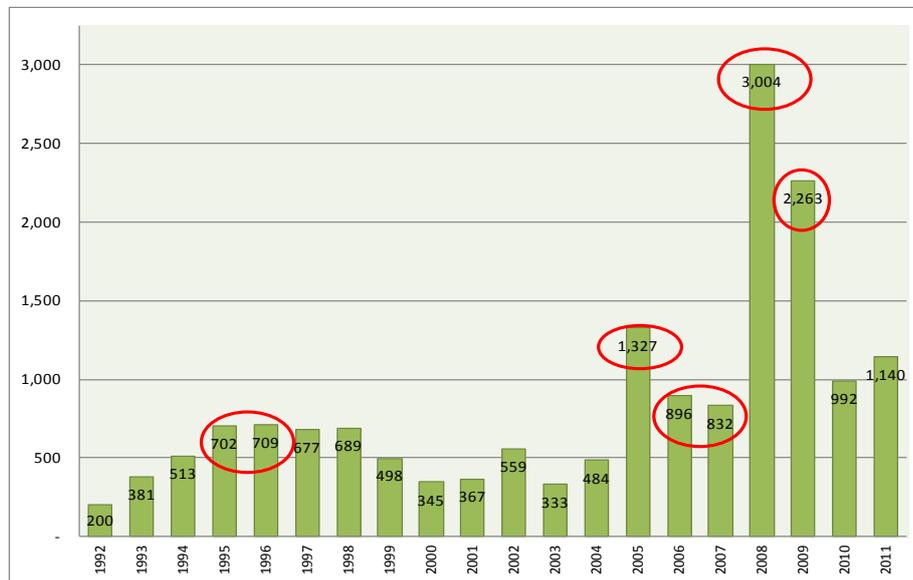
Plan COPESCO Nacional

El Plan COPESCO Nacional es una Unidad Ejecutora del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Se encarga de la provisión de la infraestructura y acondicionamiento turístico, así como de la conservación y restauración de activos arqueológicos. Actualmente esta institución viene trabajando la puesta en valor y uso social de nuevos lugares en el Complejo Arqueológico El Brujo.

Los trabajos tienen el objetivo de ampliar la oferta de áreas a visitar en el Complejo y así enriquecer la visita turística. Asimismo, ampliar el tiempo de permanencia de los turistas e incluso que puedan pasar una noche en el poblado de Magdalena de Cao, pueblo colonial de 3.000 habitantes, a cuatro kilómetros de El Brujo. Este poblado viene desarrollando con éxito su gastronomía de comida típica, así como la venta de artesanía. A la fecha cuenta con diez restaurantes, cinco tiendas de artesanía y se está construyendo el segundo hotel.

Inversión de Fundación Wiese en el Complejo Arqueológico El Brujo desde 1992 a 2011 (miles soles oro)





Fuente: Fundación Wiese

La Fundación Wiese invierte en la investigación, conservación arqueológica y puesta en valor del Complejo El Brujo hace veintitrés años. Son tres los momentos más importantes de esta inversión: los inicios de las excavaciones, siendo los años 1995 y 1996 los más destacados.

Un segundo momento importante sucede entre los años 2005 y 2006 por el descubrimiento de la Señora de Cao y la construcción de un techo especial para proteger el frontis norte de la pirámide Huaca Cao de los embates del sol, viento y cercanía al mar, así como para poder apreciar los hermosos frisos pintados sin la interrupción de columnas. En el año 2006, El Brujo se abrió al turismo con el propósito de compartir los hallazgos e investigación en el sitio y generar una sostenibilidad económica.

El tercer momento se da en los años 2008 y 2009 con la construcción e inauguración del museo de sitio, Museo Cao, en el cual a partir de abril 2009 se pueden apreciar en sus seis salas los objetos que dan cuenta de los cinco mil años de ocupación ininterrumpida del sitio arqueológico, siendo la sala seis la que contiene parte de los 120 kilos del ajuar de entierro de la Señora de Cao y su cuerpo momificado y tatuado, en perfecto estado de conservación.

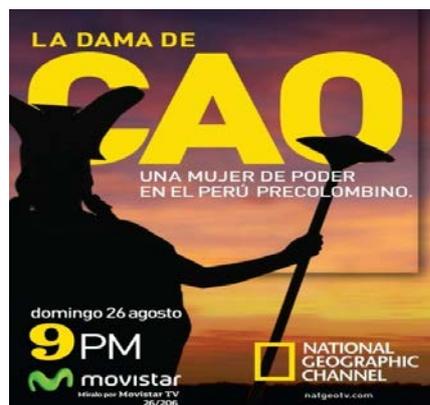
3. Promoción Turística

La promoción del Complejo Arqueológico El Brujo se trabaja directamente desde la Fundación Wiese y en convenio con diferentes instituciones públicas y privadas, desde el año 2006 en que se abrió a la visita turística, por medio de las siguientes actividades:

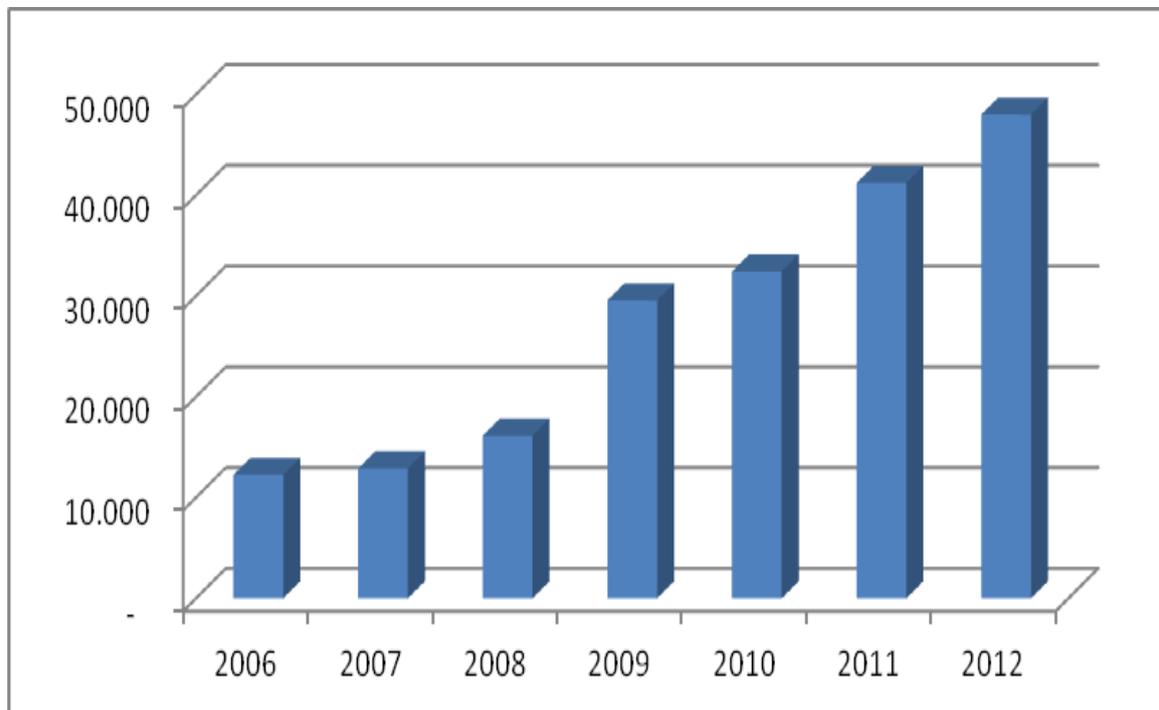
- Participación en las principales ferias internacionales y nacionales de turismo en convenio con PromPerú (la oficina de promoción turística del Perú, institución perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Mincetur), desde el 2006 a la fecha (desde el 2009 con Ruta Moche). Recientemente hemos participado con PromPerú en ferias internacionales de turismo en Brasil, Argentina, Inglaterra y Ecuador, en éste último, mediante una Caravana turística a las ciudades de Loja, Cuenca y Guayaquil.

Este año 2013 participaremos en siete ferias internacionales y tres nacionales con PromPerú promoviendo la Ruta Moche, circuito del cual El Brujo es icono junto al Complejo Arqueológico de Sipán, la ciudadela de Chan Chan y las Huacas de Moche.

- Atención de viajes de prensa especializada en turismo, nacional y extranjera; en el sitio, recibimos no menos de treinta grupos de periodistas por año.
- Atención de visitas de familiarización de agencias de viajes extranjeras y nacionales; recibimos un promedio de dos por mes, algunos enviados por PromPerú y otros que llegan por cuenta propia.
- Producción película Señora de Cao. En 2012 finalizó la producción de la película de la Señora de Cao, a cargo de Fundación Wiese y Explora Films, productora española, con el apoyo de PromPerú y TV Española. La película se transmitió en 35 millones de hogares de Centro y Sudamérica, así como a la audiencia hispana de Estados Unidos, durante los meses de agosto y setiembre de 2012, por la cadena National Geographic.
- Producción película la Ruta Moche, a cargo de Fundación Wiese y Explora Films, con el apoyo de PromPerú.
- Elaboración de material promocional impreso y digital para ser distribuido en los diferentes canales de distribución: ferias, press tours, fam tours y otros.



Estadísticas de visitantes al Complejo Arqueológico El Brujo y el Museo Cao



Fuente: Fundación Wiese

Desde la apertura al turismo del Complejo El Brujo, en mayo de 2006, las visitas se han incrementado en un 272%. Ese año se recibieron 12.249 visitantes nacionales y extranjeros. En abril de 2009 se inauguró el Museo Cao, lo cual permitió recibir más del doble de visitas tres años después: 29.551 turistas en diciembre 2009.

Esto fue posible gracias a la contratación de personal idóneo para la promoción y difusión del sitio arqueológico, tanto en la región La Libertad como en Lima, realizando presentaciones especiales en universidades, institutos de turismo, colegios, tour operadores, líneas aéreas, agencias de viajes, en el Perú y en el extranjero y participando en las actividades de promoción antes mencionadas.

A diciembre 2012 hemos recibido más de 45.500 visitantes.

4. Rol de la Fundación Wiese. Impacto social y económico en Magdalena de Cao

La Fundación Wiese, desde los inicios de su intervención en el Complejo El Brujo en 1990, cumple a la vez un rol de gestor y facilitador para el desarrollo económico y social de los pobladores aledaños al Complejo, principalmente en Magdalena de Cao. Trabajando de la mano con las diferentes instituciones públicas y privadas, del distrito, de la región y de Lima, a través de convenios y trabajo conjunto. Asimismo, la Fundación integra el Comité Ruta Moche de La Libertad, creado el 2009 para

consolidar y promover este circuito turístico que comprende dos regiones en la costa norte del Perú: La Libertad y Lambayeque.



Fuente: Fundación Wiese

Recuperación de la imagen urbana

La Fundación Wiese, en convenio con la [Ong Minka](#), apoyó la elaboración del expediente técnico para el Plan COPESCO Nacional, con el fin de recuperar la imagen colonial de este pueblo ancestral, que cambió su ubicación geográfica en El Brujo, a cuatro kilómetros aproximadamente lejos del mar, debido a las fuertes lluvias ocurridas a la llegada de los españoles a la zona, en el año 1538. Con este proyecto se devolvió al pueblo su original estilo colonial, remodelando sus calles principales y la plaza principal, mejorando la red de agua y desagüe, así como los servicios eléctricos.



Magdalena de Cao 2007



Magdalena de Cao 2011

Mejora de vías de acceso

Cumpliendo su rol de gestor e integrador, la Fundación Wiese intercedió ante el Gobierno Regional de La Libertad para lograr el fin de la carretera Panamericana/Magdalena de Cao/El Brujo. Es así que desde junio de 2012 se cuenta con dieciocho kilómetros de carretera asfaltada, desde la carretera Panamericana Norte, a la altura del distrito de Chocope, provincia de Ascope, La Libertad, señalizada por el Ministerio de Transportes y Ministerio de Turismo. Lo que además de facilitar el acceso al sitio arqueológico y al pueblo de Magdalena de Cao, mejora la conectividad de cinco mil habitantes de los diferentes pueblos aledaños: Farías, Ticmar, Salamanca, Molinos y Santiago de Cao.

Recuperación de identidad local

El Complejo Arqueológico El Brujo y la cultura mochica siempre han estado presentes en la identidad de los pobladores de Magdalena de Cao. Pero con los trabajos de investigación por parte de la Fundación Wiese desde inicios de 1990 esto se ha hecho más evidente, generando aún mayor conciencia de un importante pasado.

En el pueblo uno puede ver réplicas de los frisos y murales polícromos de la Huaca Cao Viejo sobre los murales de casonas, en los nombres de restaurantes, casas de asociaciones y tiendas de artesanía, que nos remiten a los vocablos antiguos moche. Igualmente, la imagen de la Señora de Cao está muy presente en ellos. Los trabajadores del Complejo El Brujo apoyan a los pobladores en la recuperación de estos iconos, en el pintado y en la asesoría histórica.

Beneficios Económicos

En el año 1990 Magdalena de Cao era un pueblo de dos mil habitantes, muy deprimido, en el que los jóvenes salían a temprana edad a Trujillo. Sin embargo, desde que la Fundación Wiese comenzó sus trabajos de investigación y excavaciones en el Complejo El Brujo, el pueblo comienza a sentir los cambios en el ámbito social y económico, lo que se hace más notorio cuando el Complejo se abre al turismo en mayo de 2006, generando un flujo turístico que contribuye directamente al crecimiento económico de la zona.

Mediante convenios con instituciones públicas y privadas se realizan proyectos de mejoras en la localidad. La remodelación arquitectónica y la construcción de la carretera son muestra de ello. Esto ha contribuido al incremento de los visitantes al Complejo El Brujo y por consiguiente a los pueblos aledaños, generando a su vez oportunidades de negocio, como la apertura de restaurantes, tiendas de artesanía, hoteles, asociaciones de transporte de mototaxis y minibuses.

Inclusión Social

La Fundación Wiese apuesta desde hace veintitrés años por la inclusión de los pobladores en la cadena de valor que supone la recuperación de un Patrimonio Cultural de tal magnitud, como es el Complejo Arqueológico El Brujo, cuna de varias culturas a lo largo de cinco mil años y de la cultura mochica, teniendo como su principal exponente a la Señora de Cao, primera mujer gobernanta precolombina. Asimismo, la Fundación hace uso de todos los recursos de la zona, generando empleo, contratando proveedores locales, promoviendo oportunidades de negocio e incentivando a los pobladores a convertirse en empresarios.

La Fundación trabaja desde el 2005 en proyectos de capacitación de los pobladores en sus actividades económicas. Entre los años 2009 y 2011, en convenio con Banco Interamericano de Desarrollo, desarrolló un proyecto de capacitación para los habitantes de los cuatro pueblos ubicados al lado de los cuatro sitios arqueológicos más importantes de la Ruta Moche: Sipán (Pueblo de Sipán/Huaca Rajada), Huaca de la Luna (Moche), Sicán (Bosques de Pómac) y El Brujo (Magdalena de Cao). Fueron un total de ciento quince pequeños empresarios los que recibieron capacitación. Esta capacitación se focalizó en la mejora de sus productos artesanales, de los servicios turísticos en restaurantes y hoteles, el guiado turístico y la creación de mini circuitos turísticos, así como en la gestión de sus pequeñas empresas. Para ello se realizaron talleres en cada pueblo y se organizó la participación en ferias artesanales locales, regionales y en Lima. Los resultados de estas capacitaciones se manifiestan en la mejora en sus ventas y en la colocación de sus productos, algunos inclusive fuera del país.

Modelo de Desarrollo - Ruta Moche

Por iniciativa de la Fundación Wiese, en el año 2009 se firmó un convenio entre cinco instituciones privadas y PromPerú, creándose el Comité Ruta Moche para consolidar y promover este circuito turístico, que tiene como principal motivo de visita el turismo cultural debido a su amplio Patrimonio Arqueológico. A partir del 2012 este Comité es representado por la Cámara de Turismo de La Libertad – CADETUR.

En junio del 2011, la Organización Mundial del Turismo otorgó el premio Ulysses por la labor de cogobernanza del Vice Ministerio de Turismo del Mincetur y las instituciones del sector privado de las dos regiones que conforman la Ruta Moche para consolidar este destino turístico.



INDICADORES ECONÓMICOS DE PROYECTOS CULTURALES: ¿HACEMOS BIEN LAS COSAS?

ALICIA CASTILLO

Profesora del Departamento de Prehistoria de la Universidad Complutense de Madrid

1. Resumen

Asumiendo la importancia y necesidad de evaluar la generación de riqueza, en el contexto del Patrimonio Cultural los indicadores económicos abarcan desde aspectos tan teóricos como el propio cambio del concepto y su valor con el paso del tiempo a otros tan prácticos como reconocer el coste beneficio de las visitas y mantenimiento de los bienes culturales que las acogen. Desde una experiencia concreta, como es la de la investigación en gestión de este tipo de bienes, se ponen ejemplos y se cuestiona el valor real de este tipo de instrumentos, que en muchas ocasiones se han utilizado de manera estandarizada, obviando el interés particular y la especificidad del proyecto o lugar para los que se elaboraban.

Se comentan por tanto algunos retos pendientes para que este tipo de parámetros se apliquen con mayor asiduidad y garantía, gracias a su integración en un contexto más amplio de evaluación y control del tratamiento de los bienes culturales que permitan ofrecer resultados satisfactorios. Y sobre todo, gracias a adoptar una visión del Patrimonio Cultural que mide su riqueza en distintos valores, no sólo los cuantificables o calificables en términos de economía de mercado.

2. Introducción

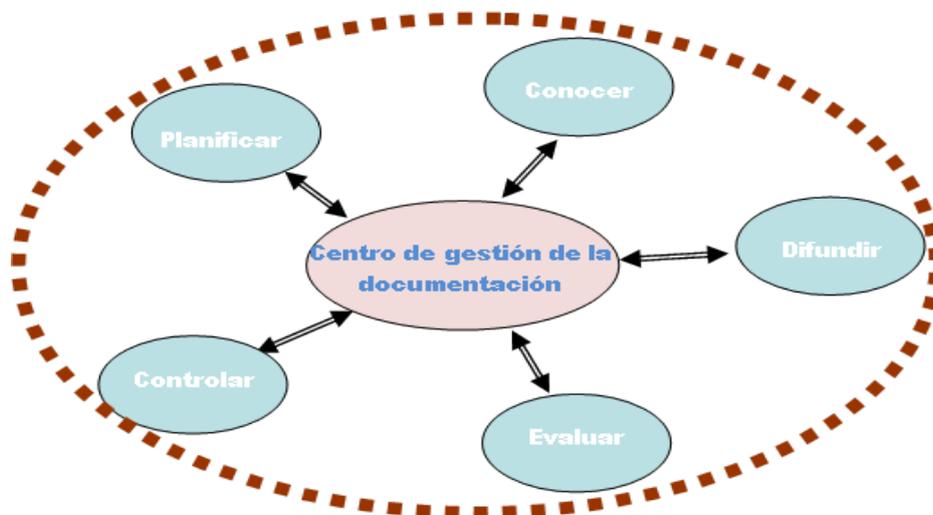
La reflexión sobre indicadores económicos de la cultura que se presenta a continuación está centrada especialmente en el Patrimonio Cultural y no tanto en la cultura, vista en términos generales; y ello por la amplitud del término, prácticamente inabarcable en todos los ámbitos que engloba, y porque sólo el Patrimonio Cultural ya es un mundo en sí mismo. De hecho, mi propia formación de base es la Arqueología y la repercusión de esta ciencia en el Patrimonio Cultural puede ser un buen ejemplo para entender la importancia del tema objeto de este *Encuentro Iberoamericano sobre financiación de la cultura*. Pensemos, por ejemplo, en Teotihuacán, un sitio arqueológico que recibe más de dos millones de visitas anuales con un coste de entrada de cinco dólares, lo que significa un retorno de más de ciento trece mil dólares al año. Investigación arqueológica y turismo cultural se unen en un mismo lugar enriqueciendo el monumento en un proceso del que todos somos cómplices y partícipes. Sin embargo, a pesar del ya clásico binomio para los economistas de turismo y Patrimonio como generadores de riqueza, y quizás uno de los sectores que



ha sido objeto de medición en cuanto a su productividad, no quisiera que se redujera la valoración de lo que deberían ser los indicadores a este ámbito, ya que el Patrimonio es mucho más que turismo y no sólo por turismo genera riqueza.

La investigación en Patrimonio Cultural, y en consecuencia de sus aspectos económicos, hay que entenderla en una concepción amplia, aceptando su definición cambiante y la necesidad de la inter/transdisciplinariedad para su tratamiento y gestión en los equipos de trabajo. Una sola visión de las cosas empobrece los discursos y más en el caso del Patrimonio Cultural que es un elemento claramente transversal. Por otra parte, hay que asumir que el trabajo en Patrimonio Cultural debe tener y tiene un compromiso social; de ahí lo que ha comentado previamente Pau Rausell en su ponencia sobre el impacto de la cultura: a pesar de trabajar con contratos laborales inestables, condiciones algo precarias y salarios bajos, los trabajadores del sector cultural siguen motivados y quieren continuar trabajando en ello. Porque detrás del Patrimonio Cultural hay otros valores, emociones y sentimientos que no sólo buscan la satisfacción económica, sino la mejora de la calidad de vida en un sentido no tan fácilmente parametrizable.

Cuando investigamos en Patrimonio Cultural intentamos llevar a cabo trabajos idealistas y de conjunto que ayuden a mejorar la situación de los bienes culturales. Las personas que trabajan en este sector son parte de una cadena dentro de todo el proceso de gestión del Patrimonio Cultural y deben ser conscientes de cuál es su posición dentro del mismo; para ello entendemos que es más que recomendable trabajar desde modelos ideales y globales. El modelo de gestión que se recoge en la figura siguiente a modo de síntesis y que compartimos en el Grupo de Investigación de Gestión de Patrimonio Arqueológico de la Universidad Complutense, es nuestro punto de partida (ver p.e. Querol 2010). Ello no significa que todo ejercicio de gestión tenga que realizarse bajo esta concepción, incluso nuestro equipo va modificando los planteamientos a lo largo del tiempo y su propio modelo, pero es fundamental contar con una estructura en la que basarse, teniendo en cuenta y organizando las acciones a llevar a cabo y contemplando una escala y un contexto que vendrá determinado por cada proyecto concreto.



EVALUAR

Figura 1: modelo de gestión de Patrimonio Cultural. Fuente: Querol 2010 con actualizaciones. Elaboración propia. 2012.

Como se observa, este modelo es circular y se retroalimenta a sí mismo. Destaca en él el dinamismo, la constante actualización de sus procesos desde todos los puntos de vista. El objeto de esta conferencia no es explicarlo, por lo que sólo quisiera recordar que por gestión de Patrimonio Cultural se entenderá el conjunto de actividades destinadas a la protección y su difusión (o.c). De estas actividades, es la de “evaluar” en la que se ubicarían los indicadores económicos, entre otras muchas acciones que nos permitan hacer autocrítica sobre nuestro trabajo y mejorarlo en la medida de lo posible. Es aquí donde debe, por consiguiente, reconocerse la riqueza que nuestra actividad o proyecto genera, asumiendo que seremos capaces de poner “precio” al Patrimonio y medirlo en términos de mercado. A su vez, es aquí también donde el lado más humanista de esta conferencia aparece y, por tanto, considero importante reflexionar desde el ejemplo que puede suponer o supone valorar los bienes culturales en términos de mercado.

3. Del valor del Patrimonio Cultural

Desde una perspectiva más pragmática, hay que reconocer que sin recursos económicos para sustentarnos difícilmente podremos sacar adelante proyectos gestores. Como se viene comentando en este *Encuentro Iberoamericano* de manera reiterada, el Patrimonio Cultural tiene muchos beneficios económicos y si podemos cuantificar sus costes, también podemos intentar medir su valor...pero ¿cuál es y para quién?

Un ejemplo no falto de polémica sobre el tratamiento “en cifras” del Patrimonio Cultural es el caso del Coliseo romano, que será rehabilitado gracias a un contrato de colaboración público-privada entre la Alcaldía de Roma y la multinacional Tod’s, firmado el 27 de enero de 2011. Según el acuerdo, Tod’s invertirá veinticinco millones de euros en restaurar el monumento a cambio de una concesión por quince años (prorrogable) de exclusividad sobre la imagen mundial del monumento. Fue una decisión muy polémica y muy criticada en su momento, tomada durante el gobierno de Silvio Berlusconi, que espera triplicar la rentabilidad del Coliseo, pues con una entrada que ronda los diez euros, el retorno económico se calcula en doscientos millones de euros, cuando antes era sólo de treinta y cinco millones (Fuente: Diario Público, 31 de Julio de 2012). Pero hay que tener en cuenta que el mantenimiento de este monumento, y de muchos otros, es muy costoso y aunque la sostenibilidad es fundamental, una empresa necesita que haya negocio para involucrarse de esta manera en una inversión cultural. No deja de ser una apuesta fuerte a futuro, en la que se irán viendo las consecuencias, pues es posible que vincular la imagen mundial del edificio durante quince años con esta compañía implique hablar de Tod’s y no del Coliseo en sí mismo. Sólo el tiempo mostrará los resultados de esta experiencia y si realmente se cumplió con el objetivo patrimonial del disfrute de la historia pasada o de otros valores del bien sin entrar en conflicto con el objetivo mercantil de la marca, que nada o poco tiene que ver con el valor patrimonial.

El problema del valor o de medir los costes del mismo también surge en contextos oficiales. A escala de la Unión Europea (datos extraídos de la Comisión de las Comunidades Europeas) se ofrecen las cifras del llamado Programa Cultura que prevé una inversión de cuatrocientos millones de euros entre 2007 y 2013 para toda la cultura, a los que hay que sumar los Fondos Feder (Fondos Europeos de Desarrollo Regional) con una partida diferente de dos mil seiscientos millones de euros para protección y preservación del Patrimonio Cultural, mil ochocientos millones para desarrollo de infraestructuras culturales y quinientos noventa millones para asistencia para la mejora de los servicios culturales. También podemos observar como otro programa europeo, el Programa Media, estima una inversión de casi setecientos cincuenta y cuatro millones de euros para el sector audiovisual.

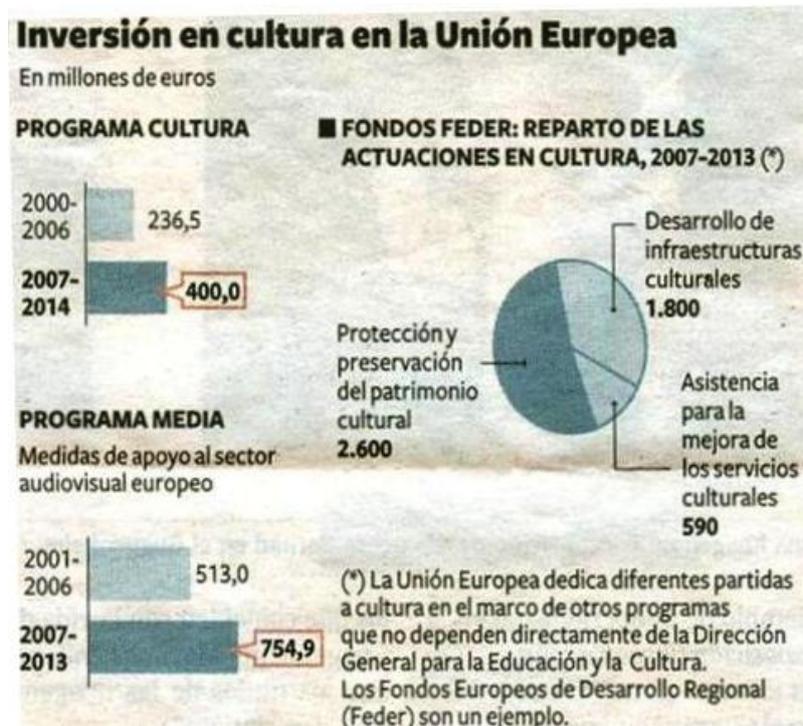


Figura 2. Fuente. Diario El País.2010

Al analizar estas cifras surgen muchas dudas y preguntas: ¿por qué las infraestructuras culturales se analizan fuera de la conservación del Patrimonio Cultural? ¿No incluye el sector audiovisual películas o documentales culturales que debieran estar dentro de otras partidas presupuestarias? ¿Por qué un programa de inversión como los Fondos Feder, cuyo objetivo no es la cultura sino el desarrollo de regiones deprimidas o empobrecidas, triplica el presupuesto dedicado a Patrimonio Cultural frente a la inversión del Programa Cultura específico para ello? Esta confusión de datos implica que realmente no tenemos aún claro los fondos que se invierten en Patrimonio Cultural. Tenemos aproximaciones y valoraciones, fuentes directas e indirectas, pero aún no hemos sido capaces en Europa de crear un marco concreto de definición para el caso del Patrimonio Cultural, lo cual supone un importante reto tanto para los economistas como para los propios trabajadores del sector.

Las consecuencias de este hecho van más allá de las estadísticas o intereses investigadores. De hecho, la falta de mediciones adecuadas es quizás la responsable de experiencias patrimoniales que fracasan o, incluso, cuya utilidad debemos cuestionar. En el caso concreto de España la evidencia nos dice que no hemos hecho bien las cosas. Tenemos un ejemplo directo de ello en la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, que desde el año 2000 ha liderado un proyecto de puesta en marcha y gestión de cinco parques arqueológicos, con una inversión económica enorme (formación de personal, creación de espacios y rutas, investigación, publicidad, etc.)

con una [ley específica que los regula](#) (la única en España sobre parques arqueológicos) y que ha tenido como resultado la demostración de que dichos parques no eran rentables. Este hecho se hizo público como consecuencia de la crisis, que ha obligado a revisar las cuentas y ver dónde estaban los problemas y en qué partidas podía ahorrarse dinero. Al observar los documentos y analizar las cifras aparecieron agujeros como el del Parque Arqueológico de Carranque, de 800.000 euros, entre otros, que tuvieron como consecuencia directa el cierre de dichos parques. La apuesta actual del gobierno regional para solucionarlo es un modelo basado en la colaboración público-privada (Diario La Tribuna de Toledo, 27 de abril de 2012 y 31 de agosto de 2012).

Los Fondos Feder, mencionados anteriormente, sirvieron para poner en marcha la llamada “Ruta de Castros y Verracos”, en la provincia de Ávila (Castilla y León) que pretendía potenciar pequeños espacios rurales deprimidos a través del turismo con la puesta en valor de yacimientos arqueológicos, la creación de un Centro de Interpretación y otra serie de medidas, como la divulgación de publicaciones científicas y resultados de las investigaciones arqueológicas, que no se llegaron a realizar. La gestión inadecuada del proyecto (cuya inversión fue muy costosa) supuso que en muy poco tiempo todas las tecnologías del Centro de Interpretación se quedasen obsoletas, al tiempo que se iban rompiendo o estropeando sin posibilidad de ser reparadas ante la falta de previsión de esta coyuntura en los presupuestos iniciales y el mal tratamiento económico de la situación.



Figura 3. Fotografías del centro de interpretación de la Mesa de Miranda. Señalética. Estado de zonas excavadas en los últimos años y accesibles a la visita pública. Centro de Interpretación. Fuente: elaboración propia. Marzo 2012.

Otra muestra de las políticas de gestión que se han llevado a cabo en España la encontramos en el Museo de la Evolución Humana, situado en la provincia de Burgos (Castilla y León) y cuya temática es el yacimiento de Atapuerca (declarado Patrimonio Mundial y Premio Príncipe de Asturias a la Investigación). El edificio que lo alberga desde 2009 fue proyectado por el arquitecto Juan Navarro Baldeweg con un coste de setenta millones de euros y una superficie de quince mil metros cuadrados. El

yacimiento se encuentra en un pequeño pueblo a veinte kilómetros de la ciudad y del nuevo edificio, en una trinchera en medio del campo y con un pequeño Centro de Interpretación anterior a esta mega-construcción. Una edificación de este tipo raramente puede resultar rentable en algún momento: si bien se tienen buenas referencias en cuanto a la afluencia de habitantes, nos caben dudas en cuanto a si alguna vez se recuperará la inversión económica que se realizó y, sobre todo, si realmente era imprescindible para la ciencia y el Patrimonio con tamañas dimensiones.

Otro ejemplo interesante para el que aportar sugerencias es que este año (2012) se ha aprobado por el Ministerio de Cultura, en colaboración con las Comunidades Autónomas, el Plan Nacional de Investigación en Conservación de Patrimonio Histórico, pionero en su género.

	ANUAL (€)	PERIODO DE EJECUCIÓN DEL PLAN (9 AÑOS) (€)
MINISTERIO DE CULTURA	1.000.000,00	9.000.000
MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN	1.000.000,00	9.000.000,00
COMUNIDADES AUTÓNOMAS	1.000.000,00	9.000.000,00
FONDOS PROCEDENTES DE LA UNIÓN EUROPEA	300.000,00	2.700.000,00
FUNDACIONES, ASOCIACIONES, ADMIN. LOCAL, EMPRESAS	700.000,00	6.300.000
TOTAL	4.000.000,00	36.000.000,00

Figura 4. Fuentes de financiación del Plan Nacional en Conservación de Patrimonio Cultural. Fuente: Instituto del Patrimonio Cultural de España. 2012:24.

Este Plan vino acompañado de un estudio económico-financiero sobre ideas como los beneficios del Patrimonio Cultural, el hecho de que restaurar edificios es más rentable que construirlos nuevos, la generación de mejores puestos de trabajo, la importancia de la investigación, etc. El Plan está aparentemente bien planteado, fundamentado y justificado e incluso conlleva un área temática dedicada en exclusiva a estudios económicos (impacto, aspectos directos e indirectos...). Sin embargo, en lo que respecta a los requisitos que se solicitan para los investigadores y sus propuestas, apartado que ha sido desarrollado con detalle, en cuanto a la viabilidad del proyecto, no se hace referencia a cómo se va a medir su rentabilidad financiera ni cuáles van a

ser los resultados económicos esperables. Continúan sin exigirse como requisito, sigue sin haber medidas de control eficientes en estos aspectos. En las Administraciones Públicas hay una gran obsesión por controlar el gasto, pero no por conocer y gestionar los beneficios y ganancias económicas, al menos en el contexto de la investigación en Patrimonio Cultural en España. La burocracia y la documentación a la que hay que hacer frente para justificar los gastos de los proyectos resulta desmesurada en muchas ocasiones. La Administración pone todo su énfasis en este aspecto y en aquello que reporte visibilidad pública, es decir, publicaciones en revistas científicas de gran impacto, con independencia del contenido de dichas publicaciones, más en busca de una buena imagen que de la necesaria rentabilidad económica.

Parece obvio, tras estas casuísticas comentadas, que tenemos que desarrollar fórmulas que permitan medir el Patrimonio Cultural. Llegamos entonces a la importancia y necesidad de tener indicadores económicos para medir estos impactos.

4. De los indicadores económicos

Aunque básico, parece necesario para continuar esta reflexión acercarnos un poco a qué se considera por los especialistas como indicadores y qué pueden aportarnos.

Son muchas las referencias y trabajos que consideran importante la aplicación de estos parámetros para múltiples áreas; siguiendo por ejemplo a J. McIounghlin, J. Kaminski y B. Sodagarnes (2007: 17-41), que trabajan en el campo del Patrimonio Cultural, podemos decir que los indicadores son útiles por diversos motivos:

- ✓ “Reflejan factores de éxito de una organización o trabajo.
- ✓ Ayudan a conocer el progreso de las metas y objetivos marcados o modificarlos a tiempo.
- ✓ Alertan sobre el funcionamiento (bueno o malo) de determinadas actuaciones, controlando los riesgos.
- ✓ Muestran el impacto de la organización/proyecto.
- ✓ Ayudan a una organización/proyecto a comparar su rendimiento con el de otras organizaciones similares, a través de estándares y puntos de referencia.

La elección de los indicadores deber hacer frente a criterios convenidos, tales como:

- ¿Puede lo que está tratando de medir dividirse en medidas de componentes clave?
- Si no hay medida directa disponible, ¿cuáles son los indicadores parciales que se pueden desarrollar para intentar llegar a ella?
- ¿Existen valores monetarios aproximados?
- ¿Las medidas monetarias para temas no mercantiles pueden dar resultados válidos?
- ¿Las medidas compuestas son válidas? (considerar qué porcentaje debe ser usado).
- Disponibilidad: ¿qué nivel de información puede ser recogida fácilmente?

- Comparación con los demás (para algunos grupos de interés): la identificación de puntos de referencia adecuados sobre una base caso por caso.
- El coste de la recopilación de información al respecto.
- Complejidad de la formulación de la medida/Facilidad de análisis de la medida
¿Tiene algún sentido? ¿Cuáles son sus limitaciones?”

Pero, al mismo tiempo hay que tener en cuenta qué elementos son cuantificables para hacer nuestros indicadores económicos de costes-beneficios. Por ejemplo, dentro de los costes podríamos incluir:

- Limpieza.
- Personal.
- Mantenimiento (desde red eléctrica hasta reparaciones).
- Imagen o difusión.
- Investigaciones.
- Adquisiciones.
- Elaboración de productos.
- Nuevas instalaciones/ampliaciones.

Mientras en los ingresos directos o indirectos estarían:

- Entradas.
- Visitas guiadas.
- Aparcamientos.
- Desplazamientos.
- Hoteles, restaurantes y otros.
- Venta de productos.
- Alquiler de espacios.
- Derechos de imagen.

Algunos ejemplos de posibles indicadores culturales a utilizar:

- 1) El tiempo invertido en investigación frente a los resultados o productos mensurables obtenidos, desde una patente a cualquier otro tipo de invento o incluso la opción de multiplicar los beneficios de los fondos obtenidos.
- 2) El coste por el uso del museo físico/proyecto/exposición.
- 3) Coste del servicio del “sitio” por habitante y por viajero.
- 4) Las subvenciones en relación con el porcentaje del gasto total del museo/sitio/proyecto, pues en ocasiones no compensa pedir una subvención y no siempre es nuestra mejor opción.
- 5) Número de negocios de turismo en comunidades vecinas.
- 6) Cantidad de fondos obtenidos a través de las entradas en un tiempo dado (mes, año...).

- 7) Tiempo de estadía del visitante en el sitio/comunidad.
- 8) Contribución total del turismo al presupuesto del área (porcentaje).
- 9) Nivel de empleo relacionado con el bien: desde turismo hasta investigación.
- 10) Nivel de inversión en servicios públicos e instalaciones públicas.

Como vemos, muchos de ellos se relacionan con el sector turístico pero no todos y, conociendo el caso concreto, es posible desarrollar otros que equilibren la balanza con el turismo y como consecuencia busquen modelos más sostenibles de desarrollo económico.

5. De la utilidad real de los indicadores: para que podamos hacer bien las cosas.

Por todo lo dicho, es fácil definir ahora los indicadores económicos como uno de los parámetros que nos permite conocer el grado de enriquecimiento resultante de una actuación para las personas u organizaciones implicadas en ella.

Sin embargo, en el primer apartado nos planteábamos el valor del Patrimonio Cultural y de las experiencias más o menos nefastas que podía tener no medirlo bien. Esto está intrínsecamente relacionado con la idea del enriquecimiento: ¿qué es enriquecimiento? ¿A qué tipo de enriquecimiento nos referimos? ¿Exclusivamente al monetario? ¿Cuánto hay que enriquecerse con ello? ¿Y para qué queremos enriquecernos? ¿A quién va dirigido ese enriquecimiento, a las Administraciones Públicas? ¿Dónde: en una zona arqueológica marginal o en un museo céntrico de la ciudad?... Es evidente que el uso estandarizado de indicadores no sirve de mucho y que, desafortunadamente, éste es más habitual de lo que debería, alejándose muchas veces del propio concepto y valor patrimonial o dando una idea confusa del mismo.

G.S. Zouain (2007) planteó una categorización de los valores económicos del Patrimonio Cultural para la Fundación Abertis, con la que se puede estar más o menos de acuerdo, pero de la que destacaría su reflexión sobre el uso del Patrimonio Cultural como mercancía (ver figura siguiente).

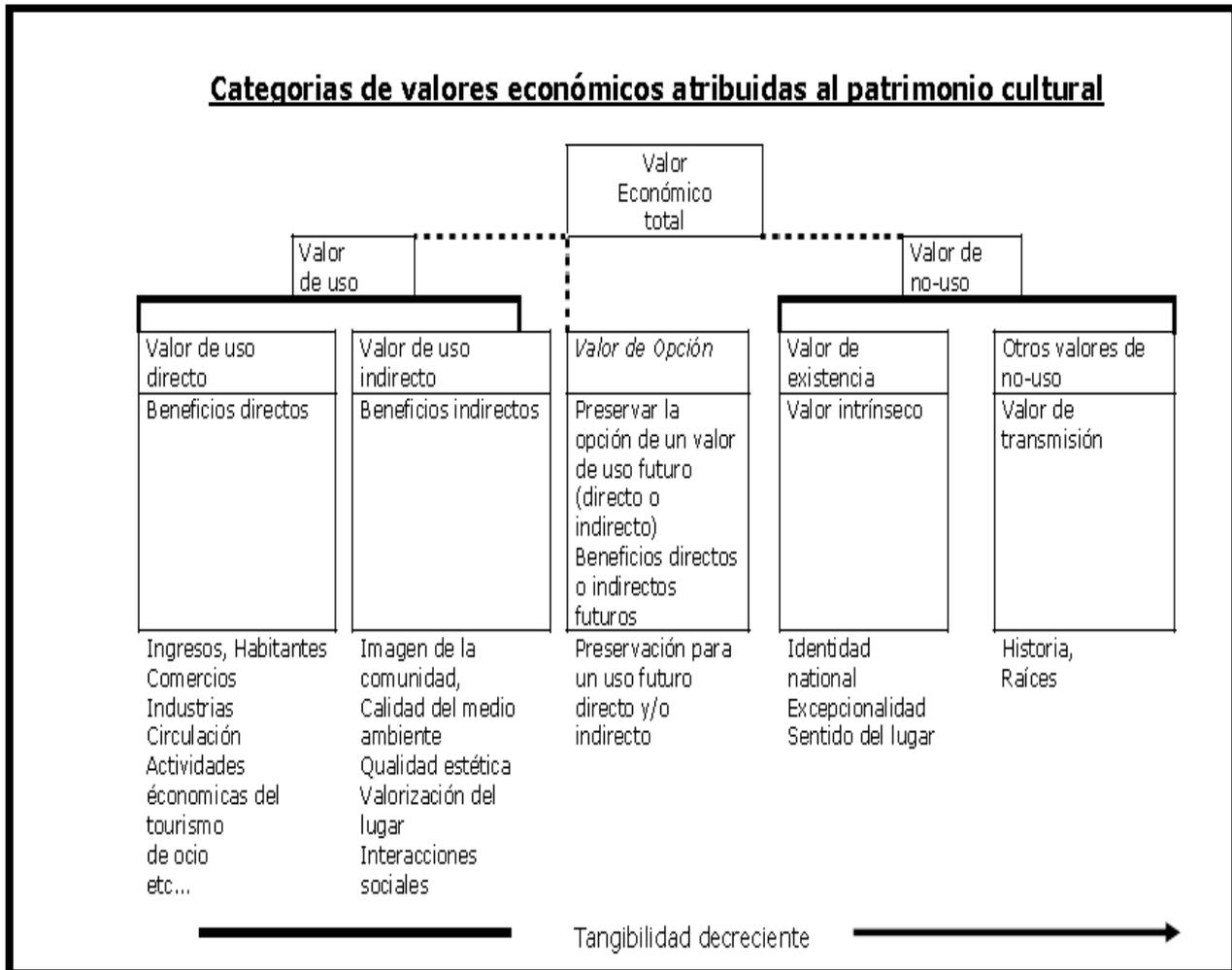


Figura 5. Fuente. Zouain 2007.

Según Zouain, el límite económico principal es que, contrariamente a otras mercancías, un bien patrimonial es, por definición, único e irremplazable. El hecho de ser único le da al bien patrimonial un valor económico particular, el valor de autenticidad.

La segunda limitación procede de la percepción social que tenemos del Patrimonio Cultural y de la relación particular que el ser humano mantiene con él. ¿Hasta qué punto primamos su coste para conservación o mantenimiento frente a su pérdida de valor o destrucción? En principio y de cara a la galería, la ciudadanía apuesta por la conservación del Patrimonio Cultural, pero en el momento en que les afecta directamente al bolsillo o sufren las consecuencias de vivir en un Centro Histórico, por ejemplo, la percepción de la importancia de este Patrimonio es diferente.

Siguiendo a Zouain y el modelo del economista Piero *Sraffa* (1960), podemos decir qué:

V_t = Valor del sitio por año (t)

R_t = Ingresos totales generados por la explotación del Patrimonio durante el año (t)
[entradas, aparcamiento, visitas guiadas, etc.]

C_t = Costes de gestión y mantenimiento del Patrimonio durante el año (t)

Entonces: $V_t = R_t - C_t$

La explotación económica de un bien cultural implica una paradoja: “cuantos más valores intangibles intrínsecos tiene un bien cultural, mayor es su valor económico, desde el momento que sea accesible. Por otro lado, cuanto más aumente el valor económico de un bien cultural, más disminuyen sus valores intangibles intrínsecos” (o.c).

Sin embargo, el Patrimonio Cultural no es un producto en estos mismos términos, como se plantea Zouain, y su valor no es estático, especialmente su valor de autenticidad. Sólo hay que ver el cambio de nuestra concepción sobre dicho Patrimonio entre el siglo XIX y el siglo XX y a día de hoy sigue cambiando y continuamos enriqueciéndolo y dotándolo de contenidos. No puede ser sustituido, pero sí revalorizado. Los valores intangibles cambian a lo largo del tiempo y en consecuencia no siempre van a estar en relación a la explotación directa o visita generalizada del bien; pensemos que incluso se puede dar la situación de que gracias a un exceso de valoración se realicen más estudios y se adopten mejores medidas para su conservación.

Por ello, para que los indicadores económicos nos sirvan, tienen que estar acompañados de otros estudios cuantitativos y cualitativos, así como formar parte de un sistema de evaluación más complejo que, a su vez, esté dentro del proceso de gestión de un proyecto cultural/organización a la escala que corresponda y con unos objetivos claramente definidos, especialmente por quiénes sean las personas o organizaciones interesadas en ellos, puesto que el propio concepto de riqueza es tan cuestionable como el de Patrimonio Cultural, y es evidente que la satisfacción con los indicadores dependerá de quiénes los requieran y qué entiendan por enriquecimiento, así como con qué se quieran comparar en cuanto a la consecución del mismo. En un porcentaje muy alto de casos, estos indicadores se utilizan como representantes de una “verdad” medida en números de entradas y salidas de divisas y, ciertamente, la propia situación de crisis mundial puso en evidencia que el resultado del uso de este tipo de parámetros estandarizados no siempre coincide con la expectativa o riqueza realmente generada en múltiples sentidos. Por tanto, es fundamental tener un modelo de gestión concreto para poder situar debidamente estos indicadores dentro de él y en el contexto específico de los bienes culturales a tratar, que no son iguales entre ellos ni iguales a otros usos, productos o valores sociales y económicos.

Volviendo a la cultura en general, la diferencia es una de las partes más importantes de su valor, obviarla con modelos que pretendan estandarizarlo para medirlo no es suficiente y a veces, francamente inútil, aunque en algunos casos pueda ser indicativo o sintomático de su riqueza en términos de mercado, que no de sensibilidad o sostenibilidad o valor cultural y en consecuencia de la tan buscada, esperada, soñada y excesivamente citada calidad de vida ciudadana.

6. Referencias

Instituto de Patrimonio Cultural de España. *Plan Nacional de Investigación en Conservación de Patrimonio*. Ministerio de Cultura, 2012 (última consulta, septiembre 2012: <http://ipce.mcu.es/conservacion/planesnacionales/conservacion.html>).

Edited by McLoughlin, J. Kaminski, J. y Sodagar (Eds.):

(2006) *Heritage Impact 2005. Proceedings of the first international symposium on the socio-economic impact of cultural heritage*. EPOCH. Published by ARCHAEOLOGIA. Printed in Hungary by ADUDIGIT. Budapest, 2006.

(2007) *Technology strategy, management and socio-economic impact Heritage Management Series*, Volume 2 Edited EPOCH Published by ARCHAEOLOGIA. Printed in Hungary by ADUDIGIT. Budapest, 2007.

Querol, M.A. (2010). *Manual de gestión de Patrimonio Cultural*. Akal Universidad.

Zouain, G.S. (2007) "El patrimonio cultural en la construcción de Indicadores de desarrollo" *VI Jornada sobre la gestión del Patrimonio sostenible: el patrimonio cultural en la construcción de indicadores de desarrollo*. Madrid, 24 de noviembre de 2006 Fundación Abertis. (Última consulta: septiembre de 2012:

<http://www.fundacionabertis.org/es/actividades/jornada.php?id=84>).

Diarios (última consulta a las noticias referidas en las webs: septiembre 2012)

El País

La Tribuna de Toledo: <http://www.latribunadetoledo.es/> (Última consulta: septiembre de 2012)

Público: <http://www.publico.es/> . (Última consulta: septiembre de 2012)

Experiencias concretas



EL MAPA DEL MECENAZGO HISPANOAMERICANO. TENSIONES Y DESAFÍOS EN LA RELACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES EN AMÉRICA LATINA

CRISTIAN ANTOINE

Profesor Doctor, Universidad de Santiago de Chile³⁶

1. Planteamientos

Las empresas que realizan acciones de mecenazgo se benefician con leyes que hacen posible las deducciones de impuestos a partir de los montos de las donaciones realizadas. En nuestro continente varios países han ido constituyendo regímenes legales favorables al mecenazgo y patrocinio empresarial a la cultura, a partir de legislaciones específicas sobre donaciones modales adscritas a beneficios de carácter tributario. La práctica del mecenazgo se ha asumido como una preocupación permanente de las empresas interesada en encontrar nuevos mecanismos de comunicación con sus públicos. Es posible comprenderlo también como una modalidad de financiamiento de la cultura que alivia las presionadas arcas públicas, obligadas a atender necesidades más acuciantes para su población. La promoción del mecenazgo a través de leyes que hacen posible las deducciones de impuestos no es novedad en los países desarrollados, especialmente allí donde se ha asumido la necesidad de que el sector privado - empresas y personas - participe en el financiamiento de las iniciativas culturales y artísticas. En la actualidad algunas naciones de América Latina están avanzando en la conformación de regímenes legales específicos de estímulo al mecenazgo y patrocinio empresarial a la cultura. La ponencia avanza a partir de interrogantes como: ¿cuál es el estado de la cuestión con respecto a las legislaciones de mecenazgo en el continente? ¿Existen aspectos comparables entre estos marcos legislativos? ¿Son capaces las leyes mencionadas de generar marcos jurídicos y políticas culturales más estables para el desarrollo del financiamiento privado de la cultura en la región? ¿Se están dando acaso las condiciones para que un nuevo actor - la empresa privada y/o el donante individual - asuma posiciones más protagónicas en el financiamiento de las artes en América Latina?

Pese a lo evocador de la palabra, el sentido del mecenazgo en la actualidad es bastante distinto de aquel que se practicaba en la antigua Roma. Su ejercicio se ha convertido en un recurso de comunicación destinado a promover la imagen de una institución o una empresa, pasando desde hace algunos años a formar parte de las operaciones estratégicas de posicionamiento de una corporación (Antoine, 2005:82).

³⁶ Doctor en Ciencias de la Información, historiador y periodista. Académico en la Escuela de Periodismo Universidad de Santiago de Chile; investigador senior del Instituto Libertad y Desarrollo, autor de los libros "Mecenazgo y Patrocinio Cultural" y "La Ley Valdés y las donaciones a la cultura", entre otros.

El financiamiento de la cultura incluye ese complejo conjunto de sistemas institucionales, administrativos y jurídicos que buscan generar y hacer circular recursos económicos orientados a proteger y promover las actividades artísticas y culturales (Alfaro Rotondo, 2008). Sistema que incluye relaciones y cruces en materia de precios, subsidios, partidas presupuestarias, exenciones fiscales, impuestos, recursos específicos, fondos, iniciativas de mecenazgo, aportes internacionales, etc.

1.

El mecenazgo moderno de la cultura y las artes se beneficia en muchos países de la existencia de marcos regulatorios amplios con leyes orientadas a la promoción del aporte dinerario empresarial hacia actividades de interés público y al patrocinio como mecanismo publicitario; cuenta además con una numerosa institucionalidad de promoción de los mismos. Característica de este modelo es el reconocimiento explícito que se hace al aporte que los mecenas hacen a la cultura, haciéndolos salir del anonimato forzado que las leyes les imponían antaño. No obstante, el Estado sigue siendo un financista importante, pero sometido a criterios de regionalismo y subsidiaridad.

Como podemos observar en el cuadro 1, la promoción del mecenazgo a través de leyes que hacen posible las deducciones de impuestos no es novedad en los países desarrollados.

Cuadro n°1.
Políticas de incentivo tributario a la cultura.

	Beneficiario	Tipo de beneficio	Tipo de deducción	por ciento deducción	Límites	Ente fiscalizador	Normativa
España	Fundaciones inscritas en Registro	Exención de impuesto a las sociedades. Donaciones en dinero, bienes y obras de arte. Colaboración empresarial	Particulares: del impuesto. Empresas: de la base imponible. La Colaboración puede ser registrada como gasto deducible	Personas: 20 por ciento Empresas: 100 por ciento	Empresas: obras de arte: 30 por ciento Bienes: 10 por ciento Dinero: 10 por ciento O bien 0,1 al 0,3 por ciento sobre ventas. Para la Colaboración: 5 por ciento de base imponible.	Protección de Fundaciones (administración general del Estado)	Ley 30/1994 de 1994 sobre Fundaciones e incentivos fiscales a la participación privada en actividades de interés general.
EE.UU.	Organizaciones calificadas	Dinero, obras de arte, bienes, voluntariado	Particulares y empresas: Base imponible (además, para empresas)	100 por ciento	10 por ciento, 30 por ciento o 50 por ciento de la base imponible	Internal Revenue Service.	US Code, Title 26 Section 170 y otras
Francia	Organizaciones autorizadas de interés general y de utilidad pública	Donaciones Patrocinio	De la base imponible (empresas) y del impuesto (particulares)	50 por ciento de la donación para el caso de contribuyentes particulares	Empresas: 2,25 o 3,25 por mil del volumen de ventas. Particulares: 1,75 por ciento o 6 por ciento del ingreso imponible	Ministerio de Presupuesto además del Ministerio de Educación o el de la Cultura	Ley N° 81-571 de 1987 sobre desarrollo de mecenazgo. Ley N° 90-559 de 1990. Código de Impuestos (art. 200 y 235 bis)
Alemania	Instituciones culturales de interés público	Patrocinios, Bienes (no exentos de IVA) Donaciones en dinero (sobre 50 mil marcos) Restauración arquitectónica	De la base imponible (particulares y empresas)	100 por ciento Restauración arquitectónica: 10 por ciento	10 por ciento de la base imponible		
Inglaterra	Entidades de caridad	Donaciones en dinero, patrocinios, voluntariado. Los bienes no deducen	De la base imponible (particulares y empresas)	100 por ciento	Sin límite	Consejo Nacional de las Artes	

Fuente: www.congreso.cl/biblioteca/estudios/esolis/215-00.htm



En julio de 2011, el Parlamento Europeo publicó el estudio Fomentar la inversión privada en el sector cultural, que ya advertía que “la tendencia a exagerar el potencial del apoyo privado como alternativa al apoyo público es controvertida, porque los fondos privados están disminuyendo con rapidez durante el periodo de crisis y muchas conclusiones confirman que existe una correlación positiva entre las funciones del Estado y de la inversión privada en la cultura” (Europeo, 2011). Y ponía como ejemplo al Reino Unido, donde aunque se pretende que la financiación de la cultura sea una “economía de tres pies”, en la que cada fuente aporte un tercio de los ingresos, la financiación pública representa de media el 53% de los presupuesto, los ingresos propios un 33% y la inversión privada un 15 % (Vozmediano, 2012).

Hoy por hoy y especialmente allí donde la crisis económica ha hecho más urgente asumir que el sector privado - empresas y personas - deben participar más activamente en el financiamiento de las iniciativas culturales y artísticas, el mecenazgo privado a la cultura se vuelve más acuciante. En efecto, tras varios años de letargo legislativo para el sector y con una legislación que bordea los cuarenta años de antigüedad, países como Francia y España se han visto en la obligación de introducir reformas para hacer aún más atractiva la posibilidad de que las personas y las empresas hagan contribuciones a la cultura. Y está dando resultados.

En Francia el presupuesto de mecenazgo cultural, cuya caída había causado tanta preocupación en 2010, va en franco aumento superando los 494 millones de euros este año frente a los 380 millones recaudados hace dos años. Prueba patente de la contribución de las empresas en tiempos de crisis: casi un tercio de las compañías francesas están involucradas en alguna forma de patrocinio, unas 40.000 empresas frente a las 35.000 del 2010 (ADMICAL, 2012).

Durante la presidencia de Nicolas Sarkozy (2007-2012), la gran novedad fue la irrupción en el mundo del mecenazgo de las pequeñas y medianas empresas. En el 2011, un 32 % de las empresas francesas con menos de cien empleados se beneficiaban de estímulos fiscales, gracias a sus donaciones y mecenazgo filantrópico. Las pymes francesas aseguran hoy el 93 % del mecenazgo nacional. El mecenazgo cultural solo es una parte del mecenazgo francés; el deporte, la educación, el medio ambiente, la investigación y la solidaridad internacional son otros terrenos privilegiados por las pequeñas y grandes empresas francesas que se benefician de los estímulos fiscales que permiten realizar actividades de difícil financiación pública (Quiñonero, 2012).

Y eso que Francia siempre ha estado por detrás en términos de filantropía corporativa, especialmente cuando se compara su situación con la de los países anglosajones. Esto se debía sobre todo a la falta de incentivos jurídicos y fiscales para el patrocinio. Consciente de este retraso, el gobierno respondió a finales de los ochenta a través de mejoras en la fiscalidad del patrocinio (Ley de julio de 1987 y Ley de julio de 1990), pero probablemente eran demasiado tímidas como para provocar un entusiasmo real

por parte de las empresas, en especial las pequeñas y medianas. Decididos a impulsar el patrocinio y fomentar el desarrollo de las fundaciones en el país, los franceses se empeñaron en lograr un sistema legal y fiscal más eficiente de incentivos al mecenazgo.

La Ley del 1 de agosto de 2003 sobre el patrocinio, las asociaciones y las fundaciones y luego la Ley de 4 de agosto de 2008 sobre la modernización de la economía contribuyeron decididamente a ese impulso. Pese a todo, en Francia se entiende que el patrocinio es ante todo un acto de filantropía que puede llevarse a cabo sin el uso del incentivo previsto para ello en los impuestos.

La España actual, sumida en una profunda crisis económica, mira el modelo francés con indisimulada atención. Para muchos observadores, el fin de la cultura de la subvención sólo puede ponerse en marcha con una nueva Ley de Mecenazgo que incentive la financiación privada de la cultura, pero también la educación, la ciencia y el deporte (Calderón, 2012; Cruz Sánchez, 2012; Fernández, 2011). El punto esencial debería ser la desgravación fiscal, que ahora es del 25% del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas en las donaciones individuales y del 35% en el Impuesto de Sociedades cuando se trata de empresas. El modelo ideal que se propone sería el que se aplica en Estados Unidos, pero también en Gran Bretaña y Alemania: la desgravación del 100%, aunque al final parece que la nueva Ley de Mecenazgo que se tramita se parezca más al “modelo francés”. En este caso, supone el 66% para personas y el 60% para las empresas.

El momento es evidentemente delicado, ya que el ajuste ha producido recortes importantes en la financiación estatal de la cultura. El presupuesto de la Secretaría de Estado de Cultura para 2012 es de 624 millones de euros, lo que representa un recorte del 15%, con descensos del 35% en el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), del 17% en el Instituto Nacional de Artes Escénicas y Música (INAEM), del 14% en el Museo Reina Sofía y en la Biblioteca Nacional, etc. (hay que tener en cuenta que el gasto del Estado en cultura sólo representa el 16% del total; las Comunidades Autónomas corren con el 29% y los ayuntamientos, con el 55 %) (Papell, 2012).

El recién reformado Ministerio de Educación, Cultura y Deporte español ha sido poco explícito con respecto a sus intenciones, pero por algunas declaraciones de sus autoridades se desprende que la futura ley será ambiciosa en lo económico, con tendencia a parecerse al modelo francés. En efecto, en la actualidad, la legislación española de 2002 prevé, como ya se ha señalado, unas deducciones del 25% y del 35%; en Francia, los porcentajes son del 60% y del 70% respectivamente para personas y empresas. En Francia donde se modificó la legislación en 2002, se pasó de recaudar 150 millones de euros aquel año a los 683 millones de euros en 2011.

En el Reino Unido tanto las empresas como los particulares se pueden desgravar del impuesto de sociedades o de la declaración de la renta las donaciones dirigidas a

financiar actividades artísticas, siempre y cuando esas actividades no tengan como objetivo producir ingresos directos al donante. Sin embargo, esas donaciones sólo supusieron el 16% del gasto en arte en el año fiscal 2009-2010, con una inversión privada total de 658 millones de libras (795 millones de euros), según la organización Arts & Business. Las diversas Administraciones Públicas aportaron el 44% de los fondos, la lotería el 2% y la venta de entradas y productos el 38%. Del total privado, el 55% llegó de donaciones individuales, el 23% de donaciones de empresas y el resto de *trusts* y fundaciones (García, 2012).

Mientras en Italia las empresas y particulares pueden convertirse en mecenas con grandes ventajas fiscales. Una industria o un banco que decida donar una suma de dinero a un ente público para que se encargue de fomentar la cultura o directamente a un teatro, por ejemplo, deduce por completo la cuota en su declaración de la renta (100%). Si Ferrari invierte un millón de euros en sostener una ópera, supongamos, ese dinero se resta de los ingresos y la firma de coches no pagaría impuesto alguno. Si el patrocinador no es una empresa, sino un particular o una fundación, sus inversiones en cultura cargan con un 19% menos de tasas.

Este sistema funciona desde hace diez años y se basa en la coordinación entre Hacienda y Cultura. El mecenas presenta su documentación al primer ministerio. El segundo supervisa el resto del proceso. El Ministerio de los Bienes Culturales cruza los datos con los del fisco, averigua que la donación haya servido de verdad para financiar actividades culturales y finalmente da el visto bueno para que aquella suma no pese - o pese menos - en la declaración del inversor.

En el país del Coliseo (restaurado, a propósito, gracias a la aportación del empresario de zapatos Diego della Valle), la institución más apoyada por agentes privados es el teatro de ópera más importante de Italia, la Scala de Milán, que en 2010 recibió 7,8 millones de euros (frente a los cinco millones del año 2009) (García, 2012).

Mientras en Alemania tanto las personas físicas como las empresas pueden deducir de los impuestos hasta un 20% de sus donaciones a instituciones o actividades de utilidad pública, en las que se incluye las culturales. En el caso de las empresas, podrán deducir sus donaciones como gastos de publicidad cuando obtengan una contrapartida de este tipo a cambio del patrocinio.

Las instituciones y las actividades culturales se financian sobre todo con dinero público. Según cálculos de la patronal alemana, la financiación privada cubre el 6% de los gastos culturales. En 2010, las instituciones públicas destinaron a cultura 9.600 millones de euros, un 4,1% más que en el año de la Gran Recesión de 2009. Las empresas privadas aportan unos 550 millones de euros anuales a actividades culturales.

Pero no se trata exclusivamente de un fenómeno europeo. Algunas naciones de nuestra región están avanzando en la conformación de regímenes legales específicos de estímulo al mecenazgo y patrocinio empresarial a la cultura. No sin resistencia, pues

pese al amplio y extendido consenso existente sobre las evidentes bondades que el financiamiento vía mecenazgo de la empresa y las personas tienen para con el sector cultural, existen voces que se levantan en su contra en nuestra región. Los críticos de la participación privada en el financiamiento de la cultura lo presentan aún como una verdadera amenaza para la creación artística.

Reconociendo que el panorama legislativo es un poco árido aún y las disposiciones son dispersas, lo elemental es que carecemos de una mirada estructural amplia que nos pueda dar luces sobre los problemas y oportunidades que el mecenazgo privado a la cultura podría reportar para el sector; no abundan tampoco las reflexiones regionales sobre políticas culturales comparadas que podrían servir para iluminar la discusión legislativa.

No creo metodológicamente posible señalar cuál podría ser la mejor legislación de promoción del mecenazgo para la región. En parte porque las realidades del financiamiento de la cultura en cada país son diferentes y obedecen a incitaciones de muy distinta naturaleza; en parte también porque el mecenazgo privado a la cultura parece no ser todavía del todo bien comprendido en su tratamiento legislativo.

Nos parece más realista mostrar los consensos y los disensos que actualmente existen en el continente sobre el financiamiento privado de la cultura, en un intento por “mapear” una realidad compleja.

2.

Lo primero que habría que decir es que el mecenazgo de actividades culturales es una acción de comunicación compleja asumida por empresas preocupadas por encontrar nuevos mecanismos de vinculación con sus públicos. Para la empresa moderna, desarrollar una imagen positiva se ha convertido en todo un reto. Es cierto que la empresa tiene por principal objetivo lograr una rentabilidad económica que permita su desarrollo, pero en la actualidad se estima que la empresa, además, debe asumir una responsabilidad social y colectiva con la sociedad. Una manera concreta de manifestar este interés por colaborar es a través del financiamiento de actividades artísticas y culturales. A cambio de este aporte, que hace más liviana la carga del Estado, se suelen disponer rebajas tributarias.

El auge de la gestión cultural está relacionado no sólo con la necesidad de administrar mejor las organizaciones culturales, sino con la creciente complejidad del financiamiento de la cultura en el marco de un mercado competitivo que tiende a exigir una mayor adaptación social y resultados. Entre los factores a considerar destacan la evidente retracción del Estado y su imposibilidad de hacer frente a crecientes necesidades de financiación del sector; el aumento de los costos para hacer cultura y la complejidad de la acción cultural ante exigencias de un público mejor preparado, más exigente e inquisidor. Lo cierto es que el sector público no agota las



posibilidades de intervención en el ámbito de la cultura. El sector privado también interviene en el mismo campo, lícitamente, de manera activa y con buenos resultados. Las relaciones positivas entre el sector público y el privado se han ido fraguando a través de la función de fomento, consistente en que el primero incentiva y apoya las actividades proyectadas y desarrolladas por el último.

Es aquello que se ha llamado “principio de colaboración” (Zabarte, 1999), entendido como la natural concurrencia que debe existir entre distintos actores llamados a intervenir en lo cultural para que realicen actividades conjuntas, aunando esfuerzos en pos de una mejora cuantitativa y cualitativa de sus actuaciones y de los resultados que se deriven de las mismas. Ello como consecuencia del hecho de que las necesidades culturales son, a medida que aumenta el nivel de desarrollo social, político y económico de una comunidad, cada vez más numerosas. Por ello son muchos los llamados a atender sus necesidades.

Con independencia de los aspectos que resultan beneficiosos para ambos sectores, a quien sobre todo interesa el mecenazgo, a quien reporta beneficios concretos y de inmediato evaluables, es al sector privado que lo ejercita. Es principalmente al sector privado a quien corresponde entonces sentar las bases que propicien y estimulen de manera progresiva su intervención en estos asuntos.

Resulta preciso conseguir una cultura empresarial que contemple el mecenazgo como algo interesante para la empresa privada y no como una concesión, más o menos interesada, más o menos graciosa, que ésta realiza a favor de los poderes públicos.

Aunque uno de los elementos clave para garantizar la fortaleza, perdurabilidad y eficacia de la institución de mecenazgo sea contar con un marco jurídico adecuado, cada sociedad ha ido generando su propio espacio para estimular la participación del sector privado en programas que tienen como objeto actividades de contenido social, como educación, ecología, deporte y cultura. En nuestro continente las experiencias son variadas, complejas y tienen una extensa trayectoria histórica.

3.

Aunque, en general, en muchas partes del mundo las empresas que realizan acciones de mecenazgo se benefician con leyes que hacen posible las deducciones de impuestos a partir de los montos de las donaciones realizadas, son los beneficios de imagen y notoriedad pública que obtienen las empresas el principal incentivo que ofrecen las donaciones con fines educativos, culturales o deportivos, entre otras.

No son pocos los países que en esta última década han ido constituyendo regímenes legales favorables al mecenazgo y patrocinio empresarial a la cultura, a partir de legislaciones específicas sobre donaciones modales adscritas a beneficios de carácter tributario y la creación de instituciones (públicas y/o privadas) que tienen como objetivo la promoción y estímulo del mecenazgo cultural por la empresa y los particulares.

La experiencia de normas que, directa o indirectamente, favorecen y alientan el mecenazgo de la empresa y las personas, tienen presencia en América Latina desde finales de la década de los ochenta. No obstante, las diferencias existentes entre los regímenes a los que dan origen estas leyes hace difícil conformar - como veremos - un patrón de validez general para la región, como no sea la genérica alusión al “Modelo de las Donaciones” que hemos ensayado en otros momentos (Antoine, 2003).

Dicho modelo presenta, en general, muchas de las siguientes características: en la mayoría de las naciones del continente existen franquicias que permiten deducir una donación como gasto de la base imponible del impuesto, aunque adicionalmente existen otras franquicias que permiten deducir la donación como crédito contra los impuestos. Respecto de las primeras, se desconoce la magnitud de las donaciones que se acogen a esta modalidad, ya que no existe una contabilización de este aspecto por parte de las instituciones públicas pertinentes. En relación a las franquicias que sirven como crédito contra los impuestos, ellas son equivalentes a la renuncia fiscal a los tributos por el monto de recursos destinados por los contribuyentes a diversas instituciones sin fines de lucro.

Entre los tipos de incentivos fiscales más recurrentes se incluyen las exenciones tributarias a instituciones que tengan como objetivo desarrollar labores de bien común o de ayuda material a personas de escasos recursos (educación, cultura, ciencia, u otros). En ocasiones se les exime de pagar impuestos territoriales, patentes municipales, impuestos a las herencias y otros. La existencia de una o un conjunto de leyes destinadas a la promoción del patrocinio cultural con beneficios fiscales se interpreta como un estímulo a su práctica, en la búsqueda de fuentes alternativas de financiamiento para el arte y la cultura.

La otra modalidad bastante frecuente son las franquicias tributarias otorgadas a personas naturales que efectúen donaciones con diversos fines, que pueden ser educacionales, culturales o de otra índole³⁷.

En la siguiente sección comentaremos la situación actual de lo que el especialista argentino en derecho cultural Edwin Harvey llama “sistemas públicos orgánicos de incitación fiscal al mecenazgo interesado”, de las empresas y de las personas individuales en una muestra amplia de países del continente americano (Harvey, 2003).

a. Políticas y leyes de estímulo al mecenazgo en Brasil

Con independencia del horizonte en el que se desenvuelva, el mecenazgo y el patrocinio cultural están considerados en Brasil dentro de los modernos instrumentos de comunicación corporativa, especialmente cuando el objetivo es la notoriedad (conocimiento) y reforzamiento de la imagen de la empresa. Consecuente con ello, el

³⁷ La posibilidad de obtener crédito tributario por las donaciones efectuadas existe para las personas jurídicas en el caso de Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay.

país ha adoptado una serie de medidas legales y administrativas para estimular la participación del sector privado en la vida cultural. Y han dado resultado, pese a que llama la atención la inexistencia de una dimensión pública de la cultura que se traduce en la ausencia de una política pública que suponga la creación de un sistema de gestión, información y promoción cultural.

Las leyes de incentivo a la cultura fueron creadas en la década de los noventa para estimular la iniciativa privada en un momento en que el estado brasileño exigía a los organismos culturales más representativos reducir sus costos en la búsqueda de un estado mínimo y un mercado máximo (Amarante, Baracho, & Raddi, 2008).

En Brasil se logró un primer avance con la Ley Sarney (Ley 7505 de 1986), que estableció las condiciones para el otorgamiento de beneficios fiscales sobre el impuesto a la renta concedidos a operaciones de carácter cultural o artístico y más adelante, con la aprobación de la Ley 8113 del 23 de diciembre de 1991, conocida como Ley Rouanet, se instituyó el Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (PRONAC), siendo uno de los mecanismos más efectivos de recaudo de fondos para efectos culturales existentes en Latinoamérica.

Se creó la figura del mecenazgo, estableciendo descuentos sobre el impuesto sobre la renta de personas tanto físicas como jurídicas, al patrocinar o hacer donaciones con fines culturales. La figura del patrocinio supone una transferencia gratuita, de carácter definitivo, a la persona física o jurídica de naturaleza cultural, con o sin ánimo de lucro. La Ley 8313 contempla una generosa deducción del 100% del valor donado o patrocinado en proyectos relacionados con diversos ámbitos como las artes escénicas, sector editorial, la música erudita o instrumental, exposiciones de artes visuales, donaciones de acervos para centros de depósito cultural, entrenamiento del personal o equipamientos, etc. (Ramos Aitken, 2009).

La Ley Rouanet ha venido buscando estimular el apoyo privado a la cultura, estableciendo un marco jurídico para canalizar recursos privados para el sector. La norma en cuestión, al decir de Barbosa de Oliveira (2008), “ha definido de manera taxativa los campos en que el Estado Brasileño interviene en materias culturales”³⁸.

Brasil avanza hacia la conformación de un más completo sistema jurídico de incentivos a la cultura, pues junto a la ya mencionada Ley Rouanet, que fuera perfeccionada bajo la administración del Ministro de Cultura Francisco Welfort, se encuentra la Ley del Audiovisual número 8.685 de 1993, también considerada como una norma destinada a estimular los aportes privados al financiamiento de iniciativas culturales.

Pero el sistema no está exento de problemas, entre ellos las tendencias a la concentración de recursos privados para la cultura particularmente en San Pablo y Río

³⁸ Hasta la fecha (2009), el funcionamiento de la Ley Rouanet a través de la adición de los incentivos federales (excluida la Ley del sector audiovisual) llegó a cerca de 400 millones de dólares, unos 800 millones de reales aproximadamente. Mas estadísticas pueden ser conseguidas en el sitio: www.cultura.gov.br/site/2007/11/21/estatisticas. Barbosa de Oliveira, José Carlos. Intervención en Seminario Internacional Aportes Financieros del sector privado a las artes. Modelos vigentes y perspectivas. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 2 de julio 2008, apuntes personales del autor.

de Janeiro y el progresivo abandono del campo del investimento cultural y artístico por parte del Estado. Se ha planteado la cuestión de si no se trata más bien de una acción de marketing privado pagada con dinero público. Las actuales autoridades del Ministerio de la Cultura están intentando aprobar una nueva ley de incentivos federales en la que se aumenta considerablemente la intervención del gobierno en la opción de las compañías a patrocinar la cultura y las artes.

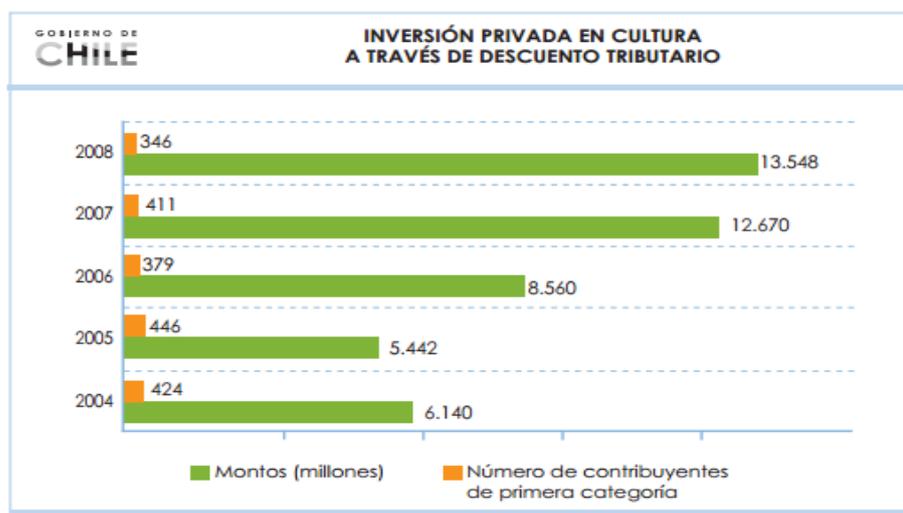
b. Políticas de estímulo al mecenazgo en Chile

El de Chile puede ser un ejemplo paradigmático de cómo las políticas públicas y la legislación modifican sustantivamente el escenario para la participación del sector privado en el financiamiento del arte y la cultura.

En efecto, el reconocimiento sobre el rol que la empresa privada y el sector asociativo está representando en el financiamiento de actividades culturales, no ha sido resuelto en forma homogénea en Chile, generando una amplia gama de alternativas legales sobre la materia.

La actividad comenzó a tomar cuerpo a fines de los setenta, aunque fue recién en 1991 cuando el patrocinio cultural adquirió su consagración jurídica al aprobarse la Ley de Donaciones Culturales, conocida popularmente como [Ley Valdés](#), en homenaje al senador Gabriel Valdés Subercaseaux, su principal propulsor³⁹.

Para el caso chileno, por ejemplo, con algunas fluctuaciones en la última década, el incremento de las donaciones culturales de la empresa privada ha sido sostenido⁴⁰.



Fuente: Información aportada por Don Oscar Agüero. Jefe de Donaciones Culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Santiago, 2010.

³⁹ El [Comité de Donaciones Culturales](#), organismo que por disposición de la Ley es el responsable de autorizar las deducciones fiscales de las empresas que hagan donaciones a proyectos con fines culturales, había otorgado su autorización, desde su creación hasta mayo de 1998, a 549 proyectos por un monto de \$ 5.100 millones, equivalentes a más de US\$ 11 millones.

⁴⁰ En efecto, en virtud de lo dispuesto por la Ley número 18.985 de junio de 1990 (Ley Valdés) y sus posteriores modificaciones, en el 2004 se habían concretado donaciones por 6.300 millones de pesos y, el año anterior, por más de 4.500 millones.

Desde 1994 a la fecha, el incremento de las donaciones culturales de la empresa privada ha sido sostenido. En cifras exactas, los centros culturales recibieron del mundo empresarial, durante 1997, alrededor de \$ 7 mil 491 millones, duplicando los \$ 3 mil 696 millones de 1995. Una investigación realizada por Amigos del Arte evidenció que, entre 1993 y 1997, los aportes aumentaron en un 103%.

Los primeros cambios se produjeron en mayo del 2001, cuando una reforma legislativa introdujo las modificaciones con que se buscó perfeccionar el sistema de incentivos tributarios establecidos tanto a favor de los donantes como de los donatarios con el propósito de contribuir con el financiamiento de actividades culturales.

Dos leyes sobre donaciones aprobadas en agosto de 2003 introdujeron sendos cambios a las reglas del juego. La primera de ellas, la número 19.884, trató sobre la transparencia, límite y control del gasto electoral, y la segunda, número 19.885, legisló sobre el buen uso de las donaciones para fines sociales y públicos (Antoine, 2008).

Lo que era hasta ese año un halagüeño panorama para la contribución de los privados a la cultura cambió radicalmente en cosa de unos meses. En efecto, las nuevas normas agregaron una serie de sanciones para las donaciones que incluyeran contrapartidas entre donantes y donatarios, algunas de carácter penal, creando al efecto nuevas figuras delictivas. El resultado fue una estampida de los potenciales donantes que puso en serios aprietos financieros por algunos años a organizaciones que descansaban buena parte de sus flujos en las donaciones que captaban de las empresas. Los llamados que el gobierno y el [Servicio de Impuestos Internos](#) ha hecho a los operadores culturales a mantener la calma han surtido éxito, desplegando la administración actual un esfuerzo legislativo para hacer más eficiente el régimen de donaciones.

Pese a ello, el aporte privado a la cultura en Chile no supera anualmente el 10% de la inversión total que el Estado realiza en cultura.

Para revertir esta situación, la propuesta de cambio legal actualmente en curso amplía el tope máximo del crédito y suma a los donantes ya existentes - contribuyentes del impuesto global complementario (trabajadores independientes) y contribuyentes de primera categoría (empresas) - a las empresas que registran pérdidas, a extranjeros con actividad comercial en Chile que tributan por medio del impuesto adicional y a los contribuyentes del impuesto único de segunda categoría (trabajadores dependientes), lo que permitirá a los trabajadores la posibilidad de generar cooperaciones con sus empleadores, con donaciones conjuntas para proyectos de interés común.

Por primera vez, una ley de donaciones permanente permitirá que las personas naturales puedan donar con cargo al impuesto a la herencia. Así, por ejemplo, colecciones artísticas, que tienen el riesgo de ser divididas al momento del fallecimiento del coleccionista, contarán con los incentivos necesarios para ser donadas íntegramente.



También se ha puesto el foco en los emprendedores y gestores de iniciativas culturales que no están acogidos actualmente, reconociendo a la actividad cultural su potencial de crecimiento, de generación de empleos, fortalecimiento de la imagen país y promoción de la innovación. A base de ello, el proyecto suma a los beneficiarios existentes a las pequeñas y medianas empresas de giro cultural - tales como productoras de cine, de artes visuales, de música o de Patrimonio Histórico -, cuyos proyectos sean aprobados por el Comité de Donaciones Culturales.

En el ámbito patrimonial, la gran novedad es la incorporación de los propietarios de inmuebles declarados Monumento Nacional o situados en Zonas Típicas, incentivando su conservación y reparando con ello el injusto gravamen que la declaratoria históricamente ha implicado a sus dueños. Se amplían, también, los beneficios a aquellos órganos dependientes de la [Dirección de Bibliotecas y Museos](#) (Dibam) no considerados anteriormente.

Se extiende también el plazo de ejecución para los proyectos, se flexibilizan las retribuciones culturales para la comunidad, pero se refuerzan los mecanismos de fiscalización. Con la implementación de la norma, se creará un banco digital de proyectos aprobados, la certificación se realizará a través de internet, acotando los plazos de aprobación, simplificando y haciendo más transparente el proceso. Se espera que la nueva ley esté lista en los próximos meses.

No obstante los progresos en el marco jurídico, nos parece que la reforma a la Ley de Donaciones no solucionará el problema de fondo que tiene la legislación chilena de no reconocer al patrocinio cultural como una modalidad beneficiosa en sí misma, encorsetándola en el restrictivo marco de una “donación”.

A pesar del tan en boga concepto de responsabilidad social empresarial, las grandes firmas chilenas no destacan precisamente por sus donaciones. Según un estudio del Ministerio de Hacienda, el 51% de los grandes contribuyentes de Chile no ha hecho un aporte de este tipo en los últimos siete años; pese a ello, el 29% de los que sí lo realizan lo hace para un fin específico - usualmente cultural - (Saéz, González, & S., 2012). El alto porcentaje de corporaciones que no han aportado no se explica por la falta de generosidad de sus dueños, sino más bien por el intrincado sistema que regula las donaciones en Chile y que es descrito por actores del mundo social como una casa popular a la que se le han ido agregando parches tras parches.

En efecto, los distintos beneficios tributarios que existen en el país comprenden un conjunto de más de noventa cuerpos normativos distintos (leyes, circulares, reglamentos), que suman más de mil páginas y que han sido dictados en un período de cuarenta años. El resultado es que las empresas chilenas rehúyen hacer donaciones, aunque incluso les entreguen beneficios tributarios.

c. Políticas de mecenazgo privado en Argentina

El apoyo privado al arte tiene muchos años de tradición en la Argentina aunque ha debido convivir siempre con la fuerte presencia del financiamiento público que



entrega al Estado un rol preponderante al respecto. Probablemente por el predominio casi sin contrapeso del financiamiento público por décadas, existe en Argentina un cierto recelo de la clase política a favorecer exenciones fiscales de las empresas en la cultura. Las leyes que existen suelen ser muy rigurosas en asegurar el predominio de agentes públicos en los consejos calificadoros y tienden a imponer más trabas que a favorecer los aportes.

En lo que respecta a la figura del mecenazgo, ésta ha sido útil para analizar el entramado entre poder político y poder económico y sus relaciones con el sector de la cultura. Dicha figura permite vislumbrar, no sólo cuáles fueron las estrategias para “proteger” las artes y las letras por parte de los mecenas, sino también - de manera clara y notoria - cómo las artes y sus artistas colaboraron en sostener el poder y mejorar la imagen de los propios mecenas. Las instituciones culturales indican que la principal motivación de las empresas para apoyar proyectos es el de la publicidad brindada por ellos⁴¹.

Un anteproyecto para una Ley de Mecenazgo elaborado hace algunos años por el diputado nacional Luis Brandoni tenía como objetivo estimular e incentivar la participación privada en la financiación de proyectos culturales. No obstante, el presidente Eduardo Duhalde lo vetó en el 2002 objetando que “el costo fiscal que acarrearán las exenciones debe solventarse con una mayor carga tributaria a otros agentes sociales”.

En mayo de 2003, el gobierno de Río Negro aprobó [la Ley de Fomento de la Actividad Privada en Actividades Culturales](#). La legislatura rionegrina se manifestó a favor de la creación de un instrumento que incentivara la financiación de proyectos y actividades culturales por parte de aportes privados, mediante incentivos fiscales. La ley estableció que personas físicas o jurídicas pueden realizar aportes - en dinero o recursos - “para la generación, conservación, enriquecimiento y difusión de bienes y servicios culturales”, que luego pueden deducirse hasta un 10% de la cuota correspondiente del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

Tienen leyes de mecenazgo en Argentina las provincias de Catamarca (2002), Río Negro (2003), El Chaco (2004), Misiones (2004) y Tucumán (2006), entre otras.

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires puso en operaciones recién en 2009 las disposiciones que aprobó a fines del 2007 para promover el mecenazgo para la urbe atlántica (Ley Santilli). La norma está destinada a estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos de interés público. “La puesta en marcha de esta iniciativa es la noticia más importante para la gestión cultural de los

⁴¹ Los aportes empresariales, según datos recabados de 21 instituciones culturales de Buenos Aires, constituían a mediados de los noventa del orden del 16% de los ingresos de estas organizaciones. Las instituciones que reciben el apoyo de las empresas eran, por orden de importancia, las agrupaciones musicales y especialmente las de música clásica, las fundaciones, los museos, asociaciones de amigos, artistas independientes y los centros de investigación. La tendencia era concentrar los apoyos en muy pocas instituciones, en general se preferían las instituciones prestigiosas, organizadas y cuyas audiencias estaban ligadas con el público de la empresa. Las disciplinas más apoyadas en orden de importancia son la música, las artes plásticas y el Patrimonio Cultural; le siguen la literatura, la danza y el teatro.

últimos años. La historia nos muestra que las épocas de esplendor cultural generalmente han visto asociadas libertades cívicas y recursos económicos. Con la democracia nuestra generación presencié el fin de la censura y una primavera cultural. Pero llevó casi un cuarto de siglo llegar a una ley como ésta. Por eso podemos hablar de un cambio revolucionario en la modalidad de financiamiento de las artes y la Cultura” (Santilli, 2008).

Los aspectos centrales de la norma aplicada en la capital argentina pasan por algunos puntos destacables: 1) los proyectos deben ser sin fines de lucro; 2) la autoridad de aplicación será el Ministerio de Cultura; 3) se crea el Consejo de Promoción Cultural para evaluar propuestas, integrado por seis miembros permanentes y tres alternos. De los seis permanentes, tres son designados directamente por el jefe de gobierno y los otros tres por la Comisión de Cultura de la Legislatura, lo que concentra la toma de decisiones en un área eminentemente política. La eficacia en el uso de los recursos activados por las leyes de mecenazgo es la clave del éxito.

Aunque aún no se tienen resultados concretos de la experiencia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se espera que la legislación pueda extenderse pronto a todo el país, como lo viene propiciando la Provincia de Mendoza, que explora en estos momentos su propia Ley de Mecenazgo.

d. Modalidad de contribución público-privada para el financiamiento de la cultura en Uruguay.

En Uruguay la noticia de la aprobación de un sistema legal de patrocinio que permite a las empresas privadas y a los particulares financiar emprendimientos artísticos y culturales con parte del dinero de sus impuestos sorprendió gratamente⁴².

La ley de mecenazgo específica aprobada en 2005 (Ley 17.930) se esperaba con ansias en el país. La norma, si bien ha supuesto un gran avance para promover el apoyo financiero por parte de los agentes económicos privados a los proyectos artístico-culturales, luego de algunos años en operación ya es objeto de reconsideraciones y se esperan diversas modificaciones a la ley de tal forma que se mejore la construcción de relaciones sólidas y de larga duración entre los donantes y los beneficiarios.

[La Ley número 17.930](#) fue aprobada el 19 de diciembre de 2005, entró en vigor en 2006 y se reglamentó en 2007⁴³. Este sistema de financiamiento significa una oportunidad de desarrollar la interacción entre el sector privado y los agentes

⁴² “Pero, la alegría fue efímera. Duró hasta que terminamos de leer la información completa. ¿Por qué? Porque la norma establece que registrá exclusivamente para los “proyectos específicos que hayan sido seleccionados” por un Consejo Nacional de Evaluación, integrado por jerarcas estatales, funcionarios públicos y sindicalistas”. Cfr. Fischer, H. El Estado, “¿Promueve o Fagocita la cultura?” Diario de América, 2009.

⁴³ Aquella norma conocida como Ley de Mecenazgo está contenida en los artículos 235 a 249¹² de la Ley 17.930 de Presupuesto Nacional aprobada el 19 de diciembre 2005 y entró en vigencia acorde a su artículo 2 el 1 de enero de 2006. En la misma se establece un nuevo régimen de incentivos fiscales a los proyectos culturales declarados de Fomento Artístico Cultural. El objetivo del mismo es impulsar la participación de las empresas en el financiamiento de las actividades artístico culturales a través de la concesión de beneficios fiscales, manteniendo un control estricto sobre el sacrificio fiscal que realiza el Estado. Por su parte, el [Decreto 364/007 del 1 de octubre del 2007](#) estableció la reglamentación de la Ley de Mecenazgo (en adelante, Decreto Reglamentario o Decreto 364/007). Ver ampliación en (Martínez Guedes, Fernández Laurito, & Gzsch Beghlohdh, 2009).

culturales, de modo que se propicie un cambio profundo en las relaciones que han existido hasta ahora, apostando por generar un mayor grado de compromiso comunitario y de pertenencia de parte del sector empresarial respecto a los agentes culturales nacionales y las diversas audiencias.

En efecto, en Uruguay el apoyo de la empresa privada se transfiere a través de una amplia legislación que recoge diversas formas de apoyo a las fundaciones, donaciones, trabajo voluntario y patrocinio o mecenazgo de las empresas (Martínez Guedes et al., 2009).

La legislación incentiva fiscalmente las donaciones a entes públicos; las donaciones al sector privado carecen de suficientes estímulos legales. La mayoría de las empresas de los sectores de los medios de comunicación, bebidas con alcohol, gas, tabaco y transporte patrocinan la cultura, mientras las empresas pertenecientes a los sectores de la industria y servicios no se caracterizan por prestar esos apoyos.

Fundamentalmente, las industrias exportadoras y de producción de bienes intermedios tienen una participación insignificante en el patrocinio cultural actual y no les interesa apoyar la cultura en el futuro; una de las posibles explicaciones frente a esta falta de interés es su escaso contacto con el público consumidor. Los servicios se ven más atraídos por otros sectores como el deporte.

La principal fuente de financiamiento público de la cultura siguen siendo, empero, el presupuesto anual otorgado al Ministerio de Educación y Cultura y partidas sectoriales entregadas al Fondo Nacional de la Cultura (1991), Fondo Nacional del Teatro (1992) y Fondo Nacional de la Música (1994). En el año 2005 se legisló al respecto; lamentablemente la reglamentación se dictó en el año 2007 y recién a comienzos del 2009 se permitió que las empresas donasen a la cultura en el marco de la ley de diciembre de 2005 (Ley 17.930).

Los Fondos de Incentivo Cultural (FI), regidos por esta norma (art. 235 al 250 inclusive), benefician a proyectos de artes, Patrimonio Histórico y tradiciones culturales en todo el país. Estos fondos se integran con aportes de las empresas contribuyentes al IRAE y al Impuesto al Patrimonio que recibirán beneficios fiscales de acuerdo con la modalidad de apoyo utilizada: Fondo Global o Proyectos Específicos. A partir del 1 de enero de 2012 gozan del mismo beneficio las Personas Físicas (ver Ley 18.834, artículo 190)⁴⁴.

Entre las principales críticas que ya se formulan al sistema aplicado figuran las pocas disciplinas que se consideran; un cierto sesgo por el cual se procura favorecer a proyectos del interior del país; la indefinición de las donaciones a los fondos globales o sectoriales que vayan a proyectos del interior y que no se prevén donaciones en especie, entre otras.

⁴⁴ Para mayor información:

http://www.fondosdeincentivocultural.gub.uy/innovaportal/v/13396/24/mecweb/rc_responsabilidad_cultural?breadid=null&3col_id=13275

La estructura normativa tiende a privilegiar los aportes de empresarios al fondo común y a los fondos sectoriales, sin destino a un determinado proyecto o institución cultural. Esto tenderá a defraudar a muchos empresarios - probablemente los más serios y los que practican lo que se conoce como responsabilidad social de la empresa - que ya vienen asociándose y apoyando a proyectos e instituciones culturales sin ningún tipo de estímulos. Para los empresarios no está clara la motivación, el incentivo de aportar a un fondo común de proyectos en cuya selección no participaron (Esmoris, 2005). No saben con quién quedará asociada su imagen empresarial o de marca. Las normas actuales privilegian los aportes empresariales a un fondo común, del que descuentan un 75% pero de todos modos tienen que pagar el 25%, y también a los fondos sectoriales, de los cuales descuentan el 60% y tienen que pagar el 40%. Es decir, en ningún caso los empresarios descuentan el 100%; siempre tienen que desembolsar una parte de dinero, sin saber dónde va a caer la imagen de su empresa.

Las críticas a la Ley uruguaya se han centrado en el hecho que la norma establece que regirá exclusivamente para los “proyectos específicos que hayan sido seleccionados” por un Consejo Nacional de Evaluación, integrado por jerarcas estatales, funcionarios públicos y sindicalistas (Fischer, 2009).

e. Políticas de financiamiento privado a la cultura en Venezuela

“Desde las primeras décadas del siglo pasado, el legislador venezolano ha hecho un esfuerzo digno de alabanza, para estimular la filantropía en general y la empresarial, en particular; y siempre ha tomado en cuenta el importante rol que cumplen las organizaciones de la sociedad civil en el desarrollo del Estado” (Itriago 2). Sin embargo, los especialistas apuntan que hasta ahora los resultados no han sido proporcionales a la magnitud de ese esfuerzo, porque el marco legal esbozado por el legislador para el Tercer Sector requiere, por una parte, pequeños pero importantes ajustes en determinadas leyes existentes; y, por otra, una mayor autorregulación por parte de las mismas organizaciones de la sociedad civil.

Tras varios intentos no concretados durante los años ochenta de poder contar con un organismo público que estimulara el aporte de la empresa privada y la comunidad en el financiamiento compartido de la cultura, recién entre 1996 y 1997 se constituyó el Fondo de Estímulo de la Creatividad (FONDEC), como dependencia del Consejo Nacional de la Cultura.

Tras la aprobación de una nueva Constitución en 1999, en el marco de la República Bolivariana de Venezuela, se ha puesto en marcha un Programa de Financiamiento Cultural que responde a unas políticas destinadas a asegurar el financiamiento de iniciativas y proyectos socioculturales, propuestas por instituciones públicas o privadas, así como por personas individuales.

Pese a ello, parecen tener vigencia aún las causas que, a comienzos de la presente década, se esgrimían entre los especialistas para explicar el bajo rendimiento de los estímulos e incentivos tributarios en Venezuela. A saber: a) La falta de controles y la

política paternalista del gobierno que concentró artificialmente la carga tributaria del país en la industria petrolera, desincentivando el cumplimiento del pago de impuestos a empresas y personas, b) la evasión de impuestos resultante del factor anterior y c) la aplicación de algunas normas que establecieron - por un tiempo - serias restricciones al aporte privado.

Aunque es cierto que el presidente Chávez no ha cumplido ninguna de sus promesas en lo tocante al arte (pero sigue haciéndolas), también es un hecho que Venezuela se halla en medio de una recesión económica que está obligando al sector privado - cuyos aportes al arte fueron otrora notorios - a salirse del sector. En Venezuela, un número de fundaciones sin fines de lucro ha asumido la labor de organizar eventos culturales, exposiciones y talleres. Existen gracias a los presupuestos que les asigna el gobierno y a las donaciones que reciben del sector privado. Otras fundaciones, tales como [Fundación Polar](#), [Fundación Bigott](#), Fundación Banco de Venezuela y Proyecto Cultural Mavesa, se financian tanto con aportes gubernamentales como de las empresas que las patrocinan (Calceño, s/i).

En 1998, el gobierno redujo drásticamente su presupuesto para la cultura. El monto reservado para subsidios a grupos e instituciones independientes cayó de 50,69% a 22,62%. La lista de organizaciones culturales que reciben dinero del gobierno es mucho más pequeña hoy día, según informó Maruja Dagnino (El Universal, 2 de febrero de 2000).

Un obstáculo adicional a las políticas de mecenazgo en Venezuela está dado por el hecho de que el sistema utilizado por el legislador para conceder los beneficios tributarios no utiliza el sistema de créditos contra impuestos, sino el de la deducción tributaria.

f. Políticas de mecenazgo y patrocinio en Colombia

El patrocinio cultural es una buena opción para la financiación de la actividad cultural en Colombia. “Si bien es cierto que detrás del patrocinio empresarial existe siempre un interés comercial, perfectamente válido en el mundo de los negocios, tampoco podemos desconocer que la visión del empresario moderno está cambiando (...). El mecenazgo lo practican las empresas que creen en ellas mismas y en su futuro, que tienen sentido de comunicación y por consiguiente tienden a afianzar su forma de ser en un determinado marco social” (Hatty, 2003).

Destaca en el país cafetero el mecenazgo de instituciones bancarias, como el Banco Popular que, desde 1972, mantiene un Fondo de Promoción de la Cultura con la finalidad de contribuir al desarrollo de la cultura colombiana en todas sus formas, además de conservar, defender e incrementar el Patrimonio Cultural. El Banco mantiene museos en las principales ciudades del país, financia la publicación de libros y entrega de becas a artistas.

Similares iniciativas han desarrollado en el pasado el Banco Cafetero, el Banco de Colombia, el Banco Superior y el Banco de Occidente. Sin embargo, muchas de estas

acciones carecen de continuidad y no parecen responder a una política precisa de mecenazgo cultural por parte de las instituciones financieras.

No obstante, pareciera ser que el Estado colombiano ha sido siempre reticente a una ley de mecenazgo por temor a la evasión o porque los recursos irían a actividades no prioritarias (Muñoz de Gaviria, 2012).

No obstante, la cultura y las artes gozan de una amplia y frondosa legislación que favorece, entre otros, a los propietarios de muebles o inmuebles declarados Bienes de Interés Cultural o a los terceros que soliciten y obtengan dicha declaratoria; independientemente de su actividad productora de renta, pueden deducir la totalidad de los gastos que hagan en los casos dispuestos por la ley. Igualmente, son de régimen tributario especial las corporaciones, fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro, cuyo objeto principal y recursos se destinen a actividades culturales; no tienen retención en la fuente del impuesto a la renta, los premios en concursos nacionales e internacionales literarios o artísticos reconocidos por el Estado y los contribuyentes de renta que realicen inversiones o donaciones en dinero a proyectos de largos o cortometrajes nacionales aprobados por el Ministerio de Cultura - Mincultura - pueden deducir de su renta, por el período gravable en que se realice la inversión o donación e independientemente de su actividad productora de la renta, el 125% del valor real invertido o donado (Castellanos, 2008).

g. Promoción de la cultura y financiamiento privado en México

En México, al decir de algunos observadores, “los mecenas del arte se cuentan con los dedos de la mano”⁴⁵. En parte por la acendrada costumbre del asistencialismo cultural público, en parte por la falta de una legislación más eficiente que permita allegar recursos para la creación y la producción cultural⁴⁶. Persiste en el país una sensación de desconfianza institucionalizada sobre estas prácticas. No obstante, la nación azteca tiene una larga tradición de filantropía individual y de mecenazgo empresarial, misma que es reconocida hoy pública y académicamente⁴⁷.

Por contraste con otros países, en México la política cultural se ha limitado al apoyo del Estado, el responsable histórico de la asignación de los presupuestos a las instituciones culturales. Aunque hay indicios de que en las últimas décadas ha empezado a cambiar esta situación: existe ya, por una parte, una incipiente cultura de apoyo por parte de los estados y los municipios a las demandas culturales locales y, por otra, una también incipiente cultura del mecenazgo empresarial, dirigida ya no sólo a aquellas áreas del interés directo de los filántropos como lo han sido las artes plásticas.

⁴⁵ "Las colecciones personales sólidas en arte contemporáneo son pocas... www.jornada.unam.mx/2003/10/05/03/an1cul.php?origen=cultura.php&fly=2

⁴⁶ Tovar, Guillermo "Estamos acostumbrados al asistencialismo cultural www.jornada.unam.mx/2007/03/19/index.php?section=cultura&article=a11n1cul

⁴⁷ Recientemente tuvo lugar la primera entrega en México del Premio Internacional Montblanc de la Culture Arts Patronage Award. El mecenazgo corporativo tuvo en los ochenta y noventa buenos exponentes en la [Fundación Cultural Televisa](#) y su Centro Cultural/Arte Contemporáneo y la embotelladora FEMSA y su [bienal](#) desde 1993.

El inventario de barreras que ha enfrentado la política del patrocinio cultural no estatal en México bien podría extrapolarse a otras regiones del subcontinente. Entre los principales argumentos destacan la resistencia de los gobiernos estatales y municipales a entregar a la cultura recursos que consideran no son suficientes siquiera para atender las exigencias sociales más perentorias; la excesiva cautela de los empresarios debido a que la recuperación de la inversión es difusa y las dudas entre estos últimos de la eventual deducibilidad de sus impuestos

Pueden destacarse un Fondo de Coinversiones Culturales, que compromete al solicitante a obtener un apoyo adicional además del que solicita a la Federación, y un [Fideicomiso para la Cultura México-Estados Unidos](#) creado en 1991 y que reúne fondos del FONCA, la Fundación Cultural Bancomer y [The Rockefeller Foundation](#) para proyectos binacionales.

Desde la creación en 1988 del [Consejo Nacional para la Cultura y las Artes](#) (Conaculta), la nación azteca se propuso generar una nueva relación no sólo entre el Estado y los creadores, sino entre éste y el sector privado. Recientemente y en un intento por renovar el impulso del mecenazgo en las artes escénicas en México, Sergio Vela, presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, anunció que se está discutiendo la posibilidad de ampliar los mecanismos de créditos fiscales, como el que en estos momentos existe a favor de la cinematografía, para extenderlos hacia otras industrias culturales, como la industria del espectáculo artístico: teatro, danza, música y ópera.

Un apartado dedicado a los “Estímulos Públicos a la Creación y Mecenazgo” aparece en el Programa Nacional de Cultura (PNC) 2007-2012.

h. Avances en la promoción del patrocinio en Perú

Según algunos expertos locales (Alfaro Rotondo, 2010), pareciera ser que predomina en el Perú una cierta resistencia de los políticos a reconocer las ventajas del mecenazgo.

Actualmente, las donaciones se pueden deducir como gasto para la determinación del Impuesto a la Renta (IR) hasta un máximo del 10% de la Renta Neta, pero algunas propuestas de modificaciones legales que se han presentado abogan por una mayor tasa de descuento para las empresas que aporten a la cultura (Campodónico, 2010).

Nos parece que ha sido la congresista Luciana León una de las más constantes impulsoras para que Perú tenga una ley de mecenazgo cultural. La diputada ha planteado en el pasado varios proyectos de ley que incluyen beneficios tributarios para fomentar la actividad cultural. La iniciativa legal busca que las empresas privadas que deseen invertir en este rubro reciban de parte del Estado descuentos en los impuestos a pagar. Se trata de una iniciativa pionera en el país andino que estipula que toda empresa privada que aporte un monto importante en cualquier actividad cultural, sea ballet, conservatorio u otras, pueda recibir beneficios tributarios de parte del Estado en contraposición por el apoyo a la cultura.



Hace un par de temporadas se ha presentado un proyecto de Ley que regula y promueve el Mecenazgo Cultural bajo el indicador pero no muy sutil título de: “Cultura por impuestos” (pl 3191/2008-cr) con objetivos ambiciosos como iniciar la gran revolución de la cultura en el Perú; convertir al Perú en la gran plaza cultural de Latinoamérica; generar nuevos puestos de trabajo a través de la cultura; promover la aparición de nuevos talentos: que la población pueda acceder a una mayor diversidad cultural y desarrollar el turismo.

La iniciativa consiste en que por el monto invertido en cultura, el donante recibe un Certificado del Instituto Nacional de Cultura (INC), que presentará ante la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) para deducirlo como gasto para el pago del Impuesto a la Renta. Los proyectos que se pueden financiar a través del mecenazgo deberán ser aprobados por el INC y consistir en: creación, difusión, producción e investigación en áreas culturales (teatro, música, cine, toda expresión literaria, danza, etc.), conservación, restauración y promoción del Patrimonio Histórico, proyectos de construcción de infraestructura para la cultura, espectáculo y entretenimiento (tales como teatros, coliseos o auditorios).

Su promotora ha explicado que la norma propuesta entiende al mecenazgo como “financiamiento total o parcial, que realizan personas naturales o jurídicas privadas, con carácter de donación, para la ejecución de proyectos o actividades relacionadas al arte y la Cultura” y que tiene por objetivo “promover asociaciones público privadas con el objeto que, conjuntamente con el sector privado, se puedan crear, desarrollar, y mejorar los mecanismos para la realización de actividades y proyectos culturales”.

Las propuestas de ley han contado con la férrea oposición del ministerio de Economía y Finanzas, confirmando de paso una de las máximas para la legislación del sector, aquella que tienen que ver con que las leyes de mecenazgo dependen más de la voluntad de renuncia del erario al cobro íntegro de los impuestos que a la disposición de las empresas a donar.

i. Otras naciones.

No quiero dejar pasar la oportunidad de contribuir al conocimiento de algunas otras legislaciones específicas de promoción del mecenazgo privado a la cultura y las artes.

Bolivia no tiene, hasta donde sabemos, una legislación específica, aunque sí existe el mecenazgo como forma de filantropía particular⁴⁸.

La nación altiplánica presenta ejemplos interesantes y exitosos de gestión cultural privada con fondos públicos ([Cinemateca Boliviana](#), [Fundación Cultural del BCB](#)), de coparticipación privada-pública ([Festival Internacional de Teatro de La Paz](#), [Festivales Apac](#): de Música Barroca e Internacional de Teatro en Santa Cruz) o de fundaciones/asociaciones privadas ([Fundación Patiño](#), Fundación Quipus, [Proyecto Martadero](#)), por citar algunos, pero no cuenta con leyes específicas de promoción.

⁴⁸ Cfr. García Mérida, Wilson. "Renace El Sano Mecenazgo." Crónica. Bolpress 16 de enero 2006.

Algunos actores locales comienzan a exigirlos⁴⁹, otros se inclinan por usar lo que ya existe⁵⁰. Está vigente aún en Bolivia la [Ley nº 843](#) que permite a las empresas hacer donaciones con cargo a sus gastos hasta el 10% de sus utilidades a organizaciones culturales autorizadas por la Oficina de Impuestos. No obstante, el sistema es engorroso y obliga a la empresa para incurrir en costos adicionales razón que explica su escaso uso desde su aprobación en el 2004.

Un proyecto de Ley de Promoción Cultural y Artística que contempla un sistema de mecenazgo similar al implantado en la ciudad de Buenos Aires, presentado a fines del 2011 por el Ministerio de Culturas de Bolivia, ha sido fuertemente debatido por organizaciones políticas y culturales que lo acusan de ser un intento por privatizar la cultura (Matias, 2011). Los reclamos más activos se han concentrado en la ciudad de Cochabamba, donde se han organizado movilizaciones de artistas locales en contra de este anteproyecto del Gobierno que plantea que la empresa privada financie los proyectos artísticos a cuenta de impuestos. Recientemente, el economista Roberto Laserna, actual director de la [Fundación Milenio](#), ha presentado un proyecto de mecenazgo democrático que hay que seguir con atención (Laserna, 2011), especialmente cuando propone avanzar hacia una nueva relación entre contribuyentes, más preocupados ahora por la cultura, menos dependientes de los donantes externos y del subsidio del Estado. Se trata de pensar para Bolivia un sistema que procure que toda persona pueda participar en el desarrollo cultural, pues, aunque no todos pueden ser artistas, muchos pueden ser mecenas⁵¹.

En Paraguay, actores políticos locales reclaman por la reglamentación definitiva en una Ley de Mecenazgo que avance en la delimitación jurídica de lo dispuesto en el [Fondo Nacional de Desarrollo Cultural \(Fondec, Ley nº1299 de 1998\)](#), pero hasta la fecha no reglamentado.

En efecto, en su artículo 16, la norma paraguaya estipula que a “los efectos de estimular la participación del sector privado en el financiamiento de las actividades culturales, las donaciones y los patrocinios que realicen los contribuyentes serán considerados deducibles del Impuesto a la Renta de acuerdo con el siguiente porcentaje: a) Hasta el 5% de la renta neta de ejercicio que se liquida para los casos de las donaciones; y b) Hasta el 4% para el caso de los patrocinios. En ambos casos se requerirá la aprobación del Consejo Directivo del Fondec.

En Ecuador también han existido los mecenas, aunque mayoritariamente apoyando a la educación y la salud. Se estima que dicho mecenazgo genera un aumento de la conciencia cívica y de identidad de las empresas, fundaciones o instituciones no

⁴⁹ Iglesias Mendizábal, Fadrive. "Ley De Mecenazgo: ¿Cuánto Más Hay Que Esperar?".

Cochabamba, Bolivia, 2009. Blog. 26 de junio de 2009 <http://clavo.blogspot.com/2009/03/ley-de-mecenazgo-cuanto-mas-hay-que.html>.

⁵⁰ Roberto Laserna, "Filantropía y Desarrollo", intervención en Encuentro de Gestores Culturales Bolivianos, 24 al 26 de octubre de 2012, La Paz, Bolivia. Apuntes personales del autor.

⁵¹ Roberto Laserna, *Filantropía y Desarrollo*, intervención en Encuentro Boliviano de Gestores Culturales 2012, 24 al 26 de octubre, La Paz, Bolivia. Apuntes personales del autor.

gubernamentales que con su filantropía favorecen el desarrollo sociocultural y permiten el acceso de la ciudadanía a una programación cultural de alta calidad. Es un mecenazgo generado por personajes - que presiden fundaciones y empresas privadas - que en la mayoría de los casos mantienen un perfil bajo pero luchan por hacer realidad sus ideales culturales (Mortillo Montserrate & Rueda, 2011). No tenemos certeza de que exista una legislación que lo favorezca.

4.

Se pueden tener muchas opiniones acerca de las empresas. Se las puede evaluar de distantes, de orientadas puramente al lucro; otros dirán que son un aporte insoslayable al desarrollo del país, que dan trabajo a miles de hombres y mujeres o cualquier otra visión, pero no cabe duda que su presencia resulta ineludible en el mundo actual. Nos relacionamos con empresas al ir al teatro, cuando acudimos a nuestro restaurante favorito, cuando compramos un libro, cuando rellenamos combustible en el automóvil o cuando vamos al médico (Machado Pinheiro & Gil Ureta, 2010). También están presentes en la cultura. Sería una ingenuidad creer lo contrario.

Lo cierto es que en América Latina sólo Brasil y Chile, mirados generosamente, cuentan con leyes nacionales de mecenazgo cultural. Argentina, Colombia, Ecuador, México, Uruguay y Paraguay solo permiten algunas exoneraciones tributarias a las donaciones (no necesariamente orientadas exclusivamente a la cultura), mediante cuerpos legales dispersos (Alfaro Rotondo, 2009).

Más allá de sus particularidades, la experiencia internacional evidencia que los regímenes de mecenazgo presentan dos grandes ventajas. En primer lugar, generan importantes flujos económicos para la cultura. En Brasil, en el 2008, debido a la Ley Rouanet, se captaron US\$270 millones (US\$ 2.000 millones en los últimos diez años). En Chile, en el 2011 a través de la Ley Valdés, se alcanzaron los US\$ 20 millones, cifra solo un poco menor al monto invertido ese año por los cinco fondos concursables de dicho país.

En segundo lugar, permiten formalizar y profesionalizar los procedimientos para la obtención de fondos. El amparo legal contribuye a limar la relación jerárquica que muchas veces se establece entre los patrocinados y los patrocinadores e incita la aparición de gestores culturales capaces de diseñar proyectos atractivos.

La existencia de normas en los distintos países de América Latina que estipulan modalidades de estímulo a la contribución privada en el financiamiento cultural es evidencia patente del consenso que parece existir en la región en que, en las tareas del desarrollo cultural, es necesaria la participación de todos los sectores sociales. La experiencia muestra que las políticas culturales más eficientes suelen ser las del ámbito tributario, especialmente cuando están planteadas dentro de un marco que contempla una intención manifiesta de promover un intercambio más eficiente entre

el sector público y el privado y donde además se promueve un tratamiento más adulto del contribuyente, dándole la ocasión de poder decidir, al menos parcialmente, a donde redireccionar una parte de sus impuestos.

Como hemos podido apreciar, esos intentos existen, pero son aún insuficientes para concebir en la región algo similar a un modelo latinoamericano de promoción del mecenazgo privado de la cultura y las artes. Existen sistemas más o menos consolidados en algunas naciones (Chile, Brasil), incluso con varias décadas de funcionamiento, pero que aún son discutidos en su legitimidad y sufren frecuentes embates producto de cambios políticos, lo que deja en evidencia la dependencia de las legislaciones de mecenazgo de factores externos, como las consideraciones de tipo ideológico. Muchos de estos esfuerzos legislativos dependen de la voluntad individual de un político que ha iniciado, a veces con éxito, a veces no, el trámite jurídico correspondiente.

Otras naciones recién inician esta discusión (México, Perú), no habiendo pruebas fehacientes de que se haya tomado en consideración, a modo de ejemplos, las legislaciones vigentes en otros países con excepción de la norma boliviana que parece inspirada en la experiencia argentina. En la mayoría de los países (Bolivia, Paraguay, Perú, México, Colombia, entre otros), continúa siendo el Estado el principal proveedor de recursos para la cultura, coexistiendo mecanismos más o menos desarrollados de estímulo al mecenazgo privado, pero sin mayor formulación jurídica.

El mecenazgo no es una alternativa real a la financiación pública, con suerte puede ser un complemento, pero las condiciones y límites que tienen actualmente las franquicias contempladas en el patrocinio cultural tampoco son satisfactorias. La creación de una cultura de filantropía requiere de alicientes adecuados no sólo para el estímulo efectivo de los contribuyentes, sino en relación a la capacidad de renuncia del tesoro público. Este parece ser el principal problema, toda vez que el escollo más grande a salvar en la tramitación de estas leyes no está habitualmente en el Ministerio de Cultura sino en el de Hacienda.

Hay una evidente incapacidad para producir datos estadísticos que permitan planificar y evaluar los efectos de las reformas tributarias en este ámbito. No sabemos nada acerca del peso específico en términos financieros de la contribución privada al financiamiento cultural en nuestra región. No sabemos mucho de los mecenas, de sus motivaciones e intereses; hay pocas empresas dedicadas a su promoción en el continente, menos son los investigadores que le han prestado alguna atención.

Aparte de la falta de difusión por parte del Estado de las leyes y reglamentos que hacen posible las donaciones con beneficios fiscales, parecen no existir mecanismos de seguimiento y monitoreo de las contribuciones en el sector. Muchas de las leyes vigentes son en exceso complejas y de una alta especificidad. No contemplan, además, la creación de registros ni formas de fiscalización *ex post*.



Algunas iniciativas de leyes de mecenazgo, como la propuesta recientemente en Argentina, pueden ser utilizadas como una herramienta para la intervención política en el Tercer Sector. Algo similar podría decirse de las experiencias uruguaya y paraguaya, donde a fin de cuentas el mecenazgo de las empresas (y/o las personas) queda sujeto a la fiscalización de un representante del poder político.

Otras leyes, aprobadas buscando introducir transparencia y mayor control en el régimen general de las donaciones, han provocado el efecto contrario haciendo disminuir dramáticamente el monto de los aportes privados a la cultura y las artes.

Me parece que mejorar el tratamiento fiscal al mecenazgo es algo que deberíamos empezar hacer ahora, especialmente en este tiempo en que las circunstancias son más favorables y no tener que apresurarnos cuando la crisis del estado de bienestar y la política del subsidio público se muestre en toda su evidencia como insuficiente. Es presumible, por lo demás, que en el futuro mediato va a haber una competencia feroz entre los distintos sectores de orientación social que necesitan ingresos: educación y universidades, deporte, todas las formas de asistencia social. Y prueba de ello es que en los países que tienen Ley de Mecenazgo, al mecenazgo de las artes se dedica un porcentaje bastante pequeño del total; los proyectos sociales, la educación y en ocasiones el deporte están siempre por delante.

Reformar las leyes tiene que ver, además, con pensar en mayores incentivos para las instituciones y los proyectos culturales porque si no siempre van a estar en desventaja; las empresas preferirán la educación y el deporte, que tienen más visibilidad.

Casi al final, se debe insistir en que hay que educar a las personas para que comprendan la enorme satisfacción de disfrutar de una cultura que además han tenido el enorme placer de contribuir a hacerla posible con su dinero y con su ventaja fiscal. Ello obliga, en primer lugar, a una reivindicación de los individuos como sujetos capaces de un protagonismo cada vez mayor en la cultura, que además está asociado a la idea más original del mecenazgo (vg. la RAE lo define como aportación personal). En este terreno las posibilidades son infinitas y podría llegar a cubrir un espectro de la cultura muy desatendido por los discursos empresariales o políticos. El mecenazgo individual puede impulsar una actividad cultural sin medir retorno porque no quiera otra cosa que la satisfacción personal, lo que es pura filantropía. Como en Estados Unidos, donde las donaciones de particulares están liberadas de impuestos hasta el cincuenta por ciento del ingreso de los contribuyentes y son realizadas a entidades sin fines de lucro que sólo requieren un certificado de existencia y declaración de finalidades. De ese modo, es el contribuyente de a pie quien sostiene la gran calidad y cantidad de orquestas, teatros, museos y festivales que ese país mantiene y produce, repartidos en todo el territorio. Empresas, familias y fundaciones encuentran en estas contribuciones una excelente manera de devolver a la comunidad en cultura lo que han recibido en dinero y poder.

Hay que desmitificar la idea de que en Estados Unidos la mayor parte de la intervención privada está en manos de las empresas. Esto no es así. El 75% de la intervención privada procede de los particulares (“pequeñas gotas de agua aportadas por el mecenazgo individual”). Se sabe con certeza que en ese país esas pequeñas gotas se convierten en un mar, el mar de la responsabilidad colectiva frente a la cultura. Las fundaciones representan el 12%, es decir, tienen un papel bastante secundario con respecto a los particulares y las empresas representan simplemente el 6% de todo lo que la cultura recibe de los contribuyentes.

Ocurre que la filantropía no es atributo de los millonarios ni se canaliza solamente a través de grandes fundaciones. En el año 2005, de los 260 billones de dólares donados a entidades no lucrativas, el 76% fueron hechas por donantes individuales, es decir, fueron realizadas por personas vivas y una gran parte a través de los mecanismos de exención impositiva que permiten a cualquier ciudadano realizar aportes directos a ese tipo de entidades (Laserna, 2011).

Lo que quiero enfatizar es que las leyes de mecenazgo tengan en cuenta no solo a las empresas sino también a los individuos que, con los incentivos adecuados, podrían trasladar a la cultura una parte de los fondos que ahora van a la industria del lujo, por ejemplo. La industria de los suntuarios tuvo el año pasado un crecimiento del 20-25% en América Latina⁵². Y cuidar especialmente el coleccionismo que, más allá del gusto personal, sostiene toda una red de galerías y artistas.

Es cierto que algunas leyes ya en ejercicio, como la Ley Rouanet de Brasil o la misma Ley Valdés en Chile, se han mostrado más favorables para el financiamiento de actividades culturales convencionales, concentrando los estímulos en un grupo de organizaciones culturales con la infraestructura y contactos sociales adecuados. Los intentos por tratar de corregir estas “desviaciones”, como hemos visto, han llevado a algunos países a tratar con mayor o menor discrecionalidad las oportunidades de las donaciones provenientes de la empresa, reflejando aún mucha de la desconfianza con que las naciones latinoamericanas inspiran sus políticas públicas hacia el mecenazgo cultural de la empresa privada.

⁵² Las cifras confirman esta tendencia. Según el informe 2007 sobre Riqueza en el Mundo, elaborado por Merrill Lynch y Cargemini, el número de ricos (personas con activos netos superiores a 1 millón de dólares) en todo el planeta subió a 9,5 millones de personas. Y América Latina registra la mayor tasa de crecimiento en los últimos años, con un alza de 23,2 por ciento (mientras que América del Norte y Europa crecieron solo un 10,3 y un 7,8, respectivamente). Según el reporte, habría unos 400 mil millonarios en la región y su mayor expansión se registra en México, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela. Esto quizás explica que las ventas en Latinoamérica, incluyendo autos premium, yates, helicópteros y jets, alcanzaron los 32 mil millones de dólares en 2007. Redacción. (2008). América Latina: Pasión por el lujo. *In-LAN*.

5. Referencias Citadas

- ADMICAL. (2012). Le mécénat d'entreprise en France - 2012
Enquête Admical-CSA Retrieved 13 de junio de 2012, 2012, from
<http://www.admical.org/default.asp?contentid=62>
- Alfaro Rotondo, S. (2008). Financiamiento de la cultura; entre lo público y lo privado
Maniobras (Vol. 2009, pp. Blog). Lima.
- Alfaro Rotondo, S. (2009, 19 de octubre de 2009). El mecenazgo en el desarrollo
cultural, Columna, *Poder 360ª*. Retrieved from
http://www.poder360.com/article_detail.php?id_article=2848
- Alfaro Rotondo, S. (2010, 17 de junio de 2010). El Financiamiento del Arte y la Cultura
en debate, Comentario, *El Comercio*.
- Amarante, M., Baracho, P., & Raddi, R. (2008). *O Incentivo Fiscal a Cultura no Brasil:
Breve exame dos estados brasileiros*. Paper presented at the IV ENECULT -
Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de
Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil. paper retrieved from
- Antoine, C. (2008). ¿Réquiem para las donaciones privadas a la cultura de Chile?
[Paper]. *Revista Quantum*(3), 88 - 105.
- Calceño, I. C. (s/i). El arte y la Ley de Mecenazgo:¿Una muy
necesaria.... fantasía? Retrieved 8 de octubre de 2012, 2012
- Calderón, M. (2012, 2 de febrero de 2012). La Ley de Mecenazgo: En busca del
«modelo francés», Comentario, *La Razón*.
- Campodónico, H. (2010). Detrás de la Ley del Mecenazgo Retrieved 22 de junio, 2010,
from
http://connuestroperu.com/index.php?option=com_content&task=view&id=11514&Itemid=33
- Castellanos, G. (2008). Incentivos Económicos para la cultura en Colombia (pp. 12).
Bogotá.
- Cruz Sánchez, P. A. (2012, 11 de marzo de 2012). La subvención como anacronismo,
Comentario, *La Razón*.
- Esmoris, M. (2005). Mecenazgo: corporativismo con dinero público y de empresarios.
- Europeo, P. (2011). Fomentar la inversión privada en el sector cultural. Paris: Dirección
General de Políticas Interiores de la Unión. Departamento Temático B: Políticas
Estructurales y de Cohesión. CVultura y Educación.
- Fernández, S. (2011, 30/05/2011). «Los modelos de gestión cultural más deseables son
los mixtos» Entrevista, *Las Noticias de Avilés*.
- Fischer, H. (2009, 7 de enero de 2009). El Estado, ¿promueve o fagocita la cultura?,
Opinión, *Diario de América*. Retrieved from
http://diariodeamerica.com/front_noticia_detalle.php?id_noticia=4885
- García, A. (2012, 17 de enero de 2012). REPORTAJE: El futuro del patrocinio de las
artes.

- Mosaico europeo de incentivos, Italia e Inglaterra, a la cabeza en desgravaciones fiscales culturales., *El País*.
- Harvey, E. R. (2003). *La Financiación de la Cultura y las Artes. Iberoamérica en el contexto internacional (Instituciones, Políticas Públicas y Experiencias)*. Madrid: DATAUTOR.
- Hatty, Y. (2003). *Mecenazgo en Colombia y Financiación de la Cultura*. Bogotá.
- Laserna, R. (2011). Filantropía y Desarrollo. Propuesta. *Análisis. Revista Fundación Milenio*(13), 71 - 86.
- Machado Pinheiro, F., & Gil Ureta, M. (2010). Donación empresarial: de la filantropía a la inversión social. In P. U. C. d. Chile (Ed.), *Perspectivas CEES-UC* (pp. 29). Santiago: Universidad Católica de Chile.
- Martínez Guedes, D., Fernández Laurito, G., & Gzach Begholdh, V. (2009). *Patrocinio y Mecenazgo en Uruguay. Una aplicación en el sector bancario*. Trabajo de Investigación Monográfico Grado, Universidad de La República, Montevideo.
- Matias, M. (2011). A propósito del anteproyecto de Ley de Mecenazgo Cultural en Bolivia: "Toda clase de licencia para el arte". La Paz: Agrupación Marxista Revolucionaria.
- Mortillo Montserrat, J., & Rueda, R. (2011, 6 de marzo de 2011). Visiones artísticas y filantropía, *La Revista*. .
- Muñoz de Gaviria, A. M. (2012, 18 de enero de 2012). Mecenazgo y empresa privada en la cultura, Comentario, *El Espectador*.
- Papell, A. (2012, 20 de mayo de 2012). Hacia el nuevo mecenazgo cultural, Comentario, *Diario de Mallorca*. Retrieved from <http://www.diariodemallorca.es/opinion/2012/05/19/nuevo-mecenazgo-cultural/766962.html>
- Quiñonero, P. (2012, 21 de mayo de 2012). En Francia, más del 90% del mecenazgo proviene de las Pymes, Crónica, *ABC*.
- Ramos Aitken, I. (2009). La inversión en cultura como negocio. *G+C. Revista Internacional de Gestión Cultural*, 80-85.
- Saéz, A., González, A., & S., C. (2012, 4 de noviembre de 2012). 51% de las grandes empresas no ha hecho una donación en los últimos siete años, Crónica, *El Mercurio*.
- Santilli, D. (2008, 29 de noviembre de 2008). Le ley de mecenazgo: una deuda con la cultura. *La Política Online*.
- Vozmediano, E. (2012). Los mecenas de hoy se alejan del arte. *Compromiso Empresarial. La Revista de la Fundación Compromiso Empresarial* Retrieved 19 de junio de 2012, 2012, from <http://www.compromisoempresarial.com/ong/fundraising/2012/06/arts-council-el-arte-del-largo-plazo/>

Zabarte, M. E. (1999). Aproximaciones a la política cultural española. La Ley de Mecenazgo como instrumento de promoción cultural. In B. Faibre D'Arcier, G. Heras & M. E. Zabarte (Eds.), *Estrategías para una nueva Gestión Cultural. Tres experiencias significativas* (pp. 45 - 76). Buenos Aires: EUDEBA.



CULTURA EN CONSTRUCCIÓN. LA EXPERIENCIA DE LOS FONDOS DE INCENTIVO CULTURAL EN URUGUAY

ALEJANDRO DENES
Banco República, Uruguay

1. Introducción

La Agenda 21 de la Cultura, iniciativa que surge a partir de la Primera Reunión Pública Mundial de la Cultura, celebrada en el mes de septiembre de 2002 en la ciudad de Porto Alegre, Brasil, propone un documento orientador para las políticas culturales locales, equiparable a la Agenda 21 sobre Medio Ambiente, centradas en el impulso de la cultura como motor del desarrollo sostenible, la inclusión social y los derechos humanos. En este ámbito se comienza a hablar de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible.

También la Declaración de Sao Paulo sobre cultura y sostenibilidad, documento que surge en el mes de abril de 2012 durante la Reunión de Altas Autoridades Sudamericanas sobre Cultura y Sostenibilidad, en la que los Ministros, Secretarios de Estado y demás autoridades de cultura de la República Argentina, Estado Plurinacional de Bolivia, República Federativa de Brasil, República de Chile, República de Ecuador, República de Paraguay, República de Perú y República Oriental del Uruguay acuerdan requerir a las autoridades negociadoras de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, Río +20, que consideren en su documento final la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible, reconociéndola como dimensión articuladora y generadora de equilibrio entre los tres pilares reconocidos hasta el momento: económico, social y ambiental.

La buena noticia, a diferencia de otros pilares del desarrollo sostenible, es que cuando nos referimos a cultura es posible “hacer llover”. La cultura ocurre a pesar de la economía, del cambio climático y de las crisis sociales. En esta ponencia queremos aportar al *Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura* cómo desde un pequeño país de Sudamérica logramos “hacer llover” construyendo cultura como valor compartido a través de la creación de los Fondos de Incentivo Cultural.

2. La creación de valor compartido

Uno de los grandes pensadores de la economía del siglo XX, el economista Milton Friedman, sostenía que la única responsabilidad social de la empresa es crear valor para sus accionistas. Esta concepción ha cambiado en las últimas décadas con el afianzamiento de la responsabilidad corporativa como guía de acción para muchas empresas.



En el número de enero-febrero de 2011 de la publicación Harvard Business Review, el reconocido profesor de la Harvard Business School, Michael Porter, junto al Director de FSG, Mark Kramer, proponen desde su portada algo singular: como reparar al capitalismo (y desatar una nueva ola de crecimiento).

Porter, uno de los popes de la estrategia empresarial, creador del concepto de “cadena de valor”, plantea alejarse un tanto de la visión de Friedman y propone que la alternativa para el sistema capitalista sea la creación de valor compartido, reconociendo que los mercados también vienen delimitados por las necesidades de la sociedad.

El valor compartido no tiene que ver con valores personales ni con “compartir” el valor ya creado por la compañía, sino con expandir la cantera total de valor económico y social. Para Porter y Kramer conectar el éxito de las compañías con la mejora de la comunidad abre muchas formas de atender a nuevas necesidades, ganar en eficiencia, diferenciarse y expandir los mercados.

Esta visión es aplicable también a la relación del sector privado con la cultura, planteando un paso adelante de la filantropía tradicional e incorporando la responsabilidad cultural como parte de la creación de valor compartido de las empresas.

3. Los Fondos de Incentivo Cultural de Uruguay

Una visión similar llevó a la colectividad cultural de la República Oriental del Uruguay a diseñar un sistema de incentivo a la cultura, permitiendo la sinergia entre Estado, sector privado y promotores culturales, creando los Fondos de Incentivo por Ley número 17.930 (arts. 235 al 250 inclusive) de 19 de diciembre de 2005 y que luego fue reglamentada por el Decreto 364 del 1 de octubre de 2007.

Un mecanismo simple, transparente y con garantías para todas las partes ha permitido en sus cinco ediciones convocar un amplio abanico de propuestas culturales y plantear un verdadero esquema “ganar-ganar” entre sector público y privado.

¿Cómo funcionan?

Los Fondos de Incentivo Cultural (FI) no financian proyectos, sino que son una herramienta que permite captar recursos económicos para proyectos culturales. Las empresas o personas físicas que apoyan proyectos FI reciben beneficios a través de la renuncia fiscal por parte del Estado Uruguayo. De esta manera, los proyectos culturales se autofinancian gracias al aporte de sus colaboradores.

Los FI fueron diseñados con dos componentes: el llamado Fondo Global y los Fondos Específicos. El Fondo Global permite no sólo la financiación de proyectos que no han obtenido recursos suficientes, sino también apoyar la capacitación y profesionalización de los gestores culturales. Las empresas que aportan al Fondo Global también colaboran con la difusión del mecanismo para que más empresas y proyectos se beneficien.



Los Fondos Específicos, como su nombre lo indica, permiten a empresas e individuos colaborar con proyectos, propuestos por promotores culturales y seleccionados - de acuerdo con lo establecido por la Ley - por el [Consejo de Evaluación y Fomento de Proyectos Artístico Culturales \(CONAEF\)](#), organismo que cuenta con representantes de cinco Ministerios, del Consejo de Intendentes (gobiernos locales) y de seis sectores artísticos (teatro, danza, audiovisual, letras, artes plásticas, música).

Cada año se realizan convocatorias a proyectos artísticos y los que son seleccionados quedan en condiciones de captar recursos que permitan su ejecución.

Las empresas o individuos que colaboran con el Fondo Global recibirán un Certificado de Crédito por el 75% del monto donado y podrán computar el 25% restante como gasto de la empresa y deducir un porcentaje del Impuesto a las Rentas de las Actividades Económicas IRAE.

Quienes colaboran con proyectos específicos recibirán una devolución de entre el 65% y el 35%, dependiendo de si el proyecto se realiza en la capital o el interior del país o si se tratan de proyectos oficiales. Siempre podrán computar el 25% como gasto a deducir del IRAE.

Este mecanismo que puede parecer complejo es en verdad muy simple y lleva pocos pasos: el proyecto cultural seleccionado se registra con un número; el donante deposita su donación en el banco mencionando el número de proyecto, lleva el comprobante de depósito a las oficinas de los FI y recibe los certificados de crédito correspondientes; finalmente el proyecto recibe el aporte.

En aquellos casos en que los proyectos no reciban los aportes necesarios para su funcionamiento, pueden recibir dinero desde el Fondo Global. Siempre se entregará el dinero a los responsables del emprendimiento si los aportes recibidos alcanzan para terminar una etapa definida del proyecto. Si el dinero no alcanza para cumplir ninguna etapa, aún con apoyo del Fondo Global, entonces el dinero se traslada a este Fondo.

¿Cuál es el retorno directo a una empresa que aporta al Fondo Global?

- Los nombres de las empresas contribuyentes al Fondo Global se publicarán en media página en dos medios importantes a nivel de todo el territorio nacional.
- La empresa puede utilizar esta circunstancia en sus acciones de comunicación.
- En el caso del Fondo Global, los proyectos que reciban aportes de este Fondo deberán lucir el logo de las empresas aportantes a dicho Fondo junto al del FI.
- La empresa puede utilizar en su papelería o en otros medios un logo especial que la nombra como empresa contribuyente al Fondo Global, que le será entregado luego de hecho el depósito.
- Los contribuyentes al FI podrán canjear parte de sus aportes por certificados de crédito de la DGI. Es una forma de elegir el destino de parte de los impuestos a pagar.



Los Fondos de Incentivo Cultural son además la herramienta que ayudará a las empresas a construir o fortalecer una imagen que comunica su vínculo con la sociedad, desde la Responsabilidad Social.

Caso práctico: [Los Escolares van al Cine](#).

En febrero del año 2012 se estrenó el primer largometraje de animación producido en Uruguay: Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe. Este film, dirigido por el multipremiado artista uruguayo Walter Tournier, referente mundial de la animación Stop Motion, destaca, además de por las virtudes de su producción artesanal y la propuesta dramática del guión, por proponer al público infantil la reflexión sobre los verdaderos valores de la vida. Lamentablemente, la película tuvo un fugaz pasaje por el circuito comercial uruguayo y no pudo llegar de la mejor manera al gran público.

A mediados de año, la productora de la película, La Suma Producciones, propone a nuestro Banco iniciar una acción de responsabilidad cultural para llevar a escolares al cine. Si bien la propuesta era interesante, vimos que tenía el potencial para transformarse en una actividad con mayor proyección en alcance y profundidad.

Iniciamos gestiones con las autoridades de la enseñanza, el Instituto del Cine y el Audiovisual y los Fondos de Incentivo a la Cultura. Así nace Los Escolares van al Cine, un programa que promueve la generación de audiencias futuras para el cine nacional, por medio de la concurrencia masiva de escolares de las escuelas públicas uruguayas a ver producciones nacionales de nivel, y el trabajo en el aula en conceptos de la producción audiovisual (se elaboró un impreso de calidad para ser distribuido a todos los escolares, más una guía para docentes). De esta forma se introducen elementos de realización artística que incluyen, entre otros, el trabajo en equipo y el trabajo por procesos, fundamentales para la formación de nuestros niños.

El 2013 será el primer año de ejecución del programa Los Escolares van al Cine, la primera película seleccionada es Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe y la meta inicial es de llevar al cine a 30.000 escolares.

La financiación del programa se logrará con aportes de empresas y personas a través de los FI, promoviendo también el sistema del crowdfunding y la Responsabilidad Cultural.

Desde el punto de vista de nuestra empresa, esta acción no sólo nos permite participar de una actividad de difusión y financiamiento de la cultura, sino también reforzar vínculos con nuestros clientes al invitarlos a participar en el proyecto.

Por último queremos compartir el mensaje de uno de los jurados de los FI 2012 que entendemos transmite fielmente la visión de valor compartido: “En estas últimas décadas los creadores nacionales han transitado un duro e ingrato camino en el intento de que, tanto en el ámbito estatal como en el sector privado, se reconozcan y se respeten los emprendimientos culturales y artísticos, en particular aquellos que una vez desarrollados puedan instalarse como un elemento integrador fundamental del ser nacional.

Sin sistema educativo y sin expresiones artísticas no es posible construir la nación. Así de simple. En ese intento de los emprendedores artísticos nacionales, los denominadores comunes han sido la soledad absoluta, la frustración, la mendicidad y el paternalismo humillante.

De ahí que el actual mecanismo adoptado por el Ministerio de Educación y Cultura al instrumentar los Fondos de Incentivo Cultural (FI) para apoyar y facilitar el financiamiento de proyectos artístico culturales en todo el país pueda considerarse no solo un acierto muy importante en cuanto al estímulo del desarrollo de la creación nacional, sino también un elemento fundamental a la hora de construir una política cultural nacional que perdure y se proyecte más allá de los gobiernos de turno. No tengo la menor duda de que las buenas ideas nacidas del instinto de conservación social y de la necesidad de crecer y de participar - una característica visceral de nuestros creadores y emprendedores culturales -, son el verdadero oxígeno de un mundo cultural como el nuestro, que se ha negado desde siempre a convivir con el egoísmo y la frustración.

Por eso es que un modelo como el de los FI es realmente bienvenido y despierta tantas expectativas en este ámbito cultural nacional tan lastimado durante décadas”: Mario Delgado Aparain (Jurado FI 2012).

CENTRO HISTÓRICO "VIVO" DE LIMA: INVERSIÓN Y RENTABILIDAD SOCIAL-FINANCIERA PARA SU REVITALIZACIÓN

SILVIA DE LOS RIOS
Arquitecta, CIDAP

Esta ponencia se basa, desde la problemática del Patrimonio Cultural del Centro Histórico de Lima, en entender el Centro Histórico como algo vivo y su revitalización (que para muchos es la puesta en valor del Patrimonio edificado) como una de las acciones del proceso de renovación urbana en las ciudades. Dicha renovación promueve básicamente revertir el deterioro físico, ambiental y social para dignificar la vida de los habitantes, así como su Patrimonio Cultural, como Patrimonio vivo, a través de procesos participativos y concertadores, para consolidar ciudades inclusivas, dónde lo "vivo" es garantizado por la residencia de los habitantes, en armonía con los servicios y equipamientos necesarios y la memoria del lugar, que es también garantía de futuro.

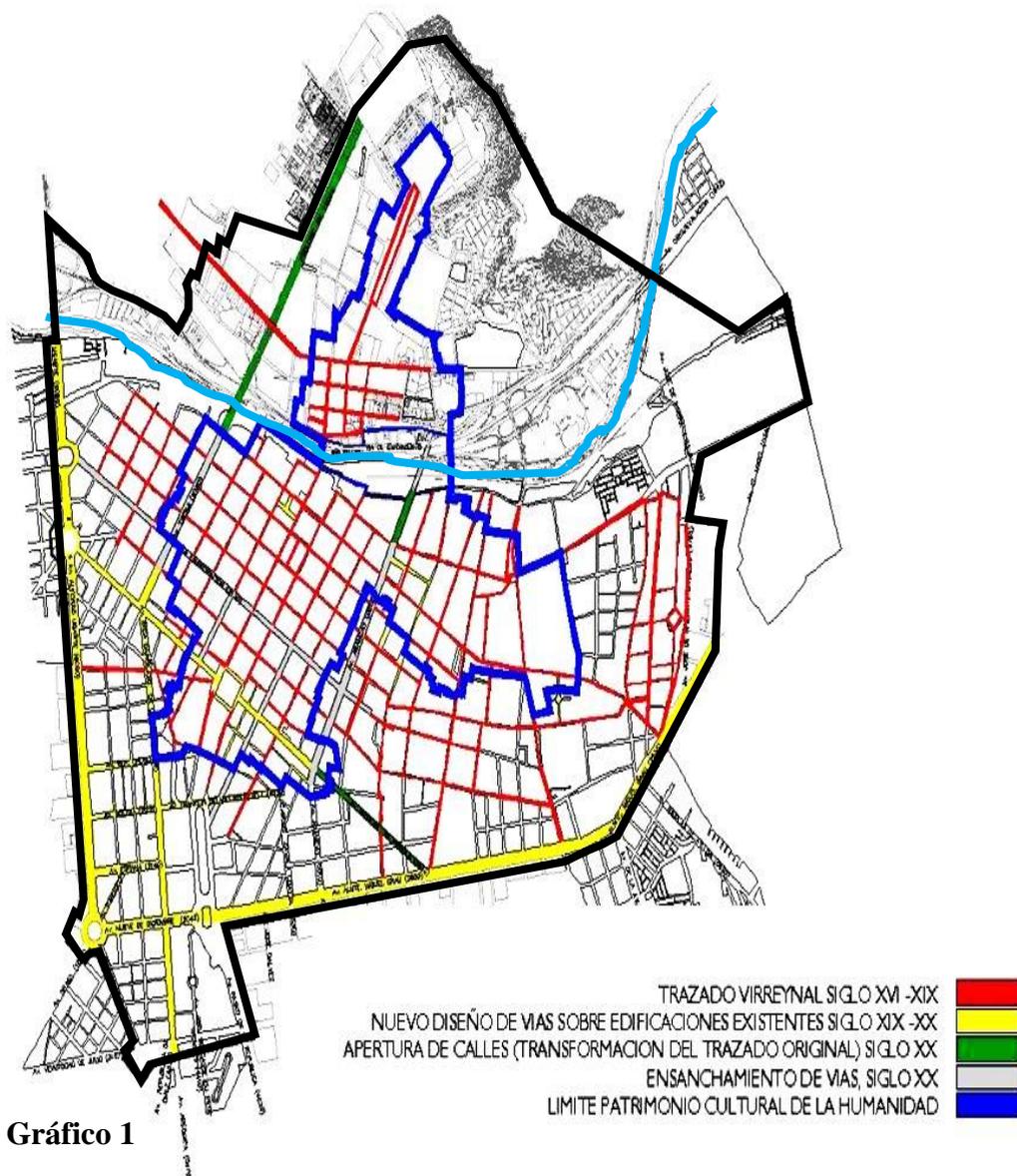
Así mismo, desde la revisión del concepto de inversión, el Patrimonio Cultural es el capital que está esperando en las ciudades, en los Centros Históricos para ser empleado como recurso rentable; no para consumo final, sino para seguir produciendo y obteniendo beneficios en el presente y en el futuro, para el propietario y para toda la sociedad. Desde el concepto de la rentabilidad, los Centros Históricos y su Patrimonio Cultural tienen la señalada capacidad de rentabilidad porque generan utilidad y con su mantenimiento se garantiza su puesta en valor. El Patrimonio Cultural edificado es rentable porque su valor de uso genera ingresos y no gastos, con adecuados planes de manejo y de gestión.

El "Buque" es una emblemática casona Patrimonio Nacional y ubicada dentro del área declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO. Esta edificación, así como otras muchas, guardan la memoria, identidad y autenticidad de barrios, que conforman el Centro Histórico de Lima. La situación de vulnerabilidad y riesgo está en aumento, ocasionada por hechos como: abandono, siniestros por incendio, como este que hace dos meses sucedió y no provoca ningún tipo de intervención, ni de emergencia. Los propietarios de muy escasos ingresos hace años hacen gestiones para ser sujetos de crédito del libre mercado inmobiliario, pero sin éxito.



Contexto del Centro Histórico de Lima

El Centro Histórico de Lima tiene un área aproximada de 1.030 hectáreas y el ámbito declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO cuenta con unas 400 hectáreas.



PATRIMONIO MONUMENTAL DEL CENTRO HISTORICO DE LIMA		
TIPOLOGIA	N°	
MONUMENTOS	672	
AMBIENTES URBANOS MONUMENTALES	63	
TOTAL	735	
Fuente: INC, APOYO S.A., CIDAP / Elaboración: Silvia de los Ríos, CIDAP		
MONUMENTOS DEL CENTRO HISTORICO DE LIMA EN RIESGO		
TIPOLOGIA	N°	%
TOTAL DE MONUMENTOS EN RIESGO	608	83%
TOTAL DE MONUMENTOS EN EL CENTRO HISTORICO DE LIMA	735	100%
MONUMENTOS RELIGIOSOS (templos y conventos)	53	
MONUMENTOS CIVILES y DOMESTICOS (casonas y hospicios)	555	
Fuente: QDAP, INC, INDECI, APOYO S.A. / Elaboración: Silvia de los Ríos, QDAP		Cuadro 1

 Prioridad	Ambiente Urbano Monumental	Monumento Histórico	Inmub. Valor Monumental	Superficie	Inversión \$US
Corto Plazo: Circuito Monumental	49	351	224	25km	210 millones
Mediano plazo: patrimonio cultural	5	179	259	400 ha	200 millones
Largo plazo: zona de amortiguamiento	17	121	784	500ha	540 millones
Total	71	651	1,267	900 ha (aprox.)	950 millones

Cuadro

Las cifras evidencian que la monumentalidad edificada del Centro Histórico de Lima, su Patrimonio Cultural edificado, está en sumo riesgo, porque del total de 735 inmuebles (ver cuadro 1) el 83% está en riesgo de caer, de colapsar. Datos alarmantes que para ser reducidos precisarían de una inversión de 950 millones de dólares norteamericanos, según cálculos de la anterior gestión municipal de Lima Metropolitana.

Los conceptos de partida

El Centro Histórico vivo es el paradigma, estrechamente ligado a la revitalización, a la conservación, a la preservación, a la puesta en valor del Patrimonio Cultural edificado, como las acciones del proceso de renovación urbana de las ciudades:

- Promoviendo la reversión del deterioro físico, ambiental y social.
- Para dignificar la vida de los habitantes en las ciudades.
- Conservando el Patrimonio Cultural como Patrimonio vivo.
- A través de procesos participativos y concertadores.
- Consolidando ciudades inclusivas, con Centros.

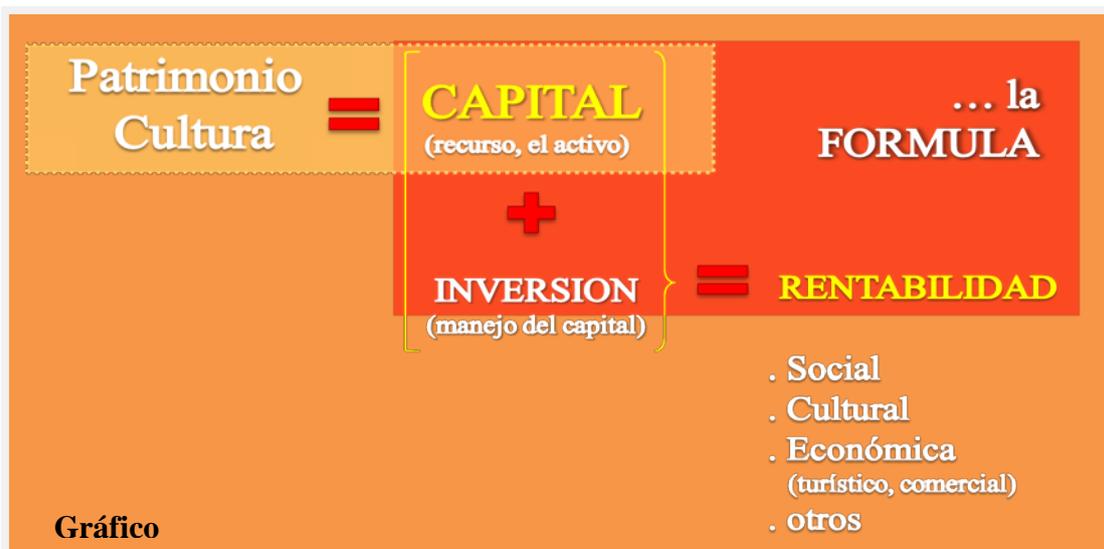
Para entender la Economía de la cultura, concebimos que el capital es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular. Por lo cual, la cultura cumple en ser considerada capital en la economía de una sociedad.

La inversión es el empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo, obtener beneficios futuros y distribuirlos en el tiempo. La inversión cultural y no gasto será la cultura bien empleada como capital, para garantizar beneficios futuros, sin pérdida de identidad y autenticidad.

Rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ello la cultura es rentable, por ser un capital manejable, que genera oportunidades de inversión.

Aplicando lo concebido, tendríamos la formula (ver gráfico 2) dónde nuestro Patrimonio Cultural es también nuestro Capital, el recurso, el activo de la sociedad, que con su buen manejo, como inversión, tendremos rentabilidad en lo social, cultural, etc.

Este enfoque conceptual lo encontramos cristalizado con mucho éxito e institucionalizado como política pública en gestiones de gobierno, como lo desarrollado en la ciudad de Quito, con un FONSAL, Fondo de Salvamento encargado de salvaguardar el Patrimonio Histórico, artístico, religioso y cultural de Quito, declarado Patrimonio Cultural Nacional y de la Humanidad, por la UNESCO. Hoy el FONSAL es reformulado para su potenciación como Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural de Quito.



Del modelo de gestión para la conservación del Centro Histórico de Quito, en especial del FONSAL, se desprendieron lecciones que en Lima motivaron la creación del [FOMUR \(Fondo Metropolitano de Renovación y Desarrollo Urbano\)](#) y de [PROLIMA \(Programa para la Recuperación del Centro Histórico de Lima\)](#), bases de la unidad de gestión que recomienda el Comité del Patrimonio Mundial desde que declarara el Centro Histórico de Lima como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

El PROLIMA se crea por Acuerdo de Concejo número 168, del 14 de julio de 1993, como el Programa para la Recuperación del Centro Histórico de Lima, órgano desconcentrado de la Municipalidad de Lima encargado de promover la conservación y restauración del Centro Histórico.

El FOMUR se constituye mediante Ordenanza número 237-99-MML del 14 de octubre de 1999, como el Fondo Metropolitano de Renovación y Desarrollo Urbano, destinado a financiar proyectos de construcción, rehabilitación, remodelación, restauración, recuperación y reconstrucción inmobiliaria y equipamiento, con fines de renovación y desarrollo urbano en la provincia de Lima, cuya administración está a cargo del Directorio de [EMILIMA S.A.](#) (Decreto de Alcaldía número 128 del 16 de diciembre de 1999). En el Decreto de Alcaldía número 161, del 18 de septiembre de 2003, se identifican inmuebles ubicados en el Centro Histórico y en el Cercado de Lima como Microzonas de Tratamiento de Renovación Urbana y en el artículo 2 encarga a EMILIMA S.A., como Unidad de Gestión para la Renovación Urbana, diseñar el Programa Municipal de Renovación Urbana, de acuerdo a las disposiciones de la norma del FOMUR.

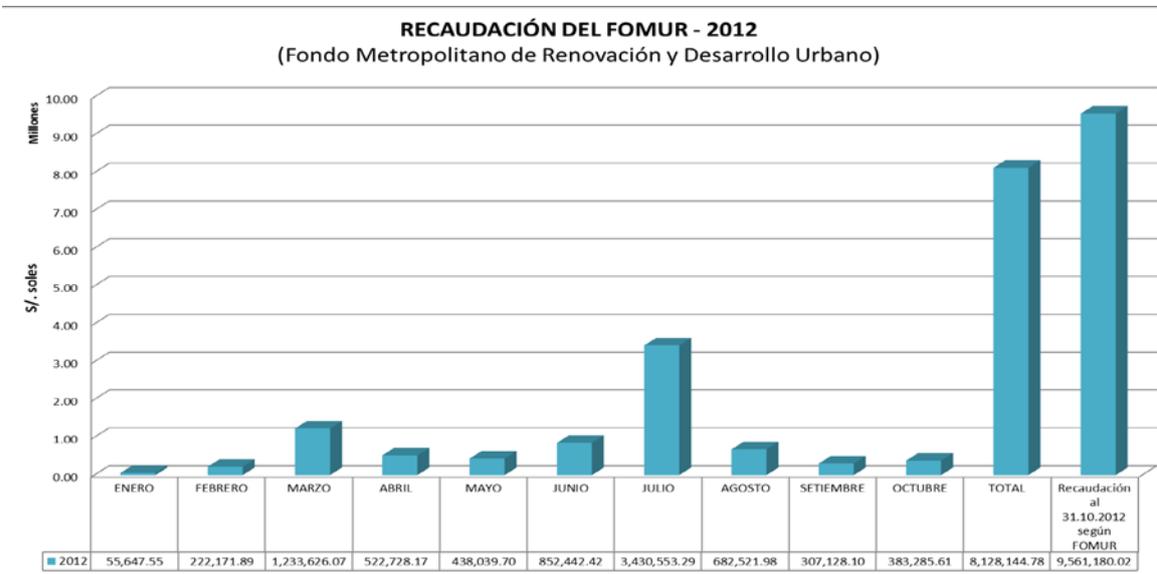
Desde su creación, el FOMUR ha tenido una constante recaudación, pero fluctuante como muestra el cuadro 3. Su aplicación por informes municipales se destinó más a mejoramientos del espacio público; para promover el estímulo a la inversión privada y en el tema de conservación del Patrimonio edificado se intervino hace unos cinco años una manzana de propiedad de la Municipalidad de Lima Metropolitana, para sesentaviviendas en obra nueva y el borde restaurado para equipamiento administrativo y servicios.

El [CIDAP](#), convencido de este enfoque conceptual y con profundo conocimiento del éxito de las formulas internacionales, sistematiza lecciones de casos locales de iniciativa civil y pública, bajo la premisa “la ciudad y sociedad sin pasado, no tiene presente, ni futuro garantizado”, para asumir el desafío de promover casos emblemáticos, demostrativos como el de la Casa de las Columnas, que desde el proceso participativo, progresivo, con los ocupantes del Patrimonio Cultural edificado se logran Centros Históricos vivos y auténticos, donde el Patrimonio vivo es el capital para la inversión con garantía de rentabilidad social y financiera.

La fórmula nacional planteada (ver gráfico 3) muestra que en Lima existen actores públicos y privados como PROLIMA, FOMUR, Ministerio de Cultura, Ministerio de Vivienda, Fondo de Vivienda, así como propietarios públicos y privados del Patrimonio

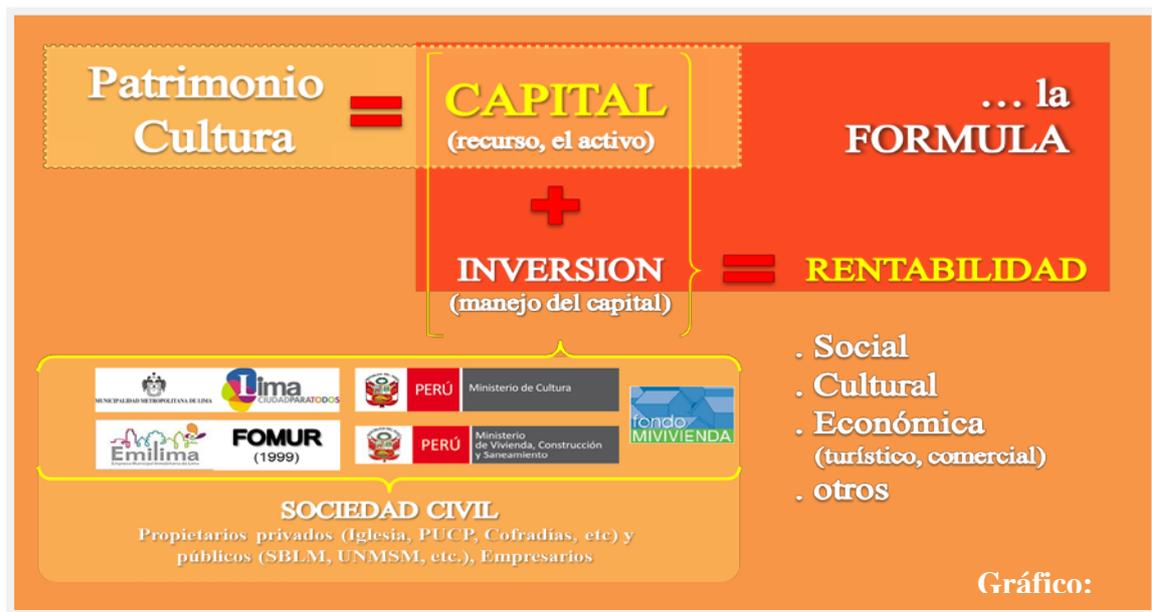


Cultural edificado, que permiten validar que nuestro Patrimonio Cultural es el capital con rentabilidad asegurada, si estos actores cumplen su papel de manejar este capital como inversión y no como gasto.



Cuadro 3

Lecciones sistemáticas para la formula nacional:

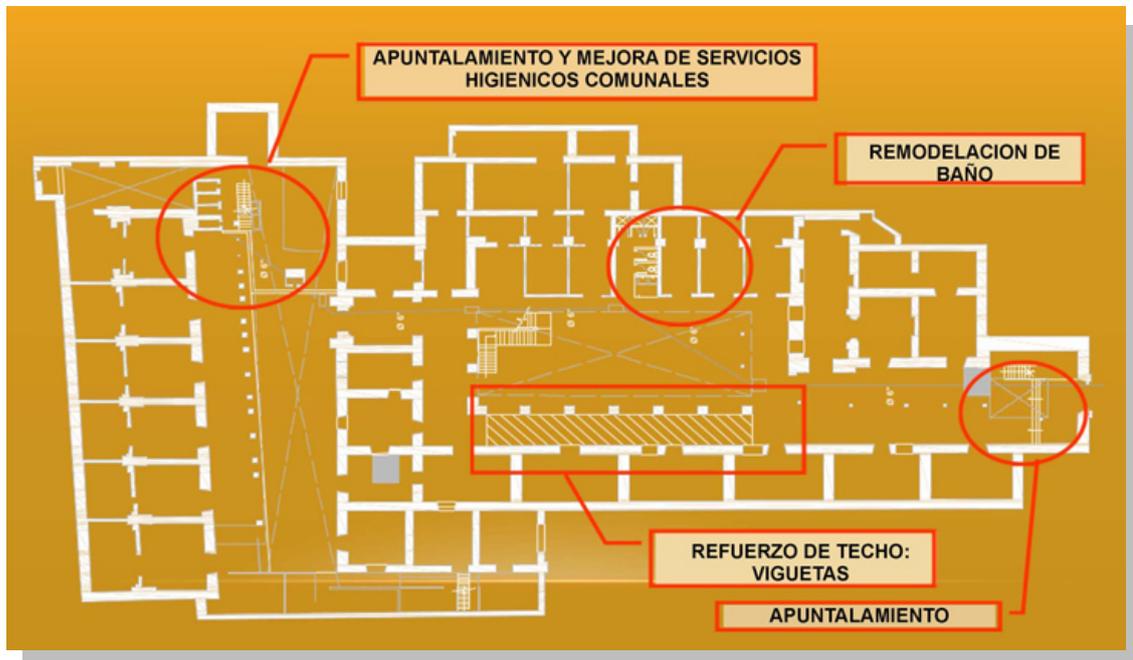
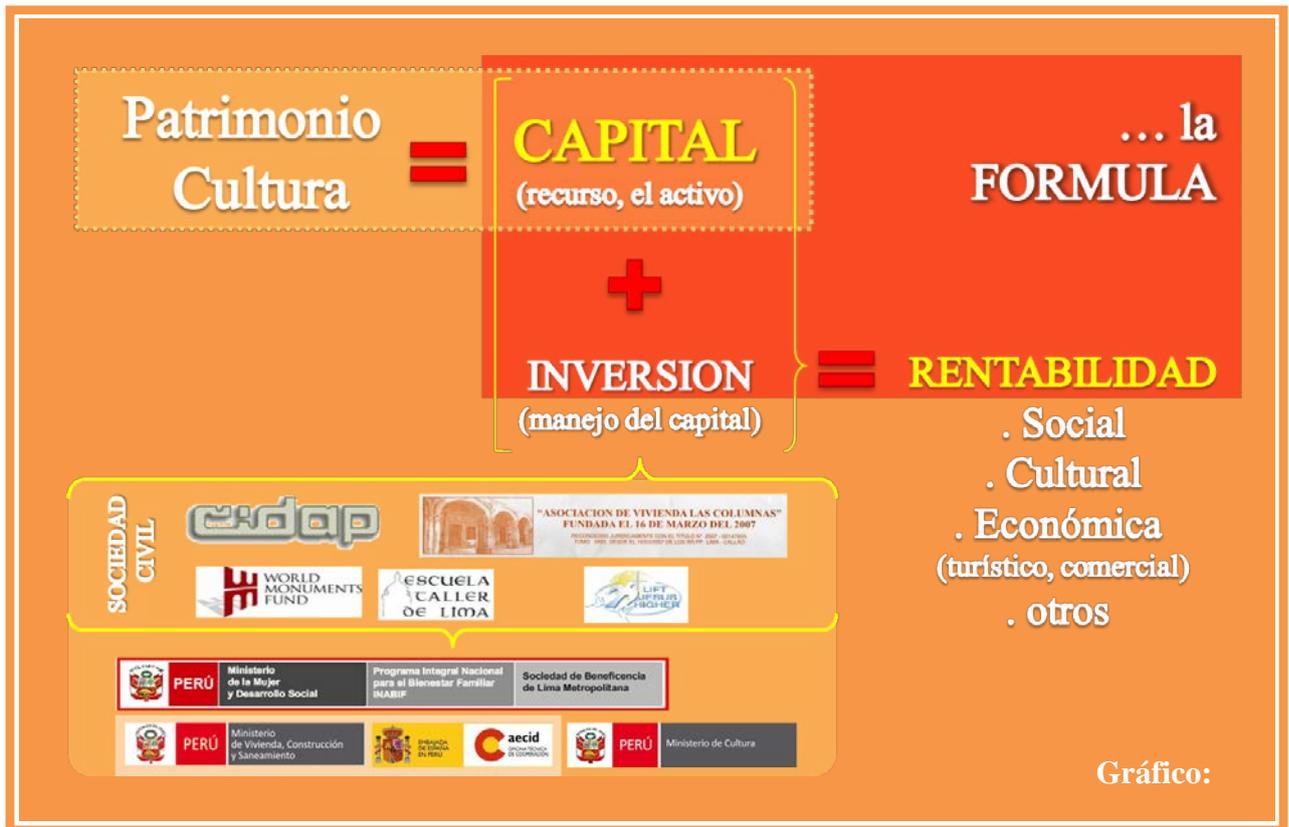


Aplicación de fórmula nacional a caso emblemático:



Las siguientes imágenes presentan el proceso participativo y progresivo desarrollado con la participación de actores privados y públicos, desde el concepto que este Patrimonio Cultural Nacional, ubicado en el área declarada por UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad, como capital del Centro Histórico de Lima, que garantizará seguir siendo Centro vivo y auténtico.





Planificación estratégica para iniciar proceso desde acciones de mitigación del riesgo para la revitalización integral. Las fotografías siguientes muestran las acciones de mejora ejecutadas como liberación de espacio público, cambio de redes sanitarias y otras de significativa importancia





ANTES:



DESPUÉS:



"ASOCIACION DE VIVIENDA LAS COLUMNAS"
FUNDADA EL 16 DE MARZO DEL 2007
RECONOCIDO JURIDICAMENTE CON EL TITULO N° 2007 - 00147893
 1040 0485 DESDE EL 15/10/2007 DE LOS RR.PP. LIMA - CALLAO



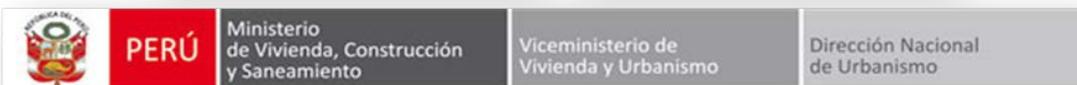
	<p>PERÚ</p>	<p>Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento</p>	<p>Viceministerio de Vivienda y Urbanismo</p>	<p>Dirección Nacional de Urbanismo</p>
---	--------------------	---	---	--

 <p>EMBAJADA DE ESPAÑA EN PERÚ</p>	 <p>aecid OFICINA TÉCNICA DE COOPERACIÓN</p>
---	--



ESCUELA
CALLER
DE LIMA

Reforzamiento de las viviendas:





Diseño participativo de los ambientes Arquitectónicos

Criterios de diseño:

- MEMORIA DEL LUGAR
- SECTORES DE INTERVENCIÓN
- HABITABILIDAD – RNE - PARÁMETROS
- SUSTENTABILIDAD - REPLICABILIDAD



MUJER Y DESARROLLO SOCIAL

Regulan transferencia de la propiedad de los predios de las Sociedades de Beneficencia Pública declarados como tugurios

**DECRETO SUPREMO
N° 012-2009-MIMDES**

Los ocupantes organizados de predios de propiedad pública, ubicados en el Centro Histórico de Lima, logran norma que permite sean propietarios del predio que ocupan y facilitar la puesta en valor



Lecciones para fortalecer el proceso nacional.

El modelo de revitalización de predios monumentales, por ayuda mutua y propiedad cooperativa que viene promoviendo y ejecutando la [FUCVAM](#) en Montevideo, Uruguay y en otros países de América Latina, como en el Paraguay y Centro América, en cooperación con el [SCC](#) (siglas en ingles: Centro Cooperativo Sueco) y los gobiernos, valida la tesis de que el Patrimonio Cultural habitado y conservado es “capital” en la ciudad y garantiza Centros Históricos vivos.

En este marco de contribuir al fortalecimiento del proceso nacional, de tener la fórmula nacional de financiamiento para la revitalización del Patrimonio Cultural edificado, desde el CIDAP y en cooperación con el SCC y FUCVAM se desarrollan acciones estratégicas por etapas como:

1. Actividades.
2. Misiones de apoyo técnico: consultores externos para equipos locales públicos ([DNV-MVCS](#), [FONDO MIVIVIENDA](#)).
3. Pasantías internacionales: Autoridades/Funcionarios locales; DNV–MVCS; Municipalidades; habitantes de Centros Históricos del Perú.
4. Fortalecimiento de capacidades locales: cursos, talleres para habitantes de Patrimonio Cultural tugurizado en Centros Históricos.

Cooperación estratégica:



Federación Uruguaya de Cooperativas
de Vivienda por Ayuda Mutua



En Uruguay, en los últimos cincuenta años, más de 25.000 familias han resuelto el acceso y la permanencia a la vivienda por este sistema.

A continuación se muestra la Casa de Lecocq, construida en 1874 y declarada Monumento Histórico Nacional. En el marco del [Plan Especial de Ordenación Protección y Mejora de Ciudad Vieja en Montevideo](#), la [Cooperativa de Vivienda COVICIVI II](#) es un caso emblemático de restauración de un Monumento Histórico por parte de un colectivo de habitantes del barrio, de bajos ingresos y sin experiencia previa en rehabilitación.

Sus habitantes, lo convierten en un aporte a la ciudad, como Patrimonio vivo y de autogestión del proceso, de aprendizaje y de capacitación.



Casa de Lecocq, Ciudad Vieja, Montevideo, Uruguay

EL MUSEO DE ARTE DE LIMA: UN EJEMPLO DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

MARÍA TERESA NORMAND

Gerente General del Museo de Arte de Lima (MALI)

El [Museo de Arte de Lima](#) es un caso muy singular de gestión de un museo o de una institución cultural en general, tanto en el Perú como en América Latina. Con esta intervención me gustaría replantear tanto el concepto de lo público como el concepto de lo privado en la gestión de la cultura, que es lo que hemos hecho en el MALI: modificar esos criterios y ver cómo se entiende lo público y lo privado y cómo esa colaboración hoy en día hace posible y hace sostenible al Museo de Arte de Lima.

Con probabilidad el MALI sea el único museo importante de la región que se mantiene únicamente a través de los fondos que recauda. El MALI no depende del Estado peruano y no recibe fondos estatales ni municipales para cubrir sus operaciones. Está constituido como una asociación civil sin fines de lucro y regido por un Patronato integrado por cerca de cien ciudadanos, entre los que se designa cada cuatro años un Consejo Directivo. Es decir, que el Museo está forjado en el modelo norteamericano de gestión, pero a diferencia de este modelo, donde las instituciones se basan en una estructura cultural, social, legislativa y tributaria adecuada a él, en el Perú el MALI debe subsistir en un entorno que le es ajeno y muchas veces hostil. La legislación peruana, siguiendo el modelo europeo, se ha gestado bajo la premisa de que el Estado tiene que encargarse de la cultura como prerrogativa y obligación exclusiva, aunque no existan fondos para ello. Debido a es yto al entorno cultural, social, legislativo y tributario, no se han generado acciones que permitan actuar de una manera más independiente para una institución como el MALI. No se ha desarrollado una tradición filantrópica, como sí existe en Norteamérica, ni hay los incentivos fiscales que debiera, de modo que, en muchos sentidos, el Museo está fuera de lugar con una estructura societaria más al estilo norteamericano pero en un entorno que no tiene las condiciones para que esto se dé.

Hay que admitir que ninguno de los dos modelos, ni el americano (que prioriza lo privado), ni el europeo (que prioriza lo público y la responsabilidad del Estado en la financiación de la cultura), es mejor que el otro. De hecho, desde el Museo pensamos que ambos están mezclados. En el MALI, por ejemplo, el apoyo municipal se recibe a través de un comodato, pues el palacio de la exposición que nos sirve de sede es un edificio municipal que está cedido al Museo desde hace más de cincuenta años y acaba de recibir una inversión estatal, a través del *Plan Copesco Nacional* del Mincetur, para la renovación de infraestructuras. Hace más o menos dos años, terminamos con la primera etapa que supuso la renovación de todas las salas de la primera planta y

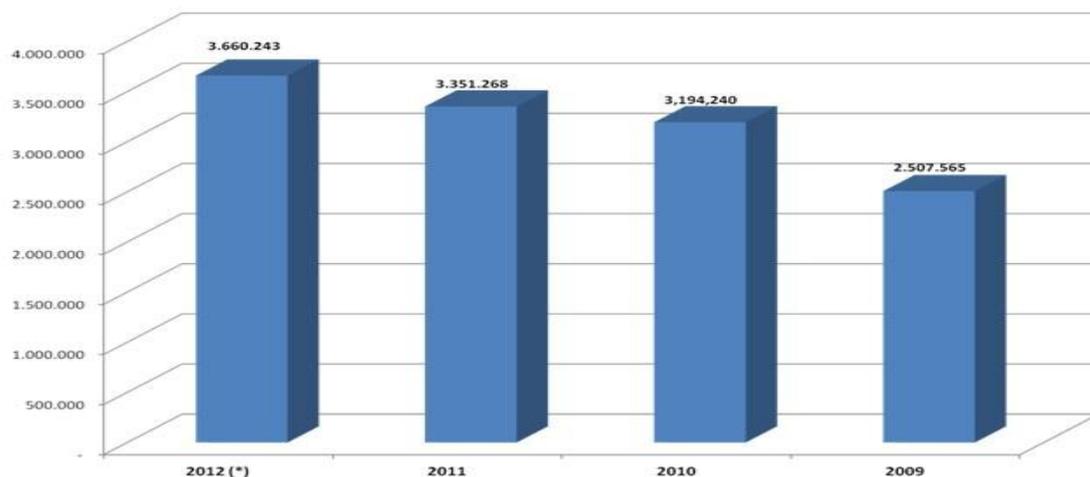


estamos en proceso de iniciar la renovación del segundo piso. Estas acciones no hubieran sido posibles sin el esfuerzo económico del Estado que apostó firmemente por realizar esta inversión y poner en valor el Museo, con una inversión total de alrededor de dieciséis millones de soles entre ambas etapas.

Quisiera también descartar la concepción del MALI como un museo privado, porque es más bien una institución de la sociedad civil que presta un servicio público, es la gente la que sirve a la gente. Por ello, tanto en lo económico como en lo que respecta al modelo de gestión, no puede compararse a los modelos dependientes de una familia o de una corporación, como por ejemplo el [Museo de Arte Contemporáneo de Buenos Aires \(MACBA\)](#). Esta diferenciación es importante porque el MALI es una institución surgida y desarrollada a partir del impulso de la sociedad civil organizada y es un trabajo colectivo. Es aquí donde se refuerza la idea de la colaboración público-privada, pues es un trabajo público de un grupo de personas y ofrece también un servicio público.

En lo que respecta a las cifras, hemos proyectado para 2013 un presupuesto de cerca de cuatro millones de dólares, que supone, probablemente, el más alto presupuesto de un museo peruano. No tenemos más respaldo económico que aquellos recursos que nosotros mismos podemos recaudar directamente. Desde el primer al último sol de nuestra gestión tienen que ser autogenerados. Por ello, el Museo debe ejercer el más estricto control presupuestario. Cualquier exposición, publicación o inversión que se haga debe contar con su financiamiento. Es tan simple como que si gastamos más de lo que tenemos, quebramos: no hay más.

TOTAL INGRESOS ANUALES US \$



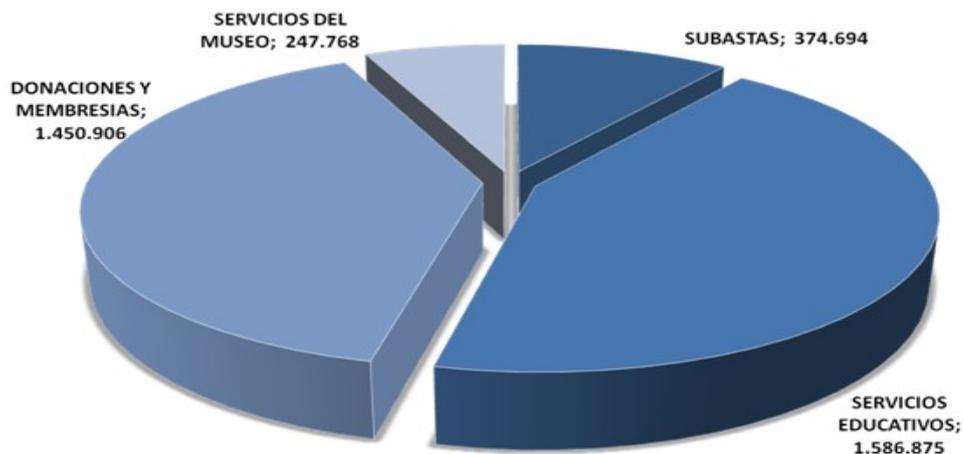
La mayor contribución a los gastos operativos, son los cursos y talleres del área educativa. Actualmente tenemos cerca de cuarenta mil personas inscritas al año en

ellos y hace una década esto representaba el 70% de los ingresos operativos del museo. Hoy en día, debido al aumento del gasto y a la diversificación de los recursos, esta contribución supone algo menos del 50% del total.



El resto de la recaudación se basa en patrocinios y en diversas contribuciones de empresas y personas, así como en iniciativas de fundraising que hemos diseñado: subastas de arte, cenas de gala y otros programas. Es decir, mientras la mitad de los recursos proceden de iniciativas en gran medida comerciales, como los cursos y talleres, el resto implica al Museo en otro tipo de dinámicas que veremos a continuación.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS US \$



En el gráfico vemos como se distribuyen los fondos del museo entre: servicios educativos, subastas, servicios del museo (que incluyen taquillas, alquileres, cafetería, tienda, etc.) y donaciones y membresías, que cada día tienen un peso más importante, casi a la par que los servicios educativos.

A continuación se analizarán uno a uno todos los factores de sostenibilidad del Museo, empezando por la profesionalización de la gestión, que es uno de los pilares más importantes. Existe una cierta falacia, ampliamente difundida, que dice que hay un natural antagonismo entre la consecución de financiación y los estándares de calidad y eso lo vemos incluso en la televisión pública en países como el Perú. Hace más de una década, cuando la recesión condujo a una situación de extrema dificultad económica para el Museo, había quienes decían que los contenidos debían adecuarse más al gran público y que para ello era necesario cambiar la programación. La propuesta implicaba abandonar la investigación académica y apostar por programas más mediáticos, sacrificando el contenido de nuestras exposiciones, priorizando todo lo que supusiera cuantificar los ingresos económicos a través de la taquilla y los visitantes del museo. Felizmente ganó la posición contraria, bajo el argumento de que el público merecía algo mejor y que el Museo debía diferenciarse precisamente del esparcimiento comercial para mantenerse como una reserva de excelencia. El argumento se centraba en que debíamos construir en el tiempo sobre valores constantes, sostenibles en el prestigio ganado por la calidad de nuestros contenidos y nuestra programación. El tiempo le ha dado la razón al MALI y hoy en día, sin abdicar de estos criterios, estamos en una posición mucho más favorable. Además, en la última década hemos publicado más de cuarenta títulos producidos por los más reconocidos curadores e historiadores que han contribuido a rescatar los capítulos más olvidados de la historia del arte peruano.

Hemos organizado la más importante programación de exposiciones temporales, tanto locales como internacionales. Y hemos emprendido el enriquecimiento y ampliación de nuestras colecciones, integrando cerca de tres mil piezas nuevas en los últimos diez años. Para hacernos una idea, aproximadamente el 70% de las piezas emblemáticas que se mostrarán en el segundo piso del edificio, cuando reabramos el Museo, han sido adquiridas en los últimos diez años.

Y al hacer todo esto, no hemos perdido público, al contrario, lo hemos ganado. De hecho, hoy en día, con cerca de trescientas veinte mil visitas anuales, podemos decir que el MALI es uno de los museos más concurridos del país. Si bien esta cifra se considera baja para una población de ocho millones de habitantes (como la que tiene Lima), son números muy alentadores para el mercado peruano que no tiene mucha tradición de visitas a museos ni, por tanto, un público habituado a ir a verlos con cierta constancia o regularidad.

En el año 2003 se llevó a cabo un estudio de investigación de mercados, realizado por Arellano Marketing, que arrojó varias informaciones interesantes. Por ejemplo, el



concepto “museo” tenía asociaciones altamente negativas en el público peruano que lo veía como una especie de mausoleo inerte y distante. Así lo describían, con estas precisas palabras. Esto condujo a una serie de acciones, como por ejemplo el cambio de nombre y de marca con la intención de hacerla más amigable y más cercana, así como el desarrollo de diferentes proyectos para favorecer los públicos, entre los que destacan el programa de talleres y visitas dominicales conocido como Dominguearte (que sigue vigente en la actualidad y tiene una entrada simbólica de sólo un sol) o el programa Un día en el Museo (con la colaboración de empresas privadas que abren las puertas al público de manera totalmente gratuita).

La última edición de este programa supuso la visita de más de veintisiete mil espectadores y lo que permite es traer a muchas familias y muchas personas por primera vez al Museo, desarrollando y creando nuevos públicos, lo cual es una de nuestras tareas pendientes. La contribución de las empresas nos ha permitido aumentar las cifras de asistencia sin afectar los ingresos, puesto que toda la inversión la hacen ellos, no nosotros. Es similar al programa uruguayo “Los colegiales al cine” expuesto anteriormente por el compañero Alejandro Denes.

c10 Cultura | EL COMERCIO jueves 4 de agosto del 2011

BUENA NOTICIA ■ La oferta cultural gana interés en la capital

MALI bate récord de visitas en una semana

★ ENTRE EL 25 Y 31 DE JULIO, 21 MIL PERSONAS VISITARON EL MUSEO ★ EL PROGRAMA, AUSPICIADO POR EL ENLOR, INCLUYÓ VISITAS GRATUITAS A EXPOSICIONES, CINE, TEATRO Y TALLERES

Una buena y feliz noticia para el mercado cultural de la capital. En solo siete días—entre el 25 y el 31 de julio pasado—, el Museo de Arte de Lima (MALI) recibió a 21 mil visitantes en sus instalaciones, una cifra que triplica el número acostumbrado de gente que recibe el espacio durante un mes y que el 29 de julio recibió a 5 mil personas, triplicando así la cantidad de visitas en un solo día.

Los visitantes participaron en las actividades programadas en el proyecto “Un día en el MALI” y que, en esas fechas, inclu-

LABOR El programa “Un día en el MALI” busca desarrollar un público interesado en visitar museos en nuestra capital.




yo ingresos gratuitos de 10 a.m. a 8 p.m. a las exposiciones temporales “Jorge Piqueras: de la estructura al estallido. Una geometría en proceso 1952-1959” y “Szyzlo. Retrospectiva”; así como el ingreso a funciones de teatro, cine y talleres didácticos en los cuales los niños pusieron en práctica su creatividad.

“Estamos buscando hacer que el MALI sea un espacio verdaderamente inclusivo. Estos resultados demuestran que el público tiene un enorme interés por la cultura y que se encuentra a la búsqueda de nuevas alternativas de esparcimiento. Y si bien estamos muy satisfechos con las cifras alcanzadas, queda mucho trabajo por desarrollar”, explicó Natalia Majluf, directora del MALI.

Además, Majluf sostuvo que con el programa “Un día en el MALI”, que se desarrolla por tercer año consecutivo, desean “formar un público visitante a museos en una ciudad que no ha tenido una fuerte tradición”.

ARTE PARA PEQUEÑOS. En el MALI se realizan talleres para niños.

El récord de asistencia conseguido por el programa Un día en el Museo salió en primera plana del diario El Comercio. Esta repercusión mediática es fundamental por su capacidad para generar otros proyectos nuevos y en otros lugares también.



El objetivo de formar un público de museos sigue siendo uno de los mayores retos del MALI. En este sentido, el trabajo con colegios ha sido decisivo. Hemos conseguido apoyos importantes para traer escuelas con escasos recursos y hemos dado forma a un concurso interescolar. Apostando por el futuro y en colaboración con la Fundación BBVA y con la compañera Mercedes Castro que estuvo aquí, hemos emprendido también la producción de una serie de cuentos para niños inspirados en obras importantes de la colección, como forma de ir creando una mayor familiaridad con el Museo.





Por otro lado, los estudios de mercado realizados, como el del 2003, nos permitieron constatar también que la falta de publicidad en medios comerciales conducía a la falsa percepción de no estar invitados. Desgraciadamente, la publicidad en canales comerciales no es algo que el Museo se pueda permitir, pues aunque tuviéramos los fondos para ello siempre hay otras muchas prioridades por delante que hacen que esa inversión esté al final de la cola. Por ello hemos desarrollado una serie de acciones orientadas a cubrir este vacío y posicionar el Museo.

El proyecto para producir merchandising en asociación con una tienda por departamentos no tuvo como objetivo generar ingresos para el Museo; de hecho, no hubo ganancias directas en esta iniciativa, sino que el verdadero retorno fue la publicidad generada tanto por el propio proyecto como por su presencia en los medios: se llegó a más de medio millón de personas, algo que no habríamos conseguido con nuestros propios recursos. Este tipo de iniciativas vinculadas al comercio tienden a generar preocupación por los efectos que generan de debilitamiento de las relaciones entre las instituciones sin fines de lucro y sus públicos, al convertirlos en simples consumidores o clientes. Pero muchas iniciativas más agresivas que hemos emprendido en este campo no han sido desarrolladas con fines comerciales sino como una forma de acercar al Museo a la sociedad y hacerlo más presente en la vida cotidiana de nuestros públicos potenciales. Ante el reto de formar hábitos de visitas donde no existían, que es algo que seguimos trabajando, el uso agresivo de Internet y las redes sociales ha sido fundamental para posicionar el Museo.

EL MALI EN FACEBOOK

Fecha	Seguidores
Fines de 2008	973
Fines de 2009	3,107
Fines de marzo 2010	4,623
Fines de abril 2010 (post reapertura)	11,320
Fines de 2010	35,316
Fines de 2011	57,126
Setiembre 2012	78,000

El gráfico mostrado sólo llega hasta septiembre de 2012, pero hoy en día estamos ya en 130.000 seguidores en Facebook. Este crecimiento muestra el éxito en las acciones emprendidas, alcanzando cifras de visitantes y seguidores similares a las de museos que tienen mucho más público y recursos que nosotros, como puede verse en el siguiente gráfico. Para el número de visitantes que tenemos, la cantidad de seguidores de nuestras actividades en redes sociales es significativamente mayor.

EL MALI EN FACEBOOK

	enero 2012	setiembre 2012	PTAT*
PERÚ			
MALI - Museo de Arte de Lima	58,500	78,051	1,552
Teatro La Plaza ISIL	52,371	74,000	1,753
Centro Cultural de España	26,078	33,485	1,380
Museo de Arte Contemporáneo (MAC-Lima)	15,653	20,619	80
Museo Larco	5,687	6,200	25
REGIÓN			
Malba - Fundación Costantini (Argentina)	62,398	81,324	4,128
Museo Universitario Arte Contemporáneo (México)	36,481	66,919	550
GLOBAL			
Museum of Fine Arts, Boston	?	82,931	4,742
Museo Guggenheim Bilbao	48,237	66,704	2,184
Musée du Quai Branly	14,954	23,312	1,474



Por ejemplo el Museo de Orsay en Francia, tiene cerca de tres millones de visitas anuales y solamente 19.000 seguidores en Facebook. Nosotros estamos hablando de 320.000 visitantes y 84.000 seguidores. Vamos a terminar siendo un museo virtual si no nos ponemos las pilas.

Pero el reto de usar herramientas comunes, como son las redes sociales, no implica necesariamente una gran creatividad, pues las acciones que nosotros hemos emprendido no eran propias sino que las hemos copiado de casos exitosos en otras partes del mundo, en otras instituciones afines... adaptándolas a nuestras necesidades, eso sí, con un fuerte seguimiento de resultados y una buena gestión. Por ejemplo, para promover la restauración de obras de la colección, creamos el programa Recuperando obras del Museo que anualmente ofrece a las empresas la posibilidad de hacerse cargo de la conservación de una obra. Por otro lado, para conseguir recursos y generar una mayor identificación con el público, creamos en 1993 el programa Amigos del Museo, que se inspira evidentemente en los programas de membresía de los museos norteamericanos. Lo importante es el trabajo de alinear estas iniciativas a los objetivos institucionales y tener claro el norte, así como usarlas para tender puentes entre los distintos actores sociales. Un caso especialmente significativo en este sentido es el "Comité de Adquisiciones de Arte Contemporáneo" (CAAC) creado en 2007 siguiendo el modelo de la Tate Modern de Londres. Este programa no sólo ha permitido integrar en la colección más de cien obras en el último quinquenio y crear hoy en día uno de los repositorios de arte contemporáneo público más importante de América Latina, sino que además nos ha permitido acercar al Museo a más de cincuenta coleccionistas, dinamizando el coleccionismo a nivel local.

Hace unos años sólo quedaban dos galerías en Lima. Hoy el coleccionismo se ha reactivado y es, en parte, gracias a iniciativas como esta. Otro grupo similar es el "Comité de Formación de Colecciones", creado en 2010, con el objetivo de incrementar nuestras colecciones en el ámbito precolombino e histórico.

Estos dos casos han sido las iniciativas más exitosas del Museo; no sólo por las obras que se han logrado adquirir y por las donaciones que se han generado en estos comités, sino también por haberse convertido en un mecanismo importante para integrar nuevos donantes a la vida del Museo y generar una mayor identificación de los coleccionistas con la institución. Lo cual es muy importante a largo plazo para establecer una serie de relaciones y que esas colecciones puedan ser cedidas o donadas al Museo.

Esto nos conduce al segundo factor de sostenibilidad del MALI que es la permanente y extrema permeabilidad social, es decir, su carácter público en el sentido más amplio de la palabra. El Museo depende de sus públicos o, para ser más precisos, de lo que en inglés se denominan los *stakeholders*, término que hace referencia fundamentalmente a todos aquellos que pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa o institución. Estas partes interesadas, con las connotaciones negativas que el



término tiene en español o en castellano, son la base misma de la sostenibilidad del Museo. Pero este tipo de relación con patrocinadores y coleccionistas genera también preocupación, basándose en la premisa de que los museos privados están más expuestos a presiones e intereses particulares que los museos estatales. Es muy importante saber equilibrar los intereses institucionales con los intereses de los patrocinadores y coleccionistas porque finalmente en todos hay un interés. Este equilibrio debe basarse sobre todo en el respeto a los procesos y políticas institucionales para darle a cualquier institución, ya sea pública o privada, la solidez suficiente para afrontar presiones, cuando las haya, de cualquier tipo ya sean económicas o políticas.

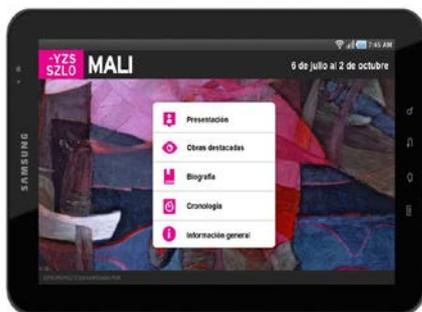
El famoso término *accountability* es el eje central de toda la acción del Museo, lo cual significa responder con transparencia y claridad por todas las acciones del mismo, dar cuenta a la sociedad de los aportes que se reciben, asumir plena responsabilidad frente a la confianza que la sociedad civil deposita en la institución... Si el Museo no ejecuta los proyectos con eficiencia y eficacia y pone en peligro su reputación y, en consecuencia, la posibilidad de recibir futuros apoyos, si no presenta programas de calidad, perdemos credibilidad. Por ello es tan importante ser persistentes, constantes y muy transparentes. De esta forma se genera un círculo virtuoso en el que la búsqueda de la excelencia integra a la sociedad y también integra la generación de recursos, no al revés; la excelencia es la que va a traer los recursos porque coloca al Museo dentro de una base social más amplia, de ahí también el concepto y el término de "público" que queremos repensar y replantear. Así, el prestigio y la generación de confianza son los valores que dan sostenibilidad a la institución.

Pero el impulso para realizar todo este trabajo surge, en realidad, de algo más elemental que es precisamente la falta de dinero. Aunque parezca una paradoja, lo que supone una desventaja se termina convirtiendo en una oportunidad. La ausencia de apoyo económico directo del Estado se transforma así en una ventaja comparativa pues nos da flexibilidad y capacidad de salir a buscarlo. La posibilidad de renovarse y emprender nuevos proyectos se hace posible en gran medida a partir de la continuidad que nos da la autonomía jurídica y económica que tiene un Museo que no recibe fondos de nadie. Permite la proyección de políticas e inversiones a medio y largo plazo, pues no se depende de la política ni del partido de turno y el camino marcado por el Museo no está en un rango de cinco años, sino de cincuenta o cien años. Y esto es algo que pocos museos nacionales del Perú pueden alcanzar.

Finalmente, la lección que podemos ofrecer desde el Museo de Arte de Lima es que no podemos fijarnos sólo en la variable de los fondos para comprender la viabilidad de un museo a largo plazo; de hecho el MALI ha pasado por momentos muy duros y difíciles en los que su sostenibilidad fue cuestionada. No podemos pensar en el dinero como un elemento aislado pues hace posible activar todo lo demás y es finalmente el resultado de una buena gestión, no lo que posibilita dicha gestión.



No hay proyecto bien armado y estructurado que no termine consiguiendo su correspondiente financiación; pero el proyecto tiene que gestarse primero y después buscar los apoyos económicos. A veces pensamos que es al revés, que si no hay dinero un proyecto no puede hacerse; sin embargo es todo lo contrario, primero se hace, se piensa y se diseña y después se busca la financiación con que sacarlo adelante. En el caso del MALI, como ya he comentado, es precisamente la falta de fondos públicos lo que impulsa al Museo hacia delante y es también lo que ha contribuido a insertar el Museo en la sociedad y es ahí donde nosotros conseguimos nuestros fondos. Por eso no debería ser una paradoja que el MALI termine siendo más público que muchas otras entidades del Estado y que al mismo tiempo se convierta hoy en un ejemplo de una asociación público-privada.



IMPACTRIMONIO: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN APLICADAS A LA VALORACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA CULTURA

PAU RAUSELL

Profesor Titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valencia
Director del Área de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura

1. Resumen

En este trabajo se difunde un servicio informacional, [Impactrimonio](#), que evalúa el impacto económico que un determinado museo, festival o elemento patrimonial genera sobre el territorio. A partir de la información contenida en las Tablas Input-Output y de los datos proporcionados por el propio usuario a través de diversos cuestionarios, Impactrimonio estima los efectos directos, indirectos e inducidos para cuantificar el impacto.

2. Introducción: Economía de la Información e Impactrimonio

Impactrimonio es un servicio informacional que, a través de la automatización de algoritmos, calcula el impacto económico que un determinado evento, museo o elemento patrimonial genera sobre el territorio. El valor del servicio informacional propuesto es creciente, ya que aunque podemos constatar que la dimensión simbólica de una comunidad siempre ha tenido un papel relevante en la conformación del espacio socioeconómico, esta influencia se ha ido reforzando en las dos últimas décadas.

Como señalan todas las formulaciones sobre la sociedad del conocimiento, el capitalismo cognitivo o la sociedad de la información, y tal como indica la propia Comisión Europea (2010), las fábricas están siendo progresivamente remplazadas por comunidades creativas cuya materia prima es su habilidad para imaginar, crear e innovar. Así, desde principios del siglo XXI se vienen desarrollando esfuerzos crecientes para aportar datos cuantitativos que delimiten la dimensión económica de las actividades culturales y las industrias creativas. Una de las investigaciones realizadas en esta línea ha demostrado que el sector de las industrias culturales y creativas en Europa representa el 2,6% del PIB, genera más de 5 millones de empleos y es uno de los sectores más dinámicos, con altos índices de crecimiento (KEA, 2006). La cultura amplía potencialmente la frontera de posibilidades de nuestro futuro. En este momento, no aprovechar con inteligencia esta circunstancia sería una irresponsabilidad por parte de Europa.

En efecto, a esta centralidad de la cultura para el desarrollo local y regional (UCLG, 2004) se le suma la actual situación de crisis económica: las restricciones de los presupuestos públicos y privados refuerzan aún más la necesidad de estrategias de



medición y herramientas de análisis que justifiquen el impacto económico y el valor social de las iniciativas culturales, tal y como demanda la propia Comisión Europea (2010).

En este marco se ha diseñado Impactrimonio, una herramienta basada en una interface web que calcula, a partir de las informaciones aportadas por los usuarios y en combinación con la información sobre los flujos económicos del territorio, el impacto económico de un museo, un festival o un emplazamiento patrimonial.

Arquitectura de Impactrimonio.

Impactrimonio es una herramienta virtual, implementada en una plataforma web, que facilita al usuario la estimación del impacto económico derivado de una determinada actividad cultural. Actualmente, la aplicación Impactrimonio se encuentra configurada para realizar la evaluación de tres diferentes tipos de actividad: (1) museos, (2) festivales y (3) diferentes elementos del Patrimonio Histórico construido.

Impactrimonio está basado en software libre y código propio. La base de la aplicación es Joomla!, un gestor de contenidos que constituye la interfaz del usuario. Sin embargo, ha sido necesario realizar pequeñas modificaciones. Todo el código de Impactrimonio se ha programado en forma de varios componentes que se instalan como extensiones. Se ha utilizado principalmente el componente Huru Helpdesk, para implementar un sistema de ayuda y soporte técnico basado en tiquets, (el usuario dispone de un botón de ayuda mediante el cual puede abrir una incidencia para solucionar dudas o problemas que se le presenten) y la extensión J!Dump, que facilita la depuración del código en fase de desarrollo.

Recopilación de datos.

La información que maneja Impactrimonio procede de diversas fuentes. Por un lado, la aplicación se alimenta de la base de datos CulturaBase, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y de las Tablas Input-Output (TIO) de España que, de acuerdo con el directorio del citado Ministerio, dispone de información de más de 1.500 museos, más de 16.000 elementos patrimoniales protegidos y un número creciente de festivales de distintas dimensiones vinculados a ámbitos como la música, las artes escénicas o el sector audiovisual. Por otro lado, Impactrimonio gestiona la información suministrada por la propia institución (hasta la fecha se trata de museos, festivales o elementos del Patrimonio Cultural construido).

Para capturar los datos de la institución se ha utilizado Limesurvey, una aplicación de código abierto para encuestas. Esto ha facilitado tanto la creación de las encuestas por parte del equipo de Impactrimonio como la realización de las mismas, puesto que permite acceder varias veces y completar los datos según la disponibilidad. Los diferentes cuestionarios de Limesurvey utilizados se integran dentro de un iframe en Joomla, de forma que resulta transparente para el usuario y no tiene la sensación de estar utilizando otra herramienta. Tanto para Joomla como para Limesurvey se ha

realizado un diseño similar: ambos permiten la personalización a través de plantillas HTML y CSS2.

Además de los datos introducidos por el usuario, para realizar el informe técnico de impacto económico es necesario acceder a los datos contenidos en tablas Input-Output de interés, en función de la localización geográfica y del ámbito de impacto de la institución a analizar. Para ello, se dispone de la tabla Input-Output a nivel nacional y de las tablas Input-Output de las distintas Comunidades Autónomas. Esta información ha sido obtenida del Instituto Nacional de Estadística. Dado que en origen las tablas Input-Output no eran homogéneas, fue necesario proceder a su estandarización, para que los posteriores cálculos se realizasen sobre tablas Input-Output de la misma dimensión o tamaño y sobre los mismos sectores de actividad (seleccionados atendiendo a su importancia e interés para el estudio del impacto económico de la actividad o institución cultural). A nivel técnico, para la estandarización de las tablas Input-Output se han programado unos diccionarios que traducen cada tabla Input-Output a los sectores de la aplicación. Estos datos se guardan en la base de datos MySQL. Asimismo, se han programado unos scripts que facilitan la inclusión de los datos a través de hojas de estilo.

Tratamiento de la información.

De acuerdo con la metodología empleada para la estimación de los distintos tipos de efectos a considerar para determinar el impacto económico, que se apoya en el uso de las tablas Input-Output (Pulido y Fontela, 1993; Seeman, 2003; Herrero et al., 2006), los cálculos matemáticos necesarios se han programado utilizando el lenguaje de programación R, un lenguaje de código abierto ampliamente utilizado para cálculos estadísticos y análisis de datos. Se ha utilizado la integración R en web rApache, un entorno para servidor web Apache que permite ejecutar scripts en lenguaje en R desde la web.

Básicamente, el proceso de tratamiento de la información que realiza Impactrimonio es el siguiente: una vez que el usuario ha introducido los datos solicitados mediante los correspondientes formularios en Limesurvey, Joomla los formatea adecuadamente y los presenta en formato JSON. Mediante las librerías JavaScript de Mootools (presentes en la distribución Joomla) se realiza una llamada a rApache, entonces R devuelve los resultados de las estimaciones y mediante JavaScript se muestran éstas al usuario en forma de gráficas, para lo cual se utiliza la API de Google Chart.

Alimentación de datos y administración.

Además de los datos introducidos por el usuario, para realizar el informe de impacto son necesarios los datos de las tablas input output que se utilizan en cada caso, en función de la localización geográfica de la institución a analizar y su ámbito de impacto. Dispondremos de una tabla input output a nivel nacional y una por cada Comunidad Autónoma. Estos datos se obtienen del Instituto Nacional de Estadística. En cada caso

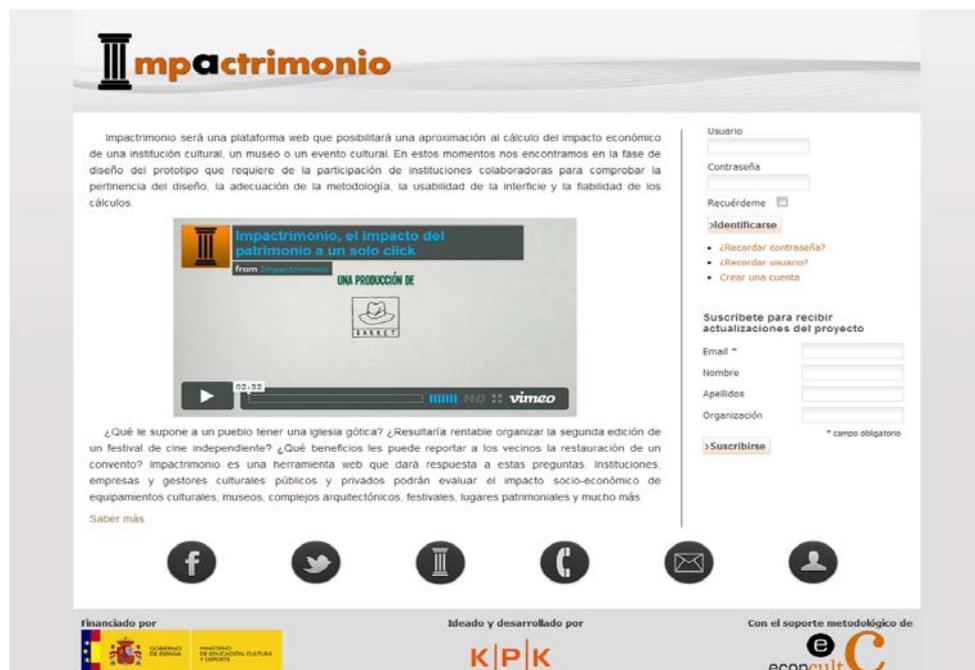
son tablas de diferente tamaño y con datos divididos en varios sectores. Estos sectores se han seleccionado según su importancia e interés para el estudio de impacto económico y cada una de estas tablas se estandariza de forma que los cálculos se realizan siempre sobre tablas del mismo tamaño y sobre los mismos sectores.

La gestión de toda la información necesaria para realizar los oportunos cálculos estadísticos, así como la gestión de los usuarios, se realiza en la parte de administración de Joomla! mediante la programación de un componente.

3. Impactrimonio. Una herramienta para el análisis del impacto económico de las actividades culturales

Hasta ahora se ha descrito brevemente la arquitectura de Impactrimonio, pero ¿cómo se presenta esta herramienta al potencial usuario? Impactrimonio se encuentra implementado en una plataforma web (www.impactrimonio.es). En la página inicial, de libre acceso (Figura 1), se proporciona información general sobre la aplicación así como información de contacto al blog y diferentes perfiles de redes sociales (Facebook y twitter).

Figura 1. Página inicial de Impactrimonio



Para acceder al área restringida de la aplicación, aquella en la que se puede obtener el informe del impacto económico de una determinada actividad cultural o institución, se

requiere que el usuario realice una solicitud de alta en la plataforma. Una vez aceptada la solicitud de registro por parte del administrador del sistema, al usuario se le facilita un usuario y contraseña. Esquemáticamente, la lógica del proceso de funcionamiento es la que se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Proceso de funcionamiento de Impactrimonio



Una vez el usuario accede a la aplicación, para generar el informe de impacto económico se le guía a través de distintos formularios (Figura 3) que deben ser cumplimentados para recopilar la información necesaria para realizar las estimaciones. Estos formularios se refieren a:

- Perfil del usuario/a. Datos del usuario y de la institución a la que está vinculado, indicando, entre otros, la tipología de la institución (museos, Patrimonio Cultural construido o festivales), su ámbito de impacto y el sector al que pertenece (público o privado).
- Desglose de gastos. Se detalla la estructura de gastos de la institución de los últimos 5 años.
- Desglose de ingresos. Se detalla la estructura de ingresos de la institución de los últimos 5 años.
- Personal trabajador. Se solicita información sobre el personal de la institución de los últimos 5 años.

- Datos de visitantes y distribución del gasto. Se solicita diversa información sobre los visitantes y la distribución del gasto que realizan. Para obtener esta información, se facilita un modelo de cuestionario para que la institución capte la información necesaria entre sus visitantes.

Figura 3. Formularios de Impactrimonio



A modo de ejemplo, en el formulario relativo al desglose de ingresos (Figura 4) se solicita la aportación de datos económicos que se corresponden con los capítulos 3 a 9 del presupuesto de ingresos de las entidades sin fines de lucro. Concretamente, estos datos hacen referencia, sin ser exhaustivos, a: (i) los ingresos exigidos por la entidad en concepto de prestación de servicios y actividades realizadas (por ejemplo, cuotas por matriculaciones en cursos organizados, tasas por la emisión de certificados, etc.); los ingresos procedentes de la venta de entradas y los derivados de la externalización de determinados servicios o los provenientes de venta de bienes relacionados con la actividad de la entidad como puede ser el caso de la venta de libros, revistas, DVDs, etc., (ii) las transferencias corrientes recibidas de diferentes administración públicas o ingresos provenientes de donaciones, mecenazgo o patrocinio, tanto de entidades privadas como de familias y entidades sin ánimo de lucro, (iii) los intereses de títulos y valores, (iv) los ingresos derivados de la enajenación de inversiones reales, (v) las transferencias de capital recibidas, (vi) los ingresos procedentes de la enajenación de activos financieros, así como de aquellos procedentes del reintegro de préstamos concedidos y reintegros de depósitos y fianzas constituidas y, finalmente, (vii) los

ingresos obtenidos por la entidad procedentes de la emisión de deuda y la obtención de préstamos.

Figura 4. Cuestionario de Impactrimonio: Desglose de ingresos

Impactrimonio

Hola, Demo [Desconectar](#)

Desglose de ingresos

A través de este cuestionario podrá indicar el desglose de los ingresos de su institución.

0% 100%

Pasivos financieros.

Estos datos corresponden al capítulo 9 del presupuesto de ingresos de las Entidades Sin Fines Lucrativos.

Se imputarán a este Capítulo los ingresos obtenidos por la Entidad procedentes de la emisión de deuda y la obtención de préstamos, tanto en moneda nacional como extranjera, a corto o largo plazo, minorado, en su caso, por las diferencias negativas, así como los rendimientos implícitos que serán aplicados al Capítulo 3 del Presupuesto de Gastos.

Pasivos financieros.

	2007	2008	2009	2010	2011
Emisión de deuda pública en moneda nacional	<input type="text"/>				
Préstamos recibidos en moneda nacional	<input type="text"/>				

? Emisión de deuda pública en moneda nacional. Ingresos obtenidos por la emisión de deuda pública en moneda nacional, cualquiera que sea la forma en que se encuentre representada.

- Préstamos recibidos en moneda nacional. Ingresos derivados de los préstamos recibidos en moneda nacional a corto y largo plazo, tanto los recibidos de entes del sector público, como los recibidos de agentes del sector privado.

<< Previo

Financiado por

Ideado y desarrollado por

Con el soporte metodológico de

La medición de la rentabilidad de un fenómeno cultural, al igual que sucede con los grandes eventos de ocio y las grandes infraestructuras, pasa por considerar su impacto económico total, ya que los efectos trascienden el ámbito físico de la empresa o entidad que lo promueve. A partir de la información proporcionada por los usuarios (es necesario que éstos hayan cumplimentado todos los cuestionarios solicitados) y tomando como base metodológica las tablas Input-Output, en el informe final se estiman los siguientes efectos:

- Efectos directos. Se corresponden con los gastos corrientes y dotacionales realizados por la actividad o institución cultural en diferentes conceptos (salarios,

- compras, alquileres, ejecución de programas, reformas, ampliaciones y adecuaciones, etc.) en el área geográfica de referencia y en un periodo de tiempo determinado. Además, deben incluirse los gastos que realizan los visitantes como consecuencia del consumo del producto cultural (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.).
- Efectos indirectos. Son los efectos derivados de la estructura reticular de las economías. Como consecuencia de una mayor venta, los proveedores de la institución cultural y/o de los establecimientos de restauración, hostelería, entre otros, incrementan a su vez el nivel de compras a sus respectivos proveedores, provocando un efecto dominó a nivel de la economía local/ regional/nacional y/o, en su caso, internacional mediante importaciones.
 - Efectos inducidos. Se refiere a los efectos de renta, por ejemplo derivado del gasto en personal de las empresas, que inducen a un mayor consumo, produciéndose una activación económica que al tiempo genera efectos agregados dentro de la cadena de suministro.

A su vez, el análisis de estos efectos económicos permite evaluar la importancia relativa de una institución cultural mediante la estimación de su impacto económico en términos de valor añadido bruto, producción y empleo; así como sus repercusiones fiscales derivadas, a modo de ejemplo, de una mayor recaudación por IVA en el consumo o de IRPF por las nóminas.

4. Consideraciones finales

Impactrimonio se ha concebido como un instrumento ciertamente flexible de análisis técnico que utiliza una metodología de estimación consolidada para evaluar el impacto económico, en una primera fase, de la actividad de museos, festivales y diferentes elementos del Patrimonio Cultural construido. En estos momentos prácticamente puede darse por concluida la fase de prototipo de Impactrimonio, implementada en una plataforma web, para la que se ha contado con la participación de una veintena de instituciones colaboradoras (betatesters) a fin de comprobar (i) la pertinencia del diseño, (ii) la adecuación de la metodología, (iii) la fiabilidad de los cálculos y (iv) la usabilidad de la interfaz.

El valor de Impactrimonio radica en dos aspectos fundamentales. El primero es la creciente relevancia de la planificación y gestión cultural para el desarrollo socio-económico. El segundo, las carencias existentes en materia de planificación y gestión cultural, especialmente lo relacionado con los instrumentos de evaluación, imprescindibles para generar evidencias e incidir sobre las políticas. Impactrimonio constituye un buen ejemplo de cómo las tecnologías de la información facilitan a los usuarios - de una manera sencilla, ágil y didáctica - la identificación, acceso, tratamiento y desarrollo de bases de datos y fuentes de información, generando

informes útiles tanto para los gestores culturales como para todos aquellos implicados en los procesos de toma de decisiones y las políticas públicas relacionadas.

Para concluir, remarcar que el modelo Impactrimonio es plenamente exportable, ya que puede adaptarse a otros contextos territoriales siempre que se disponga de las Tablas Input-Output y de los datos de los presupuestos públicos correspondientes.

6. Referencias

Comisión Europea. Libro verde sobre el potencial de las industrias culturales y creativas., 2010. Bruselas: Comisión Europea.

http://europa.eu/legislation_summaries/culture/cu0006_es.htm

Herrero, L.C.; Sanz, J.A.; Devesa, M.; Bedate, A.; Del Barrio, M.J. (2006). "The economic impact of cultural events: A case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture". *European Urban and Regional Studies*, 13(1), pp. 41-57.

KEA, European Affairs. The Economy of Culture in Europe. Bruselas: European Commission Directorate General for Education and Culture.

Pulido, A.; Fontela, E. (1993). Análisis Input-Output. Modelos, datos y aplicaciones. Madrid: Pirámide. ISBN: 9788436807561.

Seeman, B. (2003). Economic Impact of Arts, in R. Towse (ed.) A Handbook of Cultural Economics, pp. 224-231. Cheltenham: Edward Elgar. ISBN: 180643382.

Shapiro, C.; Varian, H.R. (1999). Information Rules: A Strategic Guide to the New York Economy. Harvard Business Press. ISBN-13: 978-0875848631.

Stiglitz, J.E (2000). "The contributions of the Economics of Information to Twentieth century economics". *The Quarterly Journal of Economics*, 115(4), pp. 1441-1478.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. Creative Economy Report 2010. Ginebra: UNCTAD. ISBN: 978-0-9816619-0-2.

http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf

Ciudades y Gobiernos Locales Unidos, UCLG. (2004). Agenda 21 for Culture. United Cities and Local Governments - Committee on culture.

<http://agenda21culture.net>

LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES - AECID

JUAN SÁNCHEZ
AECID

1. Introducción

Esta ponencia pretende mostrar los diferentes programas y herramientas que ofrece la [Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo \(AECID\)](#) para financiar proyectos culturales y cómo se insertan estas en la política de cooperación exterior del Gobierno de España.

Como saben, la AECID tiene como objetivo conseguir un desarrollo humano sostenible, la erradicación de la pobreza, la construcción activa de la paz y el ejercicio pleno de los derechos de una ciudadanía global. Para ello, cada cuatro años se aprueba un Plan Director que rige las acciones a llevar a cabo en materia de cooperación en cada uno de los países en los que trabajamos. Actualmente está en vigor el [Plan Director 2013-2016](#) y finalizado el [III Plan Director](#), que abarcó 2009 hasta 2012.

Los Planes Directores de la AECID son documentos de consenso entre todos los actores de la cooperación española (sociedad civil, instituciones, fuerzas políticas, administraciones, organizaciones), redactados tras un proceso de participación y que buscan la consecución de los objetivos fijados.

En el III Plan Director, las prioridades horizontales y transversales, aplicables a todos los sectores y actuaciones de la cooperación española, fueron:

- Inclusión social y lucha contra la pobreza.
- Promoción de los derechos humanos y gobernabilidad democrática.
- Género en desarrollo.
- Sostenibilidad medioambiental.
- Respeto a la diversidad cultural.

La prioridad del respeto a la diversidad cultural viene a decirnos que el proceso de desarrollo es inseparable de la cultura y que el éxito de cualquier política de desarrollo pasa por reconocer y considerar los principios de la diversidad cultural como un imperativo ético, inseparable del respeto a la dignidad de la persona, asegurando que los individuos y colectivos puedan escoger libremente y ejercer plenamente sus derechos, como destaca la UNESCO.

El Plan Director pretendía propiciar el respeto y el reconocimiento de la diversidad como una prioridad horizontal en todos los procesos de desarrollo, entendiendo que éstos conllevan, necesariamente, cambios culturales. Por ello, se debe profundizar en el conocimiento de la dimensión cultural de las sociedades con las que trabajamos para contribuir a la creación de sociedades más incluyentes, mediante el apoyo a políticas públicas que reconozcan de forma explícita las diferencias culturales.



Pero, más allá de las prioridades horizontales, el Plan Director señalaba doce prioridades sectoriales:

- Gobernabilidad democrática.
- Desarrollo rural y lucha contra el hambre.
- Servicios sociales básicos: educación.
- Servicios sociales básicos: salud
- Servicios sociales básicos: agua y saneamiento
- Crecimiento económico para la reducción de la pobreza.
- Sostenibilidad ambiental, lucha contra el cambio climático y hábitat.
- Ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo humano.
- Cultura y desarrollo.
- Género en desarrollo.
- Migración y desarrollo.
- Construcción de la paz.

Por el tema a desarrollar en este *Encuentro Iberoamericano*, se hará referencia exclusivamente a la prioridad que nos atañe: cultura y desarrollo.

2. Cultura y desarrollo

La cooperación cultural para el desarrollo tiene como finalidad la contribución al bienestar colectivo y, por ello, debe participar y conseguir resultados en los procesos de lucha contra la pobreza y reducción de la exclusión. A través del desarrollo humano se amplían las alternativas y capacidades de las personas para que puedan tener la libertad de escoger cómo vivir y gozar de una vida plena. Se entiende así que la cultura y la cooperación al desarrollo tienen la posibilidad de generar sinergias y presentar una nueva y efectiva metodología de trabajo, alcanzando la consideración de que la cultura es un elemento fundamental para el desarrollo humano sostenible y, por tanto, necesario para la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Integrando el enfoque basado en derechos, el acceso a la cultura por parte de la ciudadanía se convierte en su derecho y en una responsabilidad de las instituciones públicas y la sociedad civil, además de una vía para evitar la exclusión social, que constituye una dimensión importante de la pobreza. De esta manera, las políticas culturales para el desarrollo deben fomentar la participación de los agentes sociales para garantizar la pluralidad y diversidad como forma de vida democrática.

La cooperación española fue pionera en este ámbito e incorporó la cultura como un elemento esencial en las políticas de desarrollo. La consideración de la cultura en su doble dimensión, como sector de cooperación y como prioridad transversal de respeto a diversidad cultural, se ha mantenido, como hemos visto, en el III Plan Director (2009-2012).

El documento marco del sector es la [Estrategia de Cultura y Desarrollo](#) de la Cooperación Española, aprobada en 2007. La Estrategia de Cultura y Desarrollo recoge

la interrelación de ambos conceptos en el plano de las convenciones y acuerdos internacionales. El Informe de Desarrollo Humano del PNUD (2004) “La libertad cultural en el mundo diverso de hoy” reconoce que es necesario contar con políticas culturales que reconozcan las diferencias, defiendan la diversidad y propicien la libertad cultural para poder alcanzar un desarrollo pleno. En este sentido, la [Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales](#), aprobada en 2005 en el seno de la UNESCO, reafirma la importancia del vínculo existente entre la cultura y el desarrollo en todos los países, pero especialmente en los países en desarrollo. Así mismo, se toman como referencia entre otros, la Agenda 21 de la Cultura y la [Carta Cultural Iberoamericana](#) adoptada en la XVI Cumbre Iberoamericana en Uruguay en 2006.

De este modo, la política de cooperación cultural para el desarrollo nace del documento de Estrategia de Cultura y Desarrollo, que entiende la cultura como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social; engloba además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Dicha Estrategia define siete líneas estratégicas:

- Formación de capital humano para la gestión cultural en proyectos de cultura y desarrollo: Programa ACERCA.

- Dimensión política de la cultura en su contribución al desarrollo.

- Dimensión económica de la cultura en su contribución al desarrollo.

- Relación y complementariedad entre educación y cultura: Programa FORMART.

- Gestión sostenible del Patrimonio Cultural para el desarrollo Programa P>D.

- Relaciones entre comunicación y cultura con impacto en el desarrollo.

- Impulso a los procesos de reconocimiento de los derechos culturales

Corresponde a la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas fomentar, gestionar y ejecutar las políticas públicas de cooperación cultural para el desarrollo. En terreno, estas funciones se articulan a través de las Unidades de Cooperación en el Exterior, entre las que destaca el papel en el sector cultura y desarrollo de la [Red de Centros Culturales de España en Iberoamérica y Guinea Ecuatorial](#).

A través de programas específicos (que veremos más adelante), así como convocatorias a ONG’s, la convocatoria abierta y permanente (CAP) y subvenciones de Estado se financian diversos proyectos vinculados con cada una de las siete líneas estratégicas. Para ello, se lleva a cabo una evaluación compartida entre sede y terreno en la que se analiza la pertinencia del proyecto según los objetivos marcados en el país socio. No obstante, la Red de Centros Culturales en sede y los Centros Culturales en cada país realizan también un Plan de Centro anual en el que se definen los programas de trabajo y en el que los proyectos y actividades deben enmarcarse. Estos Planes de

Centro, realizados por el equipo de trabajo y analizados externamente por una consultora, están publicados en la página web de la AECID.

De las siete líneas anteriormente enumeradas, tres cuentan con un programa específico.

Programa Acerca

La política española de cooperación internacional considera necesario propiciar el desarrollo cultural como un proceso generador de conciencias críticas y creativas que fomenten una ciudadanía responsable, activa y capaz de colaborar en la construcción de una sociedad democrática y participativa.

Se concibe el desarrollo no sólo como una mejora de las condiciones económicas sino como un potencial de creación de capital social y, especialmente, como un instrumento de cohesión social y promotor de la ciudadanía activa. En ese contexto, el desarrollo cultural incorpora una atención por la diversidad cultural, integra comunidades minoritarias, favorece procesos de igualdad de género, se preocupa de las comunidades urbanas o rurales marginadas, amortigua las desigualdades económicas y sociales y, por tanto, las tensiones en la convivencia y, por último, estimula la autoestima individual y colectiva.

En este marco, la AECID ofrece el Programa General de Capacitación para el Desarrollo en el Sector Cultural, ejecutado por la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas, que pretende colaborar al logro de este objetivo a través de la capacitación de los profesionales de la cultura.

Programa Formart

El presente programa desarrolla la línea estratégica Relación y Complementariedad entre Educación y Cultura, que forma parte de la estrategia Cultura y Desarrollo del Plan Director de Cooperación Española 2005-2008.

Form-Art@ es un programa de apoyo a proyectos e iniciativas de cooperación al desarrollo en materia de cultura y educación que comprende los campos de la educación artística, la educación audiovisual, la lectura pública, el Patrimonio Histórico, los museos y la educación, la ciudadanía y la diversidad y las lenguas y la interculturalidad.

La educación en complementariedad con la cultura es el espacio de socialización y aprendizaje fundamental para el desarrollo de las competencias necesarias para el ejercicio de la vida social, laboral, cultural y ciudadana. En ese sentido, contribuye a la formación de los recursos intelectuales con los que cada país se orienta hacia el desarrollo. Para millones de niños, adolescentes y jóvenes, la educación es uno de los factores que posibilita salir de la pobreza.

La cultura, en sus múltiples manifestaciones, ha de entenderse como el tejido de relaciones sociales que permite dotar de sentido la labor educativa, facilitar la vinculación del conocimiento con la vida cotidiana y fomentar el auto reconocimiento y la participación activa de maestros, niños, niñas, adolescentes, jóvenes y padres de

familia dentro y fuera de la escuela. Por ello, es un recurso fundamental para la educación. La educación en complementariedad con la cultura, debe garantizar y alentar dentro y fuera de la escuela, el respeto a la diversidad cultural, los valores democráticos y los derechos humanos.

En la sociedad global y en cada uno de los países inscritos en la cooperación, las expresiones culturales, la diversidad lingüística, los nuevos lenguajes del arte y la comunicación, el Patrimonio material e inmaterial, las formas de ser y de relación deben convertirse en fuente de formación y aprendizaje de los profesionales de la educación, la cultura y la cooperación; en elementos de motivación para el diálogo y para potenciar la capacidad de aprendizaje, el desarrollo de nuevas competencias humanas que garanticen la libertad de expresión y una educación significativa para la vida.

Programa Patrimonio para el Desarrollo

Es algo ya universalmente asumido que el derecho a la identidad y la defensa de la diversidad cultural son componentes irrenunciables del desarrollo humano integral. También lo es que el Patrimonio, en un sentido amplio (material e inmaterial, cultural y natural) resulta, en ocasiones, uno de los principales recursos para el desarrollo.

La cooperación en Patrimonio persigue los objetivos de desarrollo humano y social prioritarios de creación de riqueza y mejora de las condiciones de vida, a través de la puesta en valor y gestión sostenible del Patrimonio Cultural, estableciendo las condiciones para que esas mejoras beneficien especialmente a la población de menores recursos.

Además, favorece el desarrollo de las capacidades culturales y la preservación de las identidades y la diversidad cultural. Con estos fines, el Programa Patrimonio para el Desarrollo se integra como programa multisectorial en la estrategia de la cooperación española para la lucha contra la pobreza, tanto en sus objetivos como en su metodología de formulación y gestión de los proyectos.

3. Promoción cultural

Además de los programas de Cultura y Desarrollo, a través de la promoción cultural se consigue, también, financiación de diversos proyectos culturales (en este caso se trata de proyectos españoles que se visibilizan en países de la región).

En el desarrollo de la política exterior de España, las políticas culturales juegan hoy un papel estratégico de primer orden, favorecido por la inmensa riqueza cultural y artística de nuestro país. Por este motivo, y en un contexto internacional con una creciente demanda en los intercambios culturales, la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas (DRCC) tiene entre sus actuaciones prioritarias la promoción y difusión de la cultura española, en sus diferentes formas y lenguajes.

Para ello, la DRCC trabaja en la internacionalización de la cultura española: promoviendo la inserción internacional de nuestros creadores e industrias culturales;

facilitando la presencia del sector en grandes eventos internacionales; fomentando el uso de la lengua española y las lenguas cooficiales del Estado; alentando la creación de redes internacionales de conocimiento en las que participen activamente agentes españoles; y promoviendo la movilidad de creadores, productores y gestores culturales.

Para la ejecución de la programación cultural exterior, la DRCC cuenta con los Servicios Centrales en la sede de la AECID y con un amplio conjunto de representaciones en el exterior, formado por Embajadas, Consulados y la [Red de Centros Culturales de España](#). Además, se trabaja en constante coordinación con otras instituciones vinculadas al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación: [AC/E](#), [Casa América](#), [Casa Asia](#), [Casa África](#), [Casa Árabe](#), [Casa Mediterráneo](#), [Casa Sefarad- Israels](#), [Real Academia de España en Roma](#), el [Instituto Cervantes](#), así como con otras instancias públicas: [Ministerio de Educación, Cultura y Deporte](#); Comunidades Autónomas, Diputaciones Provinciales y Ayuntamientos, centros especializados y agentes culturales del sector privado.

Las áreas de trabajo que revisten mayor importancia son las siguientes:

Artes Plásticas y Visuales: participación en eventos internacionales como la Bienal de Venecia, exposiciones en el marco del Programa Arte español en el Exterior e itinerancias realizadas en la Red de Centros.

Cinematografía: difusión del cine español a través de los fondos de la Filmoteca de la DRCC.

Arquitectura y diseño: participación en la Bienal de Arquitectura y Diseño de Sao Paulo, la Bienal Iberoamericana de Diseño y la Bienal de Arquitectura de Venecia.

Humanidades y Ciencias Sociales: principalmente a través de la convocatoria de premios y certámenes literarios, así como la participación española en Ferias del libro extranjeras.

Artes Escénicas y Música: promoción de compañías de teatro, divulgación de obras de autores españoles, montajes de reciente creación y organización de giras teatrales.

En consonancia con la estrategia de la política exterior española, la Ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación y la Ministra de Cultura presentaron en abril de 2011, en el Instituto Cervantes, el [Plan Nacional de Acción Cultural Exterior](#). Se trata del primer proyecto estratégico para promocionar internacionalmente y de forma coordinada las industrias culturales y creativas de España. El Plan será desarrollado de forma coordinada por ambos Ministerios, el Instituto Cervantes y la Sociedad Estatal Acción Cultural Española y a ellos se sumará el sector privado.

Los objetivos del Plan son reforzar la marca España mediante la internacionalización de nuestra cultura e industrias culturales, potenciar la difusión del español y de las lenguas cooficiales, estar presente de forma sistemática en los acontecimientos de

mayor relevancia, promover la cooperación cultural como elemento clave de la cooperación al desarrollo y promocionar el turismo cultural.

El Plan contempla estrategias de carácter regional, cuya dirección asumirá el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación para la realización de acciones en el exterior, y estrategias de carácter sectorial, coordinadas por el Ministerio de Cultura, para la elaboración de programas conjuntos con los distintos sectores de las industrias culturales y creativas para promover su proyección exterior.

4. Acción cultural multilateral

Con el objetivo de luchar contra la pobreza y la exclusión social a través de la cooperación cultural para el desarrollo, en los últimos años la cooperación española ha hecho un esfuerzo por reforzar una vertiente fundamental: la acción multilateral.

Convirtiendo esta línea de trabajo en un eje prioritario, se han creado alianzas e incrementado nuestra participación en los organismos internacionales de referencia en los ámbitos de la cultura, la educación y la ciencia, con los que compartimos una visión común de la vinculación entre la cultura y el desarrollo: la [UNESCO](#), el [PNUD](#) (particularmente su ventana temática de C+D del Fondo del Milenio), la [OEI](#), la [SEGIB](#) o la UE se han convertido en socios estratégicos de nuestra acción multilateral. Con esta apuesta, España contribuye a incorporar a la agenda internacional la cultura y la ciencia, entendidas como factores de desarrollo humano sostenible. La cooperación cultural multilateral cobra una especial relevancia en el ámbito iberoamericano, a través de los denominados “Programas Iber”, en el marco de las Cumbres Iberoamericanas. La AECID, en materia de cooperación cultural, participa actualmente en los siguientes Programas: [Ibermedia](#), [Iberescena](#), [Iberorquestas Juveniles](#), [Ibermuseos](#), [Iberarchivos-ADAI](#).

5. Ciencia y desarrollo

El Plan Director de la Cooperación Española 2009-2012 pone de relieve como la AECID, a través de la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas, afronta con especial atención el reto de implementar una política de cooperación científica y universitaria que contribuya a desarrollar los sistemas científicos de los países socios, priorizando el campo de la ciencia, la tecnología y la innovación como sector fundamental para el desarrollo.

Las actividades en este campo se materializan a través de tres líneas:

- a) Fortalecer las estructuras de educación superior y de investigación del país socio. Creamos competencias personales y fortalecemos instituciones a través de las herramientas ya existentes: becas MAEC/AECID y Programa de Cooperación Interuniversitario (PCI).
- b) Potenciamos proyectos y grupos de investigación conjuntos para abordar temas sensibles para el desarrollo. Para ello contamos con una nueva Línea de

Investigación dentro de la Convocatoria Abierta y Permanente (CAP) y con becas para españoles que realizan investigaciones relacionadas con los intereses de los países socios.

c) También apoyamos la formación de profesionales de la cooperación, en distintos ámbitos, para lograr una mayor calidad en las actuaciones de la cooperación española a través de algunos programas de becas para españoles y del programa de Lectorados.

En resumen, como puede observarse, son múltiples las formas de financiación posibles. Todas regidas por nuestro Plan Director y nuestra Estrategia Cultura y Desarrollo, dos documentos que les invito a conocer a través de nuestra página web www.aecid.pe

LA EXPERIENCIA DE FINANCIACIÓN EN LA RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO DE PUEBLA, MÉXICO

CARLOS MONTERO

Profesor investigador Titular del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález Pliego” (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

Esquemáticamente, los monumentos históricos son, para los propietarios y promotores inmobiliarios, espacios construidos con valor económico. Si lo construido está abandonado, deteriorado y arruinado, su valor se reduce al suelo que los soporta; entonces la puesta en valor se convierte en un problema económico que se debate entre gasto o inversión y, en ocasiones, para evitar la disyuntiva, es preferible propiciar su colapso o demolición.

Esta ponencia tiene por objeto mostrar dos experiencias de financiación del Patrimonio Cultural:

- La primera, de la [Benemérita Universidad Autónoma de Puebla \(BUAP\)](#), institución pública de educación superior que ha impulsado una política de crecimiento financiando la restauración de monumentos históricos y contribuyendo con la ciudad de Puebla en la rehabilitación y puesta en valor de monumentos históricos o unidades patrimoniales, bajo el principio de que la restauración no es tan costosa como levantar un edificio nuevo. Desde la década de los años ochenta, la Universidad impulsó una política para poner en valor el Patrimonio Cultural, incorporándolo en la vida universitaria y utilizando su presupuesto como inversión en medios de producción del conocimiento y difusión de la cultura.
- La otra experiencia hace referencia al papel del capital privado transferido a los BC, concebidos como obras de beneficio social a través de fundaciones. Las de Puebla tienen una misma genealogía. La primera fue la Fundación Mary Street Jenkins (FMSJ) y sus filiales han contribuido notablemente al mejoramiento de la imagen que hoy muestra el Centro Histórico de Puebla.

1. La financiación de la cultura en el ámbito nacional.

En México no hay una política cultural establecida, sino una gran dispersión de esfuerzos, iniciativas e inversiones financieras en acciones que no alcanzan a articularse en programas más o menos definidos, más o menos coherentes, ligados a estrategias de desarrollo socio-nacional, regionales o comunitarias, inscritas en el primer y último anhelo de superar la calidad de vida de la gente⁵³.

⁵³ Nexos en línea: El presupuesto para la cultura en México, <http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=661348>

La financiación de la cultura en México está federalizada y la dependencia ejecutiva que tiene competencias en este ámbito es el [Consejo Nacional para la Cultura y las Artes \(CONACULTA\)](#), institución que creó el [Fondo Nacional para la Cultura y las Artes \(FONCA\)](#). Este programa, instituido el 2 de marzo de 1989, fomenta la creación artística del país con apoyos económicos a artistas jóvenes, grupos culturales y a quienes hayan contribuido significativamente a enriquecer el panorama cultural mexicano. Invierte en el intercambio de ideas, intereses, productos, servicios y recursos entre la comunidad artística, el gobierno y la sociedad civil. Las estrategias están encaminadas a fomentar la preservación, promoción y difusión de la cultura porque, aseguran, la misión del Estado no es producir cultura, sino favorecer las condiciones necesarias para su florecimiento. Actualmente, el FONCA recibe más de tres mil solicitudes al año provenientes de todo el país y brinda apoyo a más de mil proyectos.

Para ello, cuenta con una infraestructura conformada por un equipo administrativo de sesenta y seis personas. El 95% de su presupuesto operativo (ciento diez millones de pesos) se destina a sus propios programas, que cuentan con resonancia en distintas comunidades artísticas y culturales. El FONCA recibe un presupuesto anual por parte del gobierno mexicano. Además, realiza gestiones en colaboración con la iniciativa privada y asociaciones civiles, que le permiten tener acceso a más recursos. El presupuesto de 2012 fue de dieciséis mil seiscientos sesenta y tres millones de pesos, lo que supone un aumento del 28% con respecto al 2011. De lo aprobado, mil cuarenta y cinco millones de pesos se asignaron al CONACULTA, para repartirlos entre las treinta y dos instituciones estatales de cultura. De los recursos etiquetados se dieron ciento cincuenta millones de pesos a las ciudades incluidas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, quince millones a cada una (Oaxaca, Tlacotalpan, Querétaro, Guanajuato, Zacatecas, Campeche, Distrito Federal, Morelia, Puebla y San Miguel de Allende). A la renovación de la [Cineteca Nacional](#) se destinaron ciento sesenta y dos millones y a los [Estudios de cine Churubusco](#) ciento trece millones.

Otras instancias beneficiadas con la ampliación presupuestal son: el [Instituto Nacional de Antropología e Historia](#), con tres mil trescientos noventa millones; el [Instituto Nacional de Bellas Artes](#), dos mil novecientos dieciséis millones; el [Instituto Mexicano de Cinematografía](#), cuatrocientos nueve millones; [Canal 22](#), doscientos cincuenta y tres millones; el [Centro Cultural y Turístico de Tijuana](#), ciento veintiocho millones; [Radio Educación](#), casi cien millones; el [Centro de Capacitación Cinematográfica](#), setenta y ocho millones, y [Educal](#), con setenta y un millones de pesos. De igual forma, se apoyaron proyectos culturales de toda la República, entre los que destacan: [Feria Internacional del Libro de Guadalajara](#), [Festival Internacional de Cine de Morelia](#), [Feria del Libro de Tijuana](#), [Instrumenta Oaxaca](#), [Museo de Arte Contemporáneo de la UNAM](#)



(MUAC), [Festival de Cine Documental Ambulante](#), [La Nana](#), [Fábrica de las Artes del Distrito Federal](#), [Festival de México \(FMX\)](#), [Casa Luis Barragán](#) y Museo de Arte Abstracto Manuel Felguérez de Zacatecas.

También se asignaron doscientos noventa y un millones de pesos para apoyar directamente los proyectos de inversión en la producción de danza, artes visuales, obras literarias, música y distribución de películas cinematográficas⁵⁴.

Hace unos años, la [Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados](#) acordó impulsar el aumento de los recursos destinados a la cultura pero etiquetando parte de ellos a sus propios proyectos, lo cual fue impulsado por los mismos diputados sin pasar por ningún ámbito. Desde luego estos proyectos no responden a una política federal sino a las iniciativas fragmentadas de organizaciones e instituciones que solicitan recursos para un festival, museos, casas de cultura, conservación de testimonios, etc. En promedio, se asignan diez millones por proyecto y para el Estado de México y DF, cerca de cien millones.

2. La financiación de la Cultura a través de Fundaciones.

La Fundación Mary Street Jenkins fue creada por Don Guillermo Jenkins en honor a su esposa, pero sin dejar nada a sus hijos. Depositó en el fondo toda su fortuna para obras de beneficio social y de allí han ido saliendo los recursos para el Centro Histórico como aportes complementarios o ayudas específicas para la restauración de inmuebles (de parte en parte, con el paso de los años la suma ha sido significativa).

El objeto de la Fundación, de acuerdo con la escritura constitutiva de la misma, es “hacer el bien sin limitarse a obras especiales, o especificar formas definitivas para hacerlo. Por tanto, el objeto es amplio y en llevar a cabo su misión, puede establecer y sostener instituciones de caridad o beneficencia de todas clases, construir escuelas y hospitales y ayudar en su sostenimiento, construir edificios para colegios públicos y dotarlos de equipo, establecer centros deportivos para el uso de los jóvenes de recursos módicos, establecer becas para la educación de jóvenes mexicanos en el país o en el extranjero, dar ayuda a las instituciones de caridad o de beneficencia, y ayudar en general a todo que pueda beneficiar al pueblo, y a elevar su nivel moral y material. Su radio de acción, aunque preferentemente a la ciudad y estado de Puebla, puede extenderse a otros estados”.

Y la cláusula sexta del testamento de Don Guillermo Jenkins, dice a la letra: “que siempre ha tenido la firme convicción que en bien de sus hijos, los padres no deben dejarles grandes fortunas como herencia, sino más bien enseñarlos y ayudarlos a trabajar para que ellos mismos ganen lo que necesiten, teniendo la creencia el propio señor testador, que nadie, con capacidad para trabajar, debe gastar dinero que no haya ganado por su propio esfuerzo, y siguiendo este principio manifiesta que no es su

⁵⁴ Amador Tello, Judith, Ascende a más de 16 MMDP el presupuesto aprobado para Cultura en 2012, 15 de noviembre de 2011, Proceso.com.mx., Cultura y espectáculos, <http://www.proceso.com.mx/?p=288299>

voluntad dejar a sus hijos riquezas ni fortunas sino más bien ayudarlos a trabajar para que puedan hacer su porvenir con su propio esfuerzo, y declara que es su expresa voluntad no dejar a sus hijos herencia alguna, sino solo proporcionarles la ayuda en la forma que ha mencionado y espera, Dios mediante, poder hacer esto durante su vida; pero, en caso de no serle posible, deja a su heredera, que más adelante va a nombrar, la obligación de continuar y terminar la ayuda que desea impartirles a sus hijos”⁵⁵.

La Fundación ha donado recursos para un sinnúmero de obras significativas en la ciudad de Puebla como el Hospital General, el Centro Social de San Baltazar, el Colegio Americano, el Seminario Palafoxiano, el Hospital de Cancerología, el antiguo edificio de la Ciudad de México o Fábricas de Francia (propiedad de la Fundación), el Teatro Principal (restaurado en 1972 tras incendiarse en 1902 y permanecer abandonado), la Catedral (entre 1965 y 1973 recibió donativos, entre otros para la iluminación ambiental), el ex Convento de Santo Domingo (Iglesia, Capilla del Rosario y Atrio), el ex Colegio del Espíritu Santo: Iglesia, el ex Hospital de San Pedro: Iglesia, el Templo de San Marcos, el Templo de San Cristóbal, ex Convento de San Francisco: Iglesia, el Templo de Guadalupe, la escultura y la plaza del Obispo Palafox, la Antigua Alameda o Paseo Bravo, el Arbolado del Museo Nacional de los Ferrocarriles, el Templo del Perpetuo Socorro, Ex Mercado Guadalupe Victoria, el Fuerte de Loreto, el Fuerte de Guadalupe, la Remodelación de calles: Calle 5 de Mayo (contribuyó en las obras de cableado eléctrico subterráneo y la instalación de gas y drenaje), Casa del Deán (contribuyó para que sus murales del siglo XVII fueran exhibidos, hoy es un pequeño museo a cargo del INAH)...

La [Fundación Amparo](#) fue creada el 7 de abril de 1979 bajo el apelativo de Fundación Amparo Rugarcía de Espinosa, siendo conocida sólo como Fundación Amparo desde julio de 1988. En honor de la Señora Amparo Rugarcía, esposa de Manuel Espinosa Iglesias, esta Fundación tiene como objeto social realizar actividades en beneficio de México⁵⁶. Atienden principalmente asuntos relativos al alcoholismo, la capacitación matrimonial y centros de educación, sobre todo los de nivel superior, así como ayuda a instituciones de caridad. Los bienes de la Fundación se manejan a través de un Patronato conformado por cinco miembros y un suplente (tres de los miembros fueron nombrados por don Manuel: sus hijas Guadalupe, Ángeles y Amparo Espinosa Rugarcía), con amplias facultades pero procurando siempre conservar intacto su capital; es decir, las obras de beneficencia, las reservas para el mantenimiento y la pérdida de valor de la moneda, serán con el producto neto de las inversiones. Las inversiones se realizarán preferentemente en la República Mexicana y en ciudades o sitios donde sus habitantes estén dispuestos a poner parte de los fondos necesarios, en lo posible un 50%.

⁵⁵ Discurso a nombre de la Fundación Jenkins, en la inauguración de centros de capacitación, Manuel Espinosa Yglesias, 1964. Centro de Estudios Espinosa Yglesias, Discursos, Ponencias y Entrevistas, <http://www.ceey.org.mx/site/files/1964-5.pdf>.

⁵⁶ Libro sobre la Fundación Amparo, prólogo de Manuel Espinosa Yglesias, México, 1991. Centro de Estudios Espinosa Yglesias, Discursos, Ponencias y Entrevistas, http://www.ceey.org.mx/site/files/IIA3a_1991-2.pdf

El concepto más claro se estableció en la Fundación Amparo como “ayudas para el embellecimiento de ciudades o para trabajos de exploración en zonas arqueológicas, fomentando, consecuentemente, la apreciación de una parte importante de las raíces que conforman la nacionalidad mexicana”.

Algunas de las obras realizadas por la Fundación en el marco de la cultura son el apoyo a las obras de rescate del Templo Mayor: “proporcionamos los fondos para indemnizar a los dueños de los predios alrededor de la recién redescubierta zona arqueológica y dedicamos enormes esfuerzos para apoyar los trabajos de excavación y restauración de los hallazgos en el área de la Plaza de la Constitución. El Museo del Templo Mayor y el propio Templo son una muestra de la invaluable riqueza histórica, social y cultural recuperada en esa zona”.

Tiene en sus manos además el [Museo Amparo](#) (MA), fundado en febrero de 1991, en la casa de Don Manuel Espinosa Iglesias⁵⁷, bajo el principio de que “el Arte es un lenguaje estético mediante el cual el ser humano ha intentado representar y aprender el mundo”⁵⁸. En el Museo Amparo se exhibe una de las colecciones de arte prehispánico más valiosas y sobresalientes del mundo, integrada por piezas únicas (el yugo totonaca, el altar maya, los frisos teotihuacanos...). Posee además una colección virreinal de gran valor, una de arte contemporáneo y un sistema didáctico único en el mundo: el del disco compacto interactivo.

3. La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)

Al comienzo de la década de los años setenta, la Universidad tenía en el Centro Histórico únicamente un edificio contemporáneo⁵⁹ y el edificio Carolino⁶⁰. Durante esos años, regidos por el químico Sergio Flores Suárez (1972-1975) como Rector, la Universidad Autónoma de Puebla adquiere el edificio del ex Colegio de San Jerónimo (3 Oriente 413) para ser la sede de las escuelas de Filosofía y Letras, que en ese tiempo comprendía las carreras de Historia, Filosofía, Letras y Psicología. En el siguiente periodo (1975-1981) el Rector, Ingeniero Luís Rivera Terrazas adquiere tres casas: el edificio Arronte (Avenida Juan de Palafox y Mendoza 219), el edificio de la ex Academia de Bellas Artes (Avenida Juan de Palafox y Mendoza 406), que años después se convertiría en Pinacoteca Universitaria, y la Casa del Alguacil Mayor (8 Oriente 409) como sede de la Escuela de Música, a la postre Escuela de Artes.

La década de los años ochenta (1981-1987) es la de mayor importancia por la cantidad en adquisiciones en el marco de un proceso basado en una visión patrimonialista que

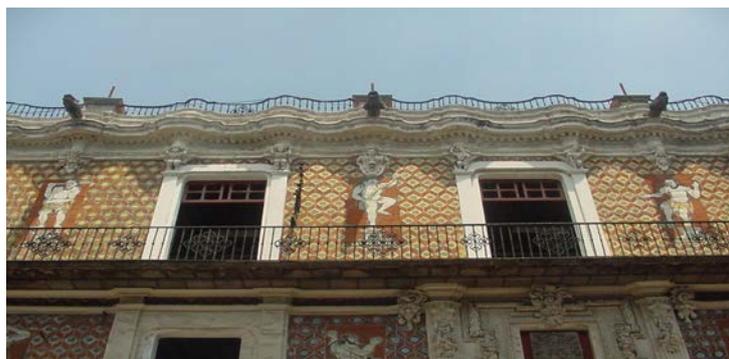
⁵⁷ En esa casa vivió su padre, el Dr. Ernesto Espinosa Bravo, en el claustro del Hospital de San Juan de Letrán (1538), luego Colegio de Niñas Vírgenes (1642), el mismo cambió a Colegio de San Vicente de Paúl (1875), posteriormente a Normal de Profesoras (1897), hasta entonces albergaba solamente a mujeres; el último uso fue como asilo para ancianos (1937).

⁵⁸ Portal Oficial del Museo Amparo, <http://www.museoamparo.com/pagina/Introduccion.html>

⁵⁹ Calle 8 Oriente 214 que ocuparon las escuelas de Derecho, Odontología y finalmente la preparatoria Lázaro Cárdenas del Río. Actualmente son oficinas.

⁶⁰ Ex Colegio del Espíritu Santo, actualmente no tiene escuelas, solamente la sede de la Rectoría y aulas y salones para eventos académicos.

atendía primordialmente el rescate del Patrimonio Arquitectónico poniéndolo en valor con uso académico y, al mismo tiempo, respondiendo a las necesidades de crecimiento físico de la Universidad. Fue una etapa en la que se matriculaba en la Universidad a todo estudiante que solicitaba su ingreso, bajo una política de puertas abiertas que masificó la Universidad; por este hecho la Universidad Autónoma de Puebla llegó a tener una matrícula superior a cien mil estudiantes. La política de crecimiento no fue con nuevos edificios periféricos sino con restauraciones en el Centro Histórico. El Rector Alfonso Vélez Pliego adquiere tres fincas en una de las calles principales de la ciudad contigua a la plaza principal (Calle Juan de Palafox y Mendoza, números 208 Casa Presno, 219 Casa Arronte y 229 Flores Magón) “como una contribución a la preservación del Patrimonio Histórico y para solucionar la carencia de espacio físico”⁶¹. Este programa permitió enfrentar de modo satisfactorio y económico la imperiosa necesidad de nuevos espacios y contribuir a la preservación del Patrimonio Cultural de la ciudad⁶². Con ello no se pretende resolver en su totalidad la problemática espacial, pero se pensaba que era un camino adecuado para resolver parcialmente la expansión de las instalaciones de la Universidad, además de que esta reutilización de monumentos tenía un considerable impacto social y había demostrado fehacientemente no sólo que era necesario sino también posible preservar dicha herencia histórica⁶³. Ya para 1987, se hace notoria la presencia física de la Universidad en antiguas casonas que fueron restauradas para dedicarlas a la educación superior. Dichas fincas ya formaban para entonces un vasto Patrimonio Arquitectónico⁶⁴ con los edificios: Gabino Barrera, San Jerónimo, Casa de los Arcos, Casa de la Palma, Casa de las Diligencias, Casa del Capitán Manuera, Casa de la Reina, Edificio Arronte, Casa Presno, Flores Magón, Casa de las Bóvedas, Carolino, Edificio Sor Juana Inés de la Cruz, Casa del Alguacil Mayor, [Casa de los Muñecos](#).



Casa de los Muñecos

⁶¹ Primer informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1982.

⁶² Primer informe del segundo periodo del rector Alfonso Vélez Pliego, 1985.

⁶³ Primer informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1985 (segundo periodo).

⁶⁴ Sexto informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1987.

En la década de los años noventa (1990-1997) y en lo que respecta al Rector José Marún Doger Corte, en sus informes habla sobre una época de cambios en la que, en el apartado de la planta física de la Universidad, sólo se refiriere a la construcción de nuevos espacios, dejando a un lado la política de adquisición, aunque se sabe que durante su periodo también se adquirieron algunos edificios como: Edificio Pacheli (4 sur 302), Alfonso Reyes (Avenida Juan de Palafox y Mendoza 227), Casa de Toledo o Aduana Vieja (2 Oriente 409), la Casa Amarilla (2 Oriente 410) (no mencionados en sus informes), Atanacio Pláceres y el edificio de la Escuela de Comunicación (3 Oriente 212).

4. Del Barrio Universitario a la Ciudad del Saber

La presencia universitaria ha fortalecido una actividad económica relacionada con servicios escolares: transporte, alojamiento, alimentación, ocio y recreo, comercio diverso, administración, salud, bibliotecas, librerías y vitalidad, con su presencia física. Fue tal el impacto que este espacio fue denominado Barrio Universitario porque la dinámica que aquí se desarrolla le ha convertido en parte esencial de la cotidianidad del Centro Histórico y de la Zona Metropolitana. Este ejemplo fue seguido por otras instituciones de educación superior, aunque los casos más significativos son el de la [Universidad Popular Autónoma de Puebla](#) (UPAEP, 1974), con un crecimiento cuantitativamente similar al de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en el Barrio de Santiago, pero no invirtiendo en inmuebles históricos; más recientemente la [Universidad de las Américas](#) (UDLAP) y el [Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey \(ITESM\)](#), que han establecido museos restaurando edificios en el Centro Histórico (Casa del Arte y Museo, respectivamente).

Con fundamento en lo anteriormente expuesto podemos concluir que la necesidad espacial, la economía, el contexto cultural de la Universidad y el de la ciudad, fueron determinantes para la adquisición de los inmuebles ubicados en el centro histórico. Si bien la preocupación por una contribución a la conservación del Patrimonio Cultural no fue el móvil principal de las adquisiciones, no se dejaba de mencionar la repercusión cultural de dicha acción. Y que si bien es cierto que vivimos en una época de cambios no podemos dejar de aludir a los avances que tenga la Universidad en cuanto a contribución a la preservación del Patrimonio Cultural Arquitectónico.

Todo lo anterior compromete aun más a la Universidad, como institución encargada de difundir la ciencia y la cultura, la buena conservación y mantenimiento de dicho Patrimonio Cultural.

Finalmente, comentar que la financiación de la cultura y especialmente la inversión en restauración fue posible gracias a la visión humanista de personajes específicos.

En Puebla, debe reconocerse esa visión en Guillermo Jenkins, labor que continuaron por testamento y fundaciones establecidas, don Manuel Espinosa Yglesias (Fundación



Mary Strett Jenkins), Ángeles Espinosa Rugarcía (Fundación Amparo) y Amparo Espinosa Rugarcía ([Centro de Estudios Manuel Espinosa Yglesias](#)), con cuyos recursos económicos, dejados para fines benéficos, fue posible atender demandas del Centro Histórico.

En un ámbito distinto, por tratarse de una institución pública, durante el rectorado de Alfonso Vélez Pliego la Universidad Autónoma de Puebla adquirió prestigio nacional en la recuperación y conservación del Patrimonio Arquitectónico porque aplicó el presupuesto destinado a la construcción de espacios escolares de una manera diferente.

Con esa base de conocimientos y experiencia obtuvo el Premio Francisco de la Maza que otorga anualmente el Instituto Nacional de Antropología e Historia a quienes contribuyen en la restauración, conservación e investigación del Patrimonio Nacional y también participó activamente en la conformación del expediente que se entregó al Comité del Patrimonio Mundial para que Puebla fuera inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial. Aunque todo se hizo de manera institucional, la sociedad poblana reconoce que eso no hubiera sido posible si el Rector no hubiera estado enamorado del Patrimonio poblano.

5. Fuentes consultadas

Amador Tello, Judith, Asciede a más de 16 MMDP el presupuesto aprobado para Cultura en 2012, 15 de noviembre de 2011, Proceso.com.mx, Cultura y espectáculos.

<http://www.proceso.com.mx/?p=288299>

Discurso a nombre de la Fundación Jenkins, en la inauguración de centros de capacitación, Manuel Espinosa Yglesias, 1964. Centro de Estudios Espinosa Yglesias, Discursos, Ponencias y Entrevistas. <http://www.ceey.org.mx/site/files/1964-5.pdf>

Nexos en Línea, El presupuesto para la Cultura en México.

<http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=661348>

Trueblood, Beatrice, Realización y Diseño, Fundación Mary Street Jenkins, Primera Edición 1988.

Portal del Museo Amparo.

<http://www.museoamparo.com/pagina/Introduccion.html>

Primer informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1982.

Primer informe del segundo periodo del rector Alfonso Vélez Pliego, 1985.

Primer informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1985 (segundo periodo).

Sexto informe del rector Alfonso Vélez Pliego, 1987.

Texto original del libro sobre la Fundación Amparo, prólogo Manuel Espinosa Yglesias, México, 1991.

Centro de Estudios Espinosa Yglesias, Discursos, Ponencias y Entrevistas.

http://www.ceey.org.mx/site/files/IIA3a_1991-2.pdf



SALVANDO LA CUNA DE LA CIVILIZACIÓN MAYA, UN MODELO DE COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN GUATEMALA

CLAUDIA ROSALES Y ROSALES
Directora Ejecutiva de Pacunam

La [Reserva de la Biosfera Maya](#) se localiza en el corazón de la Selva Maya. Es un tesoro ecológico que cubre una quinta parte de todo el territorio de Guatemala (21.602 kilómetros cuadrados). Gran parte del perímetro todavía permanece intacto y se estableció para conservar - para las generaciones presentes y futuras - una de las áreas de Patrimonio Natural y Cultural más espectaculares en el mundo. La Reserva de la Biosfera Maya es el último bastión para proteger a las grandes especies en peligro, que incluyen al jaguar, el puma, el tapir y el mono aullador. También contiene la concentración más alta de ruinas Mayas.

El año 2012 marcó el cambio emblemático de una era de acuerdo con el antiguo calendario de los Mayas. Este importante evento ha provocado un interés global en los temas ambientales y culturales en Guatemala. Después de décadas de arduo trabajo por parte de arqueólogos, ambientalistas, biólogos, epigrafistas y otros científicos dedicados a entender a la antigua civilización Maya, los ojos de todo el mundo están ahora enfocados en nuestro país.

Esta situación nos da una oportunidad sin precedentes para compartir nuestra causa con el mundo. La Reserva de la Biosfera Maya esta en gran peligro: los incendios forestales, el tráfico de drogas, la tala ilegal, los nuevos asentamientos, el tráfico de animales y el saqueo arqueológico constituyen amenazas directas a la riqueza ambiental y cultural de la biosfera.

[Pacunam](#), entre cuyos miembros hay compañías líderes que actúan en Guatemala, fue fundada en 2006 para ayudar a salvar y proteger nuestro Patrimonio Cultural y Natural para el beneficio de las generaciones futuras. Las principales empresas que operan en Guatemala se han unido a Pacunam en sus esfuerzos para preservar la Reserva de la Biosfera Maya (RBM).

Pacunam ha asegurado una alianza público-privada con el gobierno de Guatemala y otras organizaciones mundiales de renombre. En la RBM, Pacunam trabaja para apoyar el desarrollo de proyectos de alto impacto colaborando con comunidades locales, organizaciones no lucrativas y agencias gubernamentales.

Los objetivos de Pacunam son proveer apoyo financiero para la investigación de sitios arqueológicos estratégicos dentro de la Reserva de la Biosfera Maya, con el fin de proteger el sistema ecológico y cultural. Desarrollar la ruta Carmelita-Mirador como un circuito turístico sostenible para proveer una fuente de ingresos para las comunidades locales. Promover los programas de Acuerdos de Conservación en las comunidades



locales, creando incentivos para hacer de la conservación de la biodiversidad una alternativa económicamente viable para los usuarios de los recursos locales y fomentar intercambios culturales internacionales a través de eventos, seminarios, conferencias, talleres y exhibiciones.



1. ¿Por qué es importante la Reserva de la Biosfera Maya?

La importancia de la Reserva de la Biosfera Maya radica en su tamaño, biodiversidad y tesoros culturales.



La Reserva de la Biosfera Maya, ubicada en el corazón de la Selva Maya, es un tesoro ecológico que cubre una quinta parte del territorio guatemalteco y que fue establecida el 5 de febrero de 1990 por el Congreso de la República de Guatemala.

El área contiene uno de los niveles más altos de endemismo en el mundo, variando del 3,8% de especies de aves al 28,9% de especies de anfibios. Durante el invierno del Hemisferio Norte millones de aves migratorias encuentran refugio en esta zona y es el último santuario de la guacamaya roja.

La RBM contiene al menos veinte tipos de bosques, con cientos de especies de árboles que incluyen la caoba, la ceiba y el cedro español; además almacena 569,5 millones de toneladas de dióxido de carbono (CO₂). La Reserva de la Biosfera Maya sirve como fuente de agua para las comunidades aledañas y como un depósito mayor de carbono para todo el planeta, además de conservar su biodiversidad.

Como parte del área silvestre más grande en Mesoamérica y la última porción significativa de bosque tropical en Guatemala, la Reserva de la Biosfera Maya tiene un gran valor ambiental y una influencia significativa en el cambio climático.

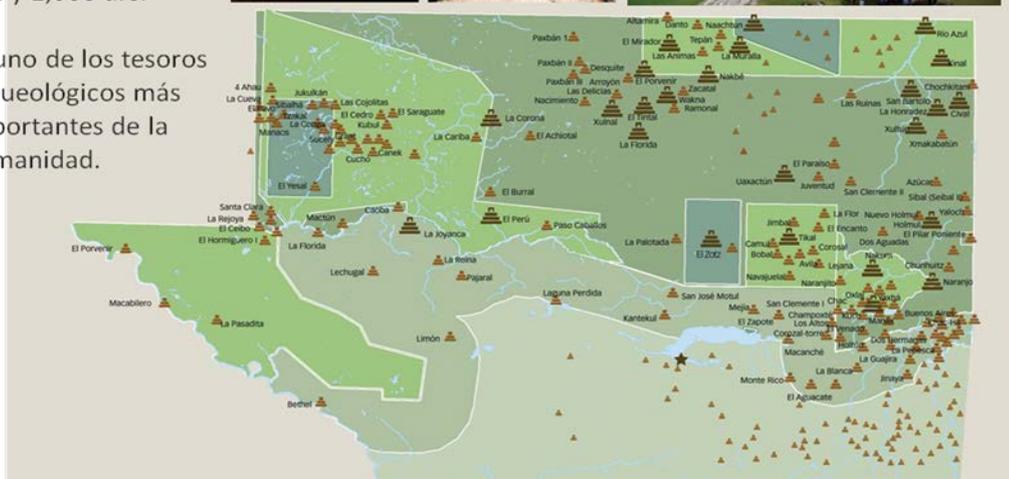
La Reserva de la Biosfera Maya tiene, además, la concentración más alta de antiguas ciudades Mayas:

POSEE LA CONCENTRACIÓN MÁS ALTA DE ANTIGUAS CIUDADES MAYAS.

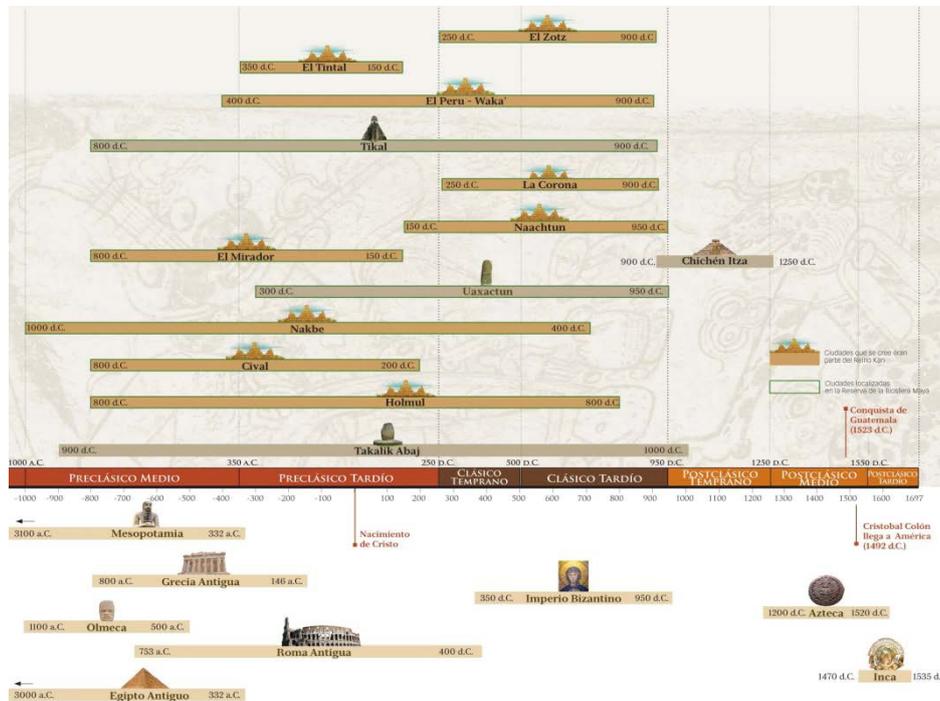
Miles de sitios arqueológicos que se fechan entre 1,000 a.C. y 1,000 d.C.



Es uno de los tesoros arqueológicos más importantes de la humanidad.



- Fue hogar de las primeras ciudades de la civilización Maya.
- Con miles de sitios arqueológicos que se fechan entre 1000 a.C. y 1000 d.C.
- Atrae turistas de todo el mundo.



Los grandes avances en la arqueología y epigrafía nos han revelado cuánto falta aún por descubrir y entender sobre esta compleja civilización.

En años recientes, varios expertos académicos se han enfocado en la historia del estado político Maya más exitoso: el Reino Kan, nombrado Kan por los mismos Mayas (término que significa serpiente) y que fue identificado en el período Clásico por su glifo emblema que representa la cabeza de una serpiente. Este emblema de serpiente es el glifo que tuvo la mayor distribución en toda la región de las Tierras Bajas Mayas (hoy la Reserva de la Biosfera Maya). La presencia del glifo emblema de la serpiente en un territorio tan extenso señala la importancia que tuvo el Reino Kan. Por lo tanto, hoy en día es bastante aceptado que fue lo más cercano a que llegaron los Mayas de crear un imperio.

Todas las grandes ciudades mayas se abandonaron y se desvanecieron con el tiempo, permaneciendo ocultas bajo la selva petenera.

2. Amenazas a la Reserva de la Biosfera Maya

La actividad humana supone fuertes amenazas a su riqueza ambiental y cultural: narcotráfico, tala y ganadería ilegal, construcción de caminos ilegales, nuevos asentamientos, tráfico de especies salvajes, saqueo arqueológico y otros tipos de actividad criminal asociados.

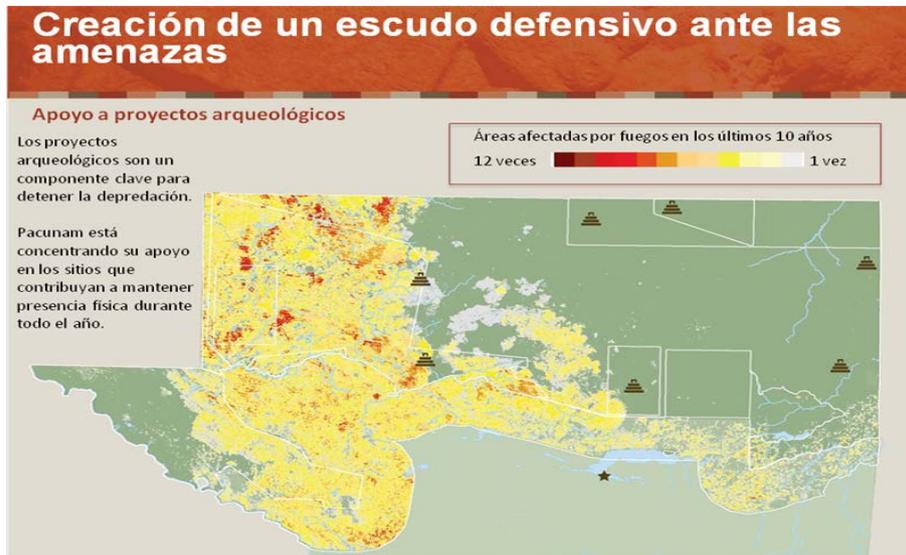
- Con el saqueo la información que necesitamos se pierde.
- El tráfico de especies coloca a las especies amenazadas bajo más estrés.
- El fuego destruye el bosque tropical, junto con su fauna y restos arqueológicos.
- La fuerte presión en la zona de amortiguamiento y el débil manejo de la zona de usos múltiples crea un alto potencial de conflicto social.



Pacunam trabaja en conjunto con organizaciones que pueden proporcionar apoyo financiero y compartir su experiencia técnica, buenas prácticas y otros recursos para salvar la Reserva de la Biosfera Maya. Pacunam y sus socios están trabajando para proteger áreas intactas y restaurar las degradadas, crear programas de Acuerdos de Conservación para mejorar el bienestar de las comunidades locales, estableciendo incentivos para hacer de la conservación de la biodiversidad una alternativa económicamente viable y promover un manejo transparente de la Reserva de la Biosfera Maya, apoyando mecanismos de gobernabilidad que ayuden a la conservación. Es esencial el apoyo que se le da a la investigación arqueológica en el Reino Kan.

Los proyectos arqueológicos son un componente clave para detener la depredación.

Pacunam está concentrando su apoyo en los sitios que contribuyan a mantener presencia física durante todo el año y creando un escudo defensivo ante las amenazas.



Nos enfocamos en tres áreas estratégicas:

1. Investigación arqueológica.
2. Conservación del medio ambiente.
3. Desarrollo de actividades económicas sostenibles.

3. Los sitios arqueológicos claves

[El Mirador.](#)

Nombre original: desconocido.

Director del proyecto: Dr. Richard Hansen, Idaho State University.

El Mirador es la más grande de las ciudades Mayas del Preclásico y la primera ciudad-estado en emerger de la selva de Petén. Se localiza en el extremo sur de una elevación cárstica comúnmente conocida como la Cuenca Mirador, que está llena de terrenos pantanosos cuyos suelos fértiles antiguamente sostuvieron a miles de agricultores.

La población fue gobernada por una autoridad central cuya sede se encontraba en El Mirador. A su alrededor se erigieron otras ciudades como Nakbe, Tintal, Wakna, Xulnal, así como muchos centros de menor tamaño. Se construyeron calzadas monumentales para conectar estos centros, reflejando así la gran fuerza laboral que controlaban los gobernantes de El Mirador. Estos reyes divinos también construyeron pirámides masivas, considerados como los complejos arquitectónicos más grandes construidos por los mayas: Complejos Danta, El Tigre, Cascabel, Monos, León y la Acrópolis.

Algunas inscripciones del período Clásico sugieren que El Mirador pudo haber sido el origen y la primera capital del Reino Kan, que con el tiempo sería la entidad política más importante en la historia Maya.

El Mirador ha sido estudiado por más de treinta años. El trabajo de Richard Hansen ha llamado la atención sobre la importancia de El Mirador tanto como evidencia de una civilización Maya totalmente desarrollada en el período Preclásico, como por ser una de las regiones naturales mejor conservadas dentro de la Reserva de la Biosfera Maya. Excavaciones recientes han descubierto un friso de estuco único que representa el inframundo acuático y que incluye una de las representaciones más tempranas de los héroes gemelos del Popol Vuh.



El Perú.

Nombre original: Waka'.

Director del proyecto: Dr. David Freidel, Washington University of St. Louis.

El Perú-Waka' se localiza cerca del río San Pedro, que fue la principal ruta de comunicación que conectó el río Usumacinta y el Golfo de México con el centro de Petén. La ciudad, originalmente llamada Waka', fue habitada durante el período Clásico, entre los siglos tercero y noveno d.C. Su importancia radica en que fue aliada con los dos reinados más poderosos del período Clásico: Tikal y el Reino Kan.

Waka' fue un importante aliado de Tikal en la primera mitad del período Clásico. Sin embargo, durante la expansión del Reino Kan (siglo séptimo), el rey K'inich B'ahlam se

casó con una princesa de la ciudad rival de Tikal, Calakmul. Esta alianza daría como resultado la prosperidad de Waka' en los siguientes años.

Las excavaciones lideradas por el Dr. Freidel y el Dr. Héctor Escobedo (Universidad de San Carlos de Guatemala) han descubierto extraordinarias tumbas de la realeza que datan del período de la alianza con el Reino Kan, incluyendo la tumba de una reina (Entierro 8). Otra tumba real (Entierro 39) del mismo período contuvo una excepcional ofrenda de figurillas de barro que representan al rey, la reina y toda la corte real.



[La Corona.](#)

Nombre original: Sak Nikte'.

Director del proyecto: Dr. Marcello Canuto, Tulane University.

Este pequeño sitio se localiza a 27 kilómetros al norte de Waka', al oeste de la alta meseta cárstica de El Mirador y en el límite oriental de los humedales pantanosos del Parque Nacional Laguna del Tigre.

Al ser fuertemente saqueado en la década de los años sesenta, muchas de sus esculturas finamente talladas terminaron en colecciones privadas y museos de arte de todo el mundo. Como en ese momento se desconocía de donde venían estas esculturas, por mucho tiempo se conocieron como provenientes de una ciudad Maya perdida llamada el Sitio Q. Con el descubrimiento de un panel jeroglífico muy bien conservado en 2005, finalmente se comprobó que Sak Nikte' era el perdido Sitio Q.

La Corona fue uno de los aliados más leales e importantes del Reino Kan. Como consecuencia, la alta calidad de las inscripciones de La Corona han proveído de información invaluable sobre dicho Reino, incluyendo los matrimonios de los reyes

locales de Sak Nikte' con tres princesas de la poderosa capital de Calakmul. Esto demuestra la importancia de las alianzas matrimoniales durante el período Clásico, así como la importancia estratégica de La Corona durante la expansión del Reino Kan en el siglo séptimo d.C. Las investigaciones recientes llevadas a cabo por los doctores Marcello Canuto y Tomás Barrientos (Universidad del Valle de Guatemala) han empezado a ayudar a los expertos a entender el papel que jugó La Corona como parte del Reino Kan y su dominio por toda la región de Petén.



Naachtun.

Nombre original: desconocido.

Glifo emblema: desconocido.

Directores del proyecto: Dr. Dominique Michelet y Dr. Philippe Nondedeo, CNRS/Universidad de Paris 1 Panthéon Sorbonne.

Aunque el sitio de Naachtun se conoce desde 1922, solamente se ha sometido a excavaciones desde el 2002 (originalmente bajo la dirección de Kathryn Reese-Taylor de la Universidad de Calgary y Ernesto Arredondo de la Universidad del Valle de Guatemala).

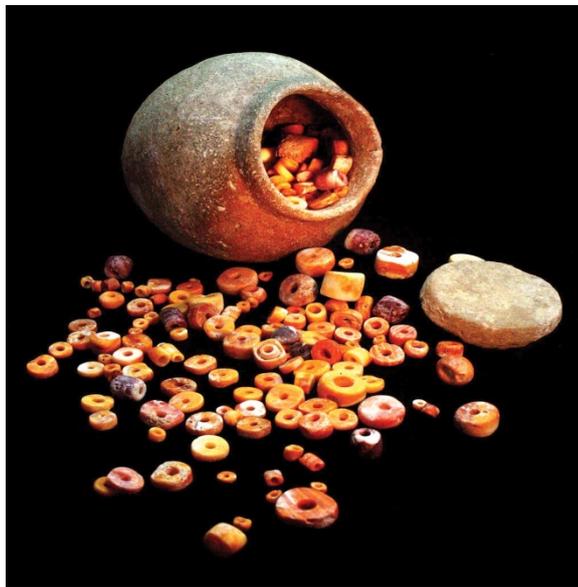
El sitio se localiza en una parte remota pero muy importante de la Reserva de la Biosfera Maya, la cual ha sido por décadas vulnerable a la actividad de saqueadores. El sitio fue nombrado Naachtun por Sylvanus Morley, que significa piedra distante; sin embargo, su nombre original, que todavía se desconoce, es uno de los enfoques del actual proyecto.

Durante el inicio del período Clásico y justo después del abandono de El Mirador (ubicado a pocas millas al oeste), Naachtun se convirtió en un importante centro en el

norte de Petén. La monumentalidad de sus edificios y la gran cantidad de estelas con inscripciones reflejan la prominencia de Naachtun en la región, la cual jugó un papel clave durante el conflicto entre Tikal y el Reino Kan.

Su ubicación a medio camino entre las dos ciudades rivales pudo permitir que mantuviera cierta neutralidad política, aunque pudo también haber tomado partido en algunas ocasiones. Desafortunadamente el mal estado de sus inscripciones ha hecho difícil obtener interpretaciones históricas más precisas.

Las excavaciones actuales están siendo dirigidas por los arqueólogos franceses Dominique Michelet y Philippe Nondedeo y por el guatemalteco Carlos Morales-Aguilar (Universidad de San Carlos de Guatemala).



[El Zotz.](#)

Nombre original: Pa'chan.

Director del proyecto: Edwin Román (University of Texas).

El sitio se localiza a solo veinte kilómetros al oeste de Tikal y su ocupación data mayormente del período Clásico. Las inscripciones encontradas en distintas ciudades indican su afiliación cercana con El Zotz, así como una alianza política con el Reino Kan. Durante la expansión del Reino Kan, El Zotz' parece haber sido vasallo de Waka', constituyéndose en un centro estratégico debido a su proximidad con Tikal.

Las excavaciones recientes lideradas por el Dr. Stephen Houston (Brown University) descubrieron una tumba real muy temprana en la pirámide conocida como El Diablo, la cual estuvo ricamente decorada con máscaras y frisos de estuco.



Cival.

Nombre original: desconocido.

Glifo emblema: desconocido.

Director del proyecto: Dr. Francisco Estrada-Belli (Boston University).

La ciudad fue descubierta en 2001 después de haber estado perdida cien años para la arqueología. Es una de las ciudades más antiguas en las Tierras Bajas Mayas y ha revelado muchos secretos sobre los inicios más tempranos de la civilización Maya.

Fue fundada en 800 a.C. con un proyecto constructivo masivo que remodeló toda la cima de un cerro para crear una gran plaza que incluyó en su centro un complejo arquitectónico astronómicamente orientado. El ritual de dedicación de este complejo incluyó la ofrenda de una gran cantidad de riqueza en la forma de piedras y hachas pulidas de jade (la mayor cantidad de jade recuperada de un solo contexto).

En los siguientes mil años el centro ceremonial creció para convertirse en una gran ciudad Maya Preclásica. Cada generación agregó pirámides y palacios más grandes, atestiguando así la gran sofisticación cultural siglos antes al período Clásico. La ciudad incluye cinco plazas rituales astronómicas separadas, obras de manejo de agua, palacios reales y templos piramidales altos. Alrededor de 200 a.C. la imagen de un rey de Cival fue tallada en una estela, iniciando una larga tradición de imágenes de la realeza que continuaría por todo el período Clásico.

En su apogeo, Cival tuvo una población de más de 10.000 habitantes y controló un gran territorio. Sin embargo, la vida urbana llegó a un fin abrupto alrededor de 200 d.C., que coincidió con la caída de su gran aliado o patrón, El Mirador. El gran muro que circula el centro ceremonial es la única evidencia sobre la causa del abandono. Fue un final violento en las manos de un rival desconocido.



El poder de la realeza y la vida urbana continuó en el cercano Holmul por otros ochocientos años.



[Holmul.](#)

Nombre original: desconocido.

Glifo emblema: desconocido.

Director del proyecto: Dr. Francisco Estrada-Belli (Boston University).

Esta ciudad del Período Clásico reemplazó a Cival como la capital regional de una región importante entre el Peten Central y la costa del Caribe. Se conoció desde la primera expedición científica al Petén en 1909, pero después pasó desapercibida para los arqueólogos.

Como Cival, Holmul tuvo orígenes tempranos. Los primeros ocupantes se asentaron alrededor de 1100 d.C., varios siglos antes que muchos otros sitios en las Tierras Bajas Mayas. Bajo el auspicio de los gobernantes de Cival, Holmul se convirtió en el asiento de poder a inicios del período Clásico. En ese mismo período, surgió la ciudad distante de Teotihuacan (México), por lo que en esta región aparecen retratos de guerreros distintivos en los muros de los palacios, monumentos y artefactos de Holmul, los cuales imitan el estilo Teotihuacano. Estos extranjeros pudieron tener un papel importante en el cambio de poder de Cival a Holmul, así como en otros sitios Mayas.

Durante el período Clásico Temprano, existieron fuertes nexos entre Holmul, Tikal y Teotihuacan. La gran cantidad de evidencia proveniente de Holmul ha dado nuevos datos en cuanto al largo debate sobre el papel que jugó Teotihuacan en las entidades políticas Mayas del período Clásico. En este caso apunta hacia una influencia política directa por parte del primer gran poder de Mesoamérica.

A lo largo del período Clásico, Holmul se convirtió en un espacio de conflictos entre los reinos de Tikal y Naranjo. Eventualmente cayó bajo el dominio de los reyes de Naranjo, quienes construyeron varios palacios provinciales en Holmul. Uno de los gobernantes de Holmul pudo ser un señor que fue sacrificado en 748 d.C. durante la capitulación final de la dinastía de Naranjo.

El abandono final de Holmul ocurrió alrededor de 1000 d.C., después que la mayoría de ciudades de las Tierras Bajas.

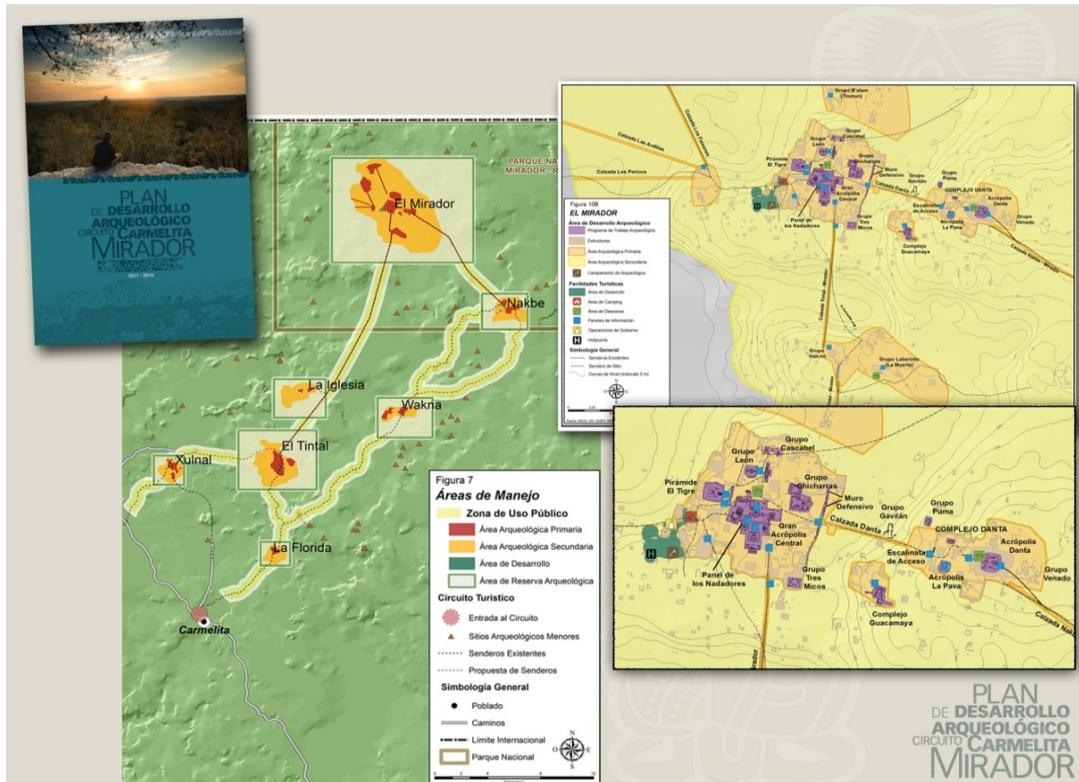
Las pirámides de Holmul en el período Clásico esconden en su interior una gran cantidad de ejemplos de arquitectura decorada del Preclásico, haciendo de este sitio uno de los mejores laboratorios para estudiar la continuidad - por más de 2.000 años - del arte, arquitectura, historia y dinámica ambiental de las Tierras Bajas Mayas.

4. Desarrollo económico sostenible y fortalecimiento institucional

Pacunam realiza una serie de actuaciones tendentes a la consecución de un desarrollo económico sostenible y del necesario fortalecimiento institucional. Entre ellas destacan las siguientes:

- a) Apoyo al Ministerio de Cultura y Deportes en acciones necesarias para la protección del Patrimonio Histórico:
 - 1) Actualización de la Lista Indicativa de Guatemala con los bienes culturales y/o naturales que se considera que poseen un valor universal excepcional.
 - 2) Elaboración del diagnóstico y análisis del marco jurídico de la Zona Cultural y Natural de Mirador y sus áreas de influencia.

- b) Plan de Desarrollo Arqueológico del Circuito Carmelita-Mirador.



Apoyo al [Instituto Guatemalteco de Turismo, Inguat](#), en acciones necesarias para la promoción del destino Reino Kan

- Elaboración del Plan de Desarrollo de Producto Turístico.
- Capacitación y Asistencia Técnica.
- Uniformes.
- Logotipo.
- Señalización.
- Página web.
- Material Promocional.
- Programa de Atención a Visitantes del Circuito Carmelita-Mirador.
- Estaciones y paneles interpretativos.

c) Apoyo al [Consejo Nacional de Áreas Protegidas, CONAP](#), en:

- 1- Divulgación del [Plan de Uso Público del Parque Nacional Mirador Río Azul](#) y sus accesos.
- 2- Elaboración de manuales contables, de procedimientos administrativos y de organización y funciones, institucionalizado y aprobado para el modelo concesionario en la ZUM.
- 3- Adquisición de software contable y acompañamiento en su uso.
- 4- Provisión de seguridad física a los Sitios Arqueológicos

d) Acuerdos de incentivos para la conservación en Carmelita y Uaxactún con una iniciativa para prevenir la deforestación de la RBM, en las concesiones forestales de Carmelita, San Andrés-Petén y en Uaxactún.

e) Diseño de un fondo patrimonial. Evaluación de mecanismos financieros pre-existentes y figuras legales para el establecimiento de un fondo para la conservación de recursos naturales y culturales en la RBM.

f) Programa guatemalteco 2. Diseño de un sistema para la transacción voluntaria de pago por servicios de mitigación de emisiones de gases de efecto de invernadero a través de actividades de reforestación en la RBM.

Diseño del sistema de administración financiera para el pago por dichos servicios y del programa de monitoreo y medición.

g) Difusión y Sensibilización. Se llevan a cabo actividades sobre la importancia de conservar nuestro legado para las futuras generaciones y para la valorización de la cultura Maya a nivel nacional e internacional.

A Nivel Nacional

Campaña Reino Kan.

Conferencias Académicas:

- Sitio Arqueológico Waka'.
- [V Convención Mundial de la Arqueología Maya.](#)

Exhibiciones: Waka' y Naachtun.

Conferencias de Prensa.

A Nivel Internacional

Exposiciones:

- Del amanecer al atardecer de la Antigua Civilización Maya; el legado cultural de Guatemala, en el museo Quai Branly, París, Francia. 2011.
- La Civilización Maya 2012; El Amanecer de la Cultura Maya, Corea, 2012.

Presentaciones en Estados Unidos:

- New York City, New Museum, Mayo 16.
- Penn Museum, Mayo 18.
- Los Angeles, Majestic Halls, Junio 7.

Apoyo a Reportajes en Revistas

Apoyo a Programas:

- CNN.
- Discovery Channel.
- Canal Antigua.
- History Channel.
- National Geographic.



Presencia en Medios Digitales:

- Sitio Web.
- Redes Sociales (Facebook, Twitter).

Cobertura en Medios.

Presencia constante en medios escritos.

79 artículos positivos en medios escritos (prensa nacional).

1 artículo negativo (prensa nacional e internacional).

40 artículos positivos en medios escritos (prensa internacional).

Presencia Constante en Televisión y Revistas Especializadas.

18 reportajes en televisión nacional e internacional.

Noticieros:

- Canal Antigua.
- Noti 7.
- Telediario.
- Hechos Guatemala.
- Matutino Express.
- TN23.
- Guatevisión.

Programas de TV:

- A las 8:45.
- Viva la Mañana.

Cobertura en Medios



5. Aliados en la Conservación

[Fundación Príncipe Alberto II de Mónaco.](#)

Co-patrocinador con Pacunam del Programa de Incentivos de Conservación para las comunidades de Carmelita y Uaxactun, dirigido a la protección del bosque a través del desarrollo social y económico.

[Fundación Hitz.](#)

Ayudó a Pacunam a finalizar el marco legal para el manejo de la ruta de acceso Carmelita-Mirador y actualmente está ayudando a desarrollar el programa de visitantes para el área.

[Departamento del Interior de los Estados Unidos.](#)

Ayuda en la protección de los recursos culturales en lugares estratégicos a través del apoyo en las temporadas de campo arqueológicas en los proyectos financiados por Pacunam. Al incrementar la presencia en el campo y la seguridad anual, Pacunam y el USDOJ promueven beneficios sociales, conservación y protección del área.

[Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala](#)

Promueve y apoya la investigación científica, restauración y conservación de los sitios arqueológicos en la Reserva de la Biosfera Maya.

[Wildlife Conservation Society, Asociación de Comunidades Forestales de Petén y Asociación Balam.](#)

Apoyo al Programa de Incentivos de Conservación para las comunidades de Carmelita y Uaxactun.

[Rainforest Alliance.](#)

Trabaja con Pacunam para desarrollar un mercado de bonos de carbón.

[Global Heritage Fund](#) y [Foundation for Anthropological Research and Environmental Studies.](#)

Socios con Pacunam para el apoyo de la investigación científica, restauración y conservación de la Acrópolis Central del sitio El Mirador, así como varios estudios en los sitios arqueológicos de Tintal y Nakbe.

Junto con estas fundaciones, Pacunam ha desarrollado el Plan de Desarrollo Arqueológico para el Sistema Cultural y Natural Mirador.

El [Fondo Multilateral de Inversión del Banco Interamericano de Desarrollo \(FOMIN-BID\)](#).

Trabaja con Pacunam en un proyecto compartido para desarrollar el área del Reino Kan como un destino turístico a través de la planificación estratégica, mercadeo, asistencia técnica y educación vocacional para operadores de turismo.

[Fundación para el Desarrollo de Guatemala.](#)

A cargo de implementar el proyecto Definición y Manejo del Destino Turístico del Área del Reino Kan en Petén, Guatemala. El objetivo es contribuir a la conservación, desarrollo y posicionamiento del Reino Kan como un destino turístico, por medio del

reforzamiento de la capacidad de las comunidades locales para proveer servicios turísticos que aseguren una experiencia enriquecedora y estándares de calidad.

Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP).

Facilita la implementación de estrategias conjuntas con Pacunam para la conservación de la biodiversidad en la Reserva de la Biosfera Maya.

Gracias al apoyo e inversión de nuestros aliados, los sitios arqueológicos Mayas financiados por Pacunam han recibido elogios y cobertura internacional en medios de prestigio, como Smithsonian Magazine, Archaeology Today, National Geographic Channel, CNN, y Discovery Channel. Los artefactos de estos sitios atrajeron a más de 250.000 visitantes en la exhibición en el Museo Quai Branly de París en 2011.



LOS INCENTIVOS ECONÓMICOS EN EL PERÚ PARA LOS PROPIETARIOS DE INMUEBLES DECLARADOS PATRIMONIO CULTURAL

JUAN PABLO DE LA PUENTE

Abogado en Derecho del Patrimonio Cultural y
Director Ejecutivo del World Monuments Fund en el Perú

1. Preámbulo

La [Ley Peruana que regula el Patrimonio Cultural de la Nación](#)⁶⁵ asigna el derecho de propiedad sobre inmuebles culturales de manera diferenciada en función de su época de construcción. Es así que los inmuebles Pre-hispánicos⁶⁶, o también denominados Monumentos Arqueológicos, son de propiedad exclusiva del Estado, mientras que los Virreinales y Republicanos⁶⁷, o también denominados Monumentos Históricos, sí pueden ser de propiedad privada. Esta ponencia se centrará en analizar el caso de la propiedad privada de Monumentos Históricos, por parte de individuos, familias y empresas y no de entidades sin ánimo de lucro⁶⁸.

No existen cifras oficiales sobre cuántos Monumentos Históricos son de propiedad de individuos, familias o empresas. No obstante, para tener una idea del número total de Monumentos Históricos existentes es pertinente hacer referencia a la cifras contempladas en el "[Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Perú](#)", publicado el año 2011 por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Ministerio de Cultura⁶⁹.

A continuación reproducimos un mapa que se encuentra en la página 82 de la mencionada publicación. El mapa muestra las distintas regiones del Perú, especificando, de color más oscuro, aquellas con mayor concentración de Monumentos Históricos. Sin embargo, no se ha hecho una separación según su titularidad por lo que se incluyen inmuebles públicos y privados, tanto de instituciones no lucrativas como de empresas y familias.

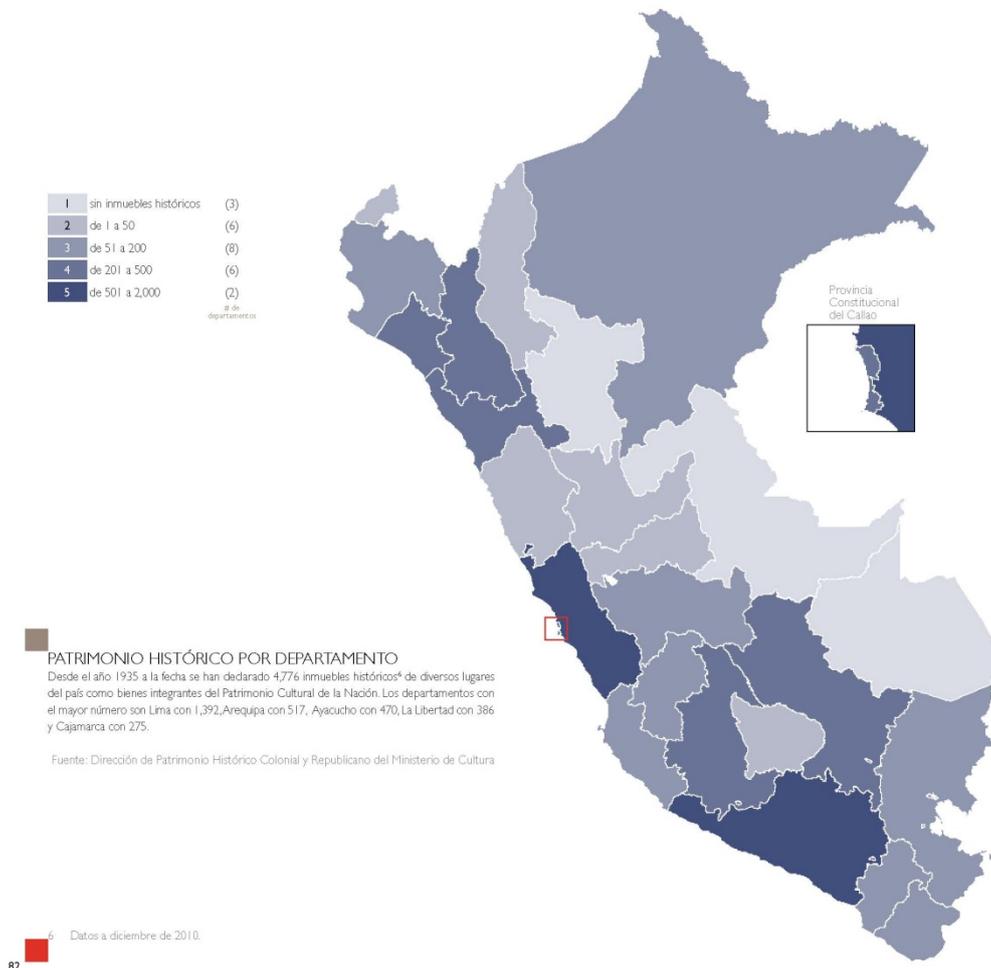
⁶⁵ Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, Ley No. 28296, publicada el 22 de julio de 2004.

⁶⁶ La época Pre-hispánica comprende a todos los inmuebles que fueron construidos desde los tiempos más antiguos hasta antes de la conquista del Imperio Incaico por parte del Imperio Español en el año 1532.

⁶⁷ La época Virreinal, o también llamada Colonial, comprende a todos los inmuebles construidos durante la existencia del Virreinato del Perú hasta la independencia de la República del Perú, es decir entre 1532 y 1821. Los construidos luego de 1821 son parte de la época Republicana.

⁶⁸ De conformidad con el [Código Civil Peruano](#), son consideradas entidades privadas sin ánimo de lucro a las Fundaciones y a las Asociaciones Civiles.

⁶⁹ La mencionada publicación puede ser descargada gratuitamente en el siguiente link de la página Web del Ministerio de Cultura: <http://www.mcultura.gob.pe/atlas>



Fuente: "Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Perú" p.82 BID, MC (2011)

Los datos, actualizados a junio de 2011, muestran que desde el año 1935 se han declarado 4.793 inmuebles históricos en diversos lugares del país. De ellos, 4.269 son Monumentos Históricos, declarados individualmente como tales, 399 son Ambientes Urbanos Monumentales, 76 Zonas Monumentales, 48 son Inmuebles de Valor Monumental y 1 es un Conjunto Monumental.

Sin embargo, cabe precisar que el número total de 4.793 inmuebles declarados incluye 399 que son Ambientes Urbanos y 76 Zonas Monumentales, de manera que, en realidad, el número total de inmuebles protegidos es mucho mayor que 4.793, puesto

que los Ambientes Urbanos y Zonas Monumentales cubren áreas urbanas que comprenden no sólo calles y plazas sino también diversos inmuebles individuales. Así pues, seguimos sin tener claro el número exacto de Monumentos Históricos protegidos y habría que realizar una investigación exhaustiva para ello, especificando además otros datos, como la titularidad. Sin embargo, es claro que estamos hablando de una cifra considerable de inmuebles.

2. Incentivos Económicos aplicables para Inmuebles del Patrimonio Cultural

2.1 Beneficios Tributarios

A continuación describiremos el régimen general de beneficios tributarios que la ley peruana contempla para los inmuebles integrantes del Patrimonio Cultural, para luego identificar cuáles de ellos son aplicables a los Monumentos Históricos de propiedad privada de individuos, familias o empresas.

- Impuesto de Alcabala.

El Impuesto de Alcabala es un impuesto municipal que grava la transferencia de propiedad de inmuebles. La tasa del impuesto es el 3% del valor del inmueble siendo el adquirente el obligado al pago⁷⁰.

De conformidad con el artículo 46.2 de la [Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación](#), no están gravadas las transferencias de inmuebles que realice el Gobierno Nacional, Regional y las Municipalidades, a favor del Ministerio de Cultura, la Biblioteca Nacional o el Archivo General de la Nación.

Es decir, este incentivo tributario no es aplicable para propietarios privados de Monumentos Históricos pues únicamente aplica para bienes de propiedad pública y sólo cuando el adquirente sea el Ministerio de Cultura, la Biblioteca Nacional o el Archivo General de la Nación.

- Impuesto Predial.

El Impuesto Predial es un impuesto municipal anual que grava el valor de la propiedad inmueble. La tasa del impuesto es un porcentaje del valor de la propiedad y éste puede variar desde 0.2% hasta 1%, siendo el propietario el obligado al pago.⁷¹

No están gravados con el Impuesto Predial los Monumentos Históricos de propiedad privada, siempre y cuando su uso sea para casa habitación, sedes de instituciones sin fines de lucro o sean declarados inhabitables por la Municipalidad respectiva, de conformidad con el artículo 46.1 de la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, concordado con el literal I) del artículo 17 del [Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal](#).

⁷⁰ Capítulo II del Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal, aprobado mediante Decreto Supremo No. 156-2004-EF, publicado el 15 de noviembre de 2004.

⁷¹ Ibid., Capítulo I.

Así, este incentivo es aplicable únicamente para propietarios privados de Monumentos Históricos que los utilicen para su propia vivienda o que hayan sido declarados inhabitables por la Municipalidad respectiva. Cabe precisar que este beneficio se aplica sólo para los inmuebles que hayan sido declarados de forma individual como integrantes del Patrimonio Cultural por el anterior Instituto Nacional de Cultura o el actual Ministerio de Cultura. Los inmuebles que están comprendidos en Ambientes Urbanos o Zonas Monumentales no se benefician de este incentivo económico.

- Impuesto a la Renta: Incentivos para donaciones culturales.

Los individuos y empresas que efectúen donaciones con el objeto de conservar, restaurar y valorizar bienes culturales podrán deducir el 100% del monto donado como gasto para la determinación de su Impuesto a la Renta, siempre que no supere el 10% de su Renta Neta del ejercicio fiscal⁷².

Este incentivo no beneficia a los Monumentos Históricos de propiedad de individuos, familias o empresas, puesto que la ley establece expresamente que los Monumentos objeto de la donación deben de ser de propiedad del Estado o de entidades sin fines de lucro, de conformidad con el artículo 47 de la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, concordado con el literal x) del artículo 37 y literal b) del artículo 49 del [Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 179-2004-EF, de fecha 8 de diciembre de 2004](#), y normas modificatorias.

En resumen, el único beneficio tributario aplicable a los Monumentos Históricos de propiedad de individuos, familias o empresas es la inafectación del Impuesto Predial, siempre y cuando éstos sean utilizados como vivienda propia del propietario o hayan sido declarados inhabitables por la Municipalidad correspondiente. Así incluso en este caso el beneficio se aplica en supuestos reducidos que no guardan directamente relación con la condición de Monumento del inmueble.

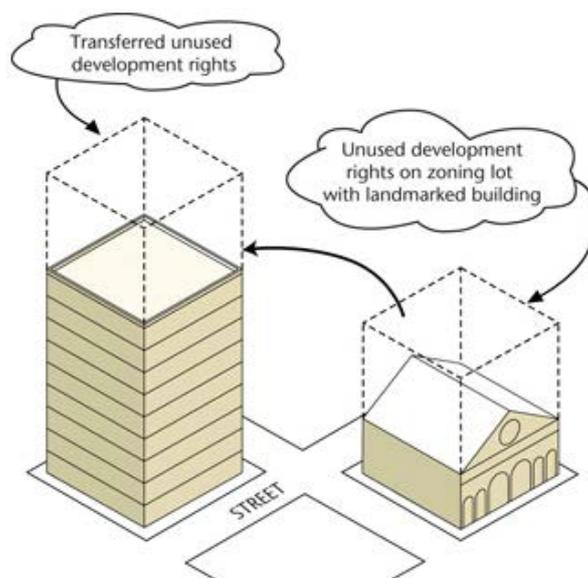
Este único beneficio tributario no representa un incentivo eficiente puesto que el monto ahorrado por el propietario no es representativo para garantizar la conservación y el adecuado mantenimiento del Monumento Histórico de su propiedad. Las obras de conservación son especialmente costosas pues requieren de un alto nivel de especialidad y el proceso de obtención de permisos demanda considerable tiempo.

⁷² El techo de 10% ha sido incrementado a 15% en virtud de la Séptima Disposición Complementaria Transitoria de la [Ley de Creación del Ministerio de Cultura, Ley No. 29565, publicada el 22 de julio de 2010](#). Sin embargo dicho incremento aún no es aplicable puesto que a la fecha no se han aprobado las normas reglamentarias correspondientes.

2.2 Caso especial del Régimen de Transferencias de Altura

Sin embargo no todo son malas noticias. En julio de 2012 se aprobó un reglamento especial que regula el Régimen de Transferencias de Altura, único en su género en el Perú, pero que solamente es aplicable para el distrito de Miraflores de la ciudad Lima⁷³.

¿Cómo funciona este régimen? Digamos que usted es propietario de un Monumento Histórico que tiene 2 pisos de altura y la zonificación en donde se ubica su propiedad permite construir hasta 8 pisos de altura. Como su propiedad es un Monumento, no podrá demolerlo y construir un edificio de 8 pisos o sin demolerlo, tampoco podrá construir encima los 6 pisos adicionales que le permite la zonificación. Es decir, usted no puede ejercer su derecho de construir hasta el máximo de 8 pisos. El Régimen de Transferencias de Altura permite transferir, en forma de certificados, ese derecho no ejercido en favor de otro u otros proyectos inmobiliarios, ubicados en otro lugar de la ciudad, a fin que dichos proyectos puedan incrementar los pisos que pueden construir, por encima de la zonificación que le es aplicable. El monto resultante de la transferencia de ese derecho a construir más pisos deberá ser destinado por el propietario a la conservación y mantenimiento del Monumento Histórico.



Fuente: Zoning Glossary. Department of City Planning. New York City
(<http://www.nyc.gov/html/dcp/html/zone/glossary.shtml>)

En el caso de la norma aprobada por el distrito de Miraflores, la Ordenanza ha identificado zonas específicas como Áreas Generadoras de los certificados, que incluyen a los inmuebles declarados Patrimonio Cultural del distrito así como a los

⁷³ Ordenanza N° 387-2012/MM de la Municipalidad Distrital de Miraflores, de fecha 19 de julio de 2012.

ubicados en las “Microzonas de Valor Urbanístico”, y otras zonas como Áreas Receptoras de los certificados, denominadas “Ejes de Aprovechamiento del Potencial de Desarrollo Urbano”. La norma aún no ha sido aplicada pues a la fecha de la presente ponencia su reglamentación aún no ha sido aprobada, sin embargo, debe tenerse en cuenta que dependiendo del valor de mercado de las Áreas Receptoras, el valor de los certificados sí implicará un muy importante ingreso económico para los propietarios de Monumentos Históricos.

El Régimen de Transferencias de Altura está regulado en otros países. En Brasil se denomina “Transferência de Direito de Construir” y está previsto en la Ley Nacional 10.257/2003 del año 2003. En el caso de Colombia se denomina “Transferencia de Derechos de Construcción y Desarrollo” y está regulado en la Ley 388 de 1997, el Decreto Ley 151 de 1998, el Decreto 1337 del 2002 y el Decreto Distrital 619 de 2000 – Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá. En Estados Unidos se denomina “Transfer of Development Rights (TDR)” y está ampliamente regulado en diversos Estados. En el caso de la ciudad de Nueva York se contempla en el Artículo VII, Capítulo 4, de la Regulación de Zonificación de la ciudad de Nueva York.

El Régimen de Transferencias de Altura representa un ingenioso camino para poder compensar la restricción del derecho de propiedad fruto del régimen de protección del Patrimonio Cultural y que impacta negativamente en el valor de la propiedad. De esta forma se incentivan comportamientos responsables de conservación de Monumentos Históricos.

3. Efectos del Régimen de Beneficios e Incentivos Vigentes.

El objetivo de las normas de protección del Patrimonio Cultural es preservar y conservar los Monumentos Históricos, sin importar a quién pertenezcan. Sin embargo, podemos concluir que el legislador peruano no entiende que en la práctica, ello debe implicar, por lo menos, no perjudicar la situación del propietario o titulares de derechos sobre el inmueble declarado.

Como consecuencia de la declaración de un inmueble como Patrimonio Cultural, la ley obliga al propietario a mantener y conservar el Monumento, entre otras cargas, pero no considera beneficios tributarios para dicha inversión, sea directamente o a través de terceros donantes. No incentiva la autosostenibilidad y gestión responsable, pues si el Monumento genera renta, porque es usado como negocio o es alquilado por ejemplo, no se le aplica la inafectación del Impuesto Predial. Si bien los Monumentos Históricos de propiedad privada se encuentran sometidos al mismo régimen de protección y cargas que es aplicable para los de propiedad del Estado y de entidades sin ánimo de lucro, éstos últimos sí gozan de beneficios tributarios adicionales, como la inafectación del impuesto de alcabala y la posibilidad de recibir donaciones que puedan ser deducidas como gasto por el donante.



Es decir, la ley genera una situación de asimetría entre las cargas y los beneficios que, de manera paradójica, incentivan justamente lo contrario al objeto de protección de la propia ley, es decir, el abandono o la destrucción de los Monumentos Históricos. Adicionalmente, en términos sociales, el sistema vigente motiva a que las familias propietarias de Monumentos Históricos evalúen la posibilidad de deshacerse de su propiedad, lo que se traduce, en estos casos, en una desnaturalización del carácter familiar y "vivo", que es parte también de la autenticidad cultural del inmueble.

Esto es especialmente crítico para el caso de centros históricos donde el objetivo es fomentar centros históricos "vivos" y evitar que se conviertan en centros históricos "museo". Es crítico además en temas de seguridad, pues esta situación asimétrica es la que puede explicar el estado ruinoso en que la mayoría de Monumentos Históricos se encuentra, representando un riesgo para la vida y la salud de sus ocupantes, en caso de sismos especialmente.

4. Conclusiones y Recomendaciones

A continuación sugerimos algunas propuestas de cambio para mitigar la abrumadora asimetría entre cargas y beneficios que soportan los propietarios privados de Monumentos Históricos, con el objetivo de incentivar su conservación por ellos mismos, sin necesidad de apoyo estatal directo o de un mecenas. Estas propuestas concuerdan con el espíritu de la [Constitución Peruana de 1993](#), que expresamente establece en el segundo párrafo de su artículo 21 que la ley fomenta la participación privada en la conservación, restauración, exhibición y difusión del patrimonio cultural⁷⁴:

- Que lo invertido por el propietario en el mantenimiento y conservación del Monumento Histórico sea reconocido como beneficio tributario, sea en la forma de deducción como gasto o como crédito fiscal. Esto generaría otro efecto positivo, pues incentivaría el saneamiento legal de la propiedad y la solicitud de permisos de obra ante el Ministerio de Cultura.
- Inafectación del Impuesto Predial sin importar que el Monumento Histórico genere o no renta para su propietario. Es una forma de mitigar la asimetría entre las cargas y beneficios legales derivados de su condición cultural.
- Aplicación general de un régimen de Transferencias de Alturas, que podría ser especialmente útil para la renovación urbana y conservación de Centros Históricos, pues el precio de la transferencia sería invertido en la conservación y puesta en valor del Monumento Histórico que originó la Transferencia de Alturas.

⁷⁴ "Artículo 21°.- Los yacimientos y restos arqueológicos, construcciones, monumentos, lugares, documentos bibliográficos y de archivo, objetos artísticos y testimonios de valor histórico, expresamente declarados bienes culturales, y provisionalmente los que se presumen como tales, son patrimonio cultural de la Nación, independientemente de su condición de propiedad privada o pública. Están protegidos por el Estado.

La ley garantiza la propiedad de dicho patrimonio. Fomenta conforme a ley, la participación privada en la conservación, restauración, exhibición y difusión del mismo, así como su restitución al país cuando hubiere sido ilegalmente trasladado fuera del territorio nacional."

- Que los beneficios sean aplicables también a los inmuebles ubicados en Centros Históricos, Zonas Monumentales y Ambientes Urbano Monumentales y no solamente a los declarados expresamente como Monumento Histórico.

En suma, la protección del Patrimonio Cultural no debe ser entendida únicamente como el establecimiento de restricciones y cargas al derecho de propiedad. De la mano deben de establecerse, necesariamente, incentivos, tanto de orden legal como económicos y tributarios, que fomenten conductas responsables en los propietarios de Monumentos Históricos. En todo caso, es preferible promover la “conservación especulativa” de Monumentos Históricos en lugar de la “demolición especulativa”, que desde hace años venimos padeciendo en el Perú.



LA SITUACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO DE TITULARIDAD PRIVADA EN CHILE

CECILIA GARCÍA-HUIDOBRO

Fundación de Casas Históricas y Parques de Chile

La primera acción legislativa tendiente a la protección del Patrimonio Cultural en Chile se remonta al año 1910, fecha de la conmemoración del Centenario, en la que se dicta un Proyecto de Ley sobre “Conservación de Monumentos Históricos”. Conjuntamente, se constituye la Comisión de Monumentos, iniciativa que se inspira en las legislaciones comparadas de Francia, España, Italia e Inglaterra. En esta etapa, aparece el Estado como el único agente de gestión y financiamiento del Patrimonio Cultural. A pesar de las buenas intenciones, no llega a promulgarse.

Durante la celebración de la Quinta Conferencia de la Unión Panamericana en el año 1923 y debido a que el tema estaba en la agenda, se toman resoluciones que buscan proteger los bienes de carácter patrimonial y que culminan con la promulgación del Decreto Supremo 3.500, en 1925. Tal Decreto encarga a una Comisión la redacción de un proyecto de Ley sobre Monumentos. La Comisión entrega el texto que da vida al Decreto Ley 651. Hay que esperar hasta el año 1970 para, por fin, tener la [Ley de Monumentos \(17.288\)](#) que es la que nos rige hasta el día de hoy. Tuvo que pasar mucho tiempo para concretar una legislación que se hiciera cargo del patrimonio tangible.

Las innovaciones que se incorporan son la clasificación de cinco categorías de protección: Monumentos Históricos, Zonas Típicas o Pintorescas, Monumentos Arqueológicos, Monumentos Públicos y Santuarios de la Naturaleza. A su vez, los Monumentos Arqueológicos y Paleontológicos quedan protegidos por el sólo ministerio de la ley. Se establecen nuevos consejeros, que representan a entidades tales como la [Sociedad de Escritores](#), el [Ministerio de Vivienda, de Obras Públicas y Educación](#), de la [Sociedad de Historia](#), etc. Queda claro, entonces, que los representantes de distintos estamentos del Estado tienen una abrumadora mayoría que, en la práctica, significa que se defenderá siempre el interés del gobierno de turno. La Ley de Monumentos denota una visión patrimonial meramente monumental y pública. Aunque se declaran inmuebles en manos privadas, no se contempla más que la responsabilidad y obligación de mantenerlos en su total integridad. Las consecuencias han sido que una declaratoria de monumento se considera una desgracia que hay que evitar a toda costa. Numerosos son los casos de casas que han arduo en llamas o demoliciones nocturnas que el [Consejo de Monumentos](#) no ha podido impedir.

En este estado de cosas, surge en el año 1990 un gran proyecto de reforma tributaria. El entonces senador D. Gabriel Valdés Subercaseaux, que destacó por ser uno de los



más preclaros hombres públicos chilenos del siglo XX, de gran cultura y sensibilidad, vislumbró inmediatamente la oportunidad de incluir, en este esfuerzo legislativo, un artículo que incentivara el mecenazgo, que si se hubiera presentado solo se habría encontrado con innumerables escollos para llegar a puerto. Su tesón y credibilidad transversal hicieron posible su inclusión. Después de algunas modificaciones pasó a ser la [Ley 19.721](#), más conocida como Ley Valdés. No da lo mismo cuándo emprender cambios ni quién los lleve a cabo. La gran reforma tributaria dio la oportunidad para introducir una nueva ley de mecenazgo.

En términos generales, dicha ley estimula la intervención privada en el financiamiento de proyectos artísticos y culturales. Impulsa el intercambio económico entre empresas y privados, por un lado, y el mundo de la cultura y las artes, por el otro. El Estado accede a renunciar al cobro de un tributo equivalente al 50% de la totalidad del monto aprobado por el [Comité de Donaciones](#), siendo el otro 50% imputable a gastos necesarios para producir la renta; tiene un tope de 14.000 UTM. Está dirigido a quienes tributan sobre rentas efectivas y llevan contabilidad completa (impuesto de primera categoría); es decir, las empresas. Quedan excluidos los que cancelan un impuesto único sobre la base de una renta presunta: agricultores, artesanos, etc.

Los beneficiarios de la Ley son fundaciones y corporaciones sin fines de lucro, bibliotecas públicas y el Consejo de Monumentos Nacionales. Un edificio histórico sólo podría acceder a estos beneficios si es público o está traspasado a una fundación privada sin fines de lucro.

Vemos, por lo tanto, que, en este momento, no hay ninguna legislación vigente que reconozca y acoja proyectos de restauración y mantenimiento de inmuebles históricos con declaratoria, que estén en manos privadas.

El anacronismo de la Ley de Monumentos, así como la rigidez de muchos de sus conceptos, ha llevado a elaborar una modificación de los textos, para modernizarla e incorporar a los propietarios de edificios que han sido declarados monumentos, por el Consejo de Monumentos Nacionales. Sin embargo, y desafortunadamente, se trata de cambios o arreglos accesorios. El clamor es a promulgar una nueva ley de monumentos, que dé cuenta de los vacíos que hoy existen e impida que el patrimonio arquitectónico se siga perdiendo. Urge también una actualización que va desde los fundamentos mismos del patrimonio hasta la nomenclatura con que se expresa

Igualmente, se está tramitando una modificación de la Ley de Donaciones, que agrega nuevos donantes, tales como empresas que tienen pérdidas, trabajadores dependientes y sucesiones hereditarias. Se sube a 20.000 UTM el tope de la Renta Líquida Imponible, se incorporan nuevos beneficiarios, en los que sí se incluyen los propietarios privados con declaratoria de monumento.

Ambas iniciativas están siendo discutidas en el Congreso. Sin embargo, la realidad es que, tres años después de uno de los más devastadores terremotos de la historia, que asoló pueblos y ciudades ricos en Patrimonio Cultural, los privados se han enfrentado



solos a la disyuntiva de recuperar o perder para siempre sus inmuebles. No todos tienen los recursos y las energías para hacerse cargo de costosas restauraciones, por lo que hemos asistido a la pérdida de un valioso legado. Por otra parte, el Consejo de Monumentos no cuenta con muchos recursos financieros y humanos para apoyar con asistencia técnica a quienes vieron sus viviendas destruidas o muy dañadas, sin encontrar las soluciones constructivas que preservaran el valor patrimonial. A la gran mayoría se le adosaron elementos constructivos que no tenían nada que ver con el original o se botaron, para levantar rápidamente viviendas habitables, de factura rápida muy alejada de la arquitectura vernácula que caracterizaba a la zona en la que se emplazaba. La necesidad de un techo primó por sobre la forma del mismo.

Por eso, la pertinencia de la ocasión, a la que me refería con la astucia legislativa de D. Gabriel Valdés, se perdió. ¿Acaso no habrían pasado velozmente las propuestas que protegieran el patrimonio privado, después de ver tanta desolación patrimonial? ¿Quién se habría opuesto a leyes que buscaran la preservación de edificios, casas y conjuntos valiosos? Lamentablemente, se siguen discutiendo los textos y no se les dio la urgencia que requerían.

Es fundamental contar con un trabajo mancomunado entre los privados y el Consejo de Monumentos Nacionales, apoyado en leyes y normas que reconozcan la labor que los propietarios privados hacen y los apoyen en el mantenimiento del Patrimonio Cultural que tienen a cargo. Con ese fin, se creó una Fundación de Propietarios de Casas Históricas y Parques, en Chile, que es la primera en Latinoamérica. El objetivo es implementar tareas conjuntas con el Estado para la preservación de tan valiosos inmuebles. De igual modo, toda normativa debe traer consigo presupuestos o incentivos que las apoyen. Los privados nos sumaremos siempre a iniciativas, que provengan del Estado, si éstas están bien formuladas, corresponden a las necesidades y vienen acompañadas de incentivos. Del mismo modo, la tarea de preservar nuestra riqueza cultural es tarea de todos, independientemente de la propiedad de ésta.

LA PROMOCIÓN Y LA FINANCIACIÓN DE LA CULTURA DESDE UNA CASA HISTÓRICA: EL INSTITUTO RIVA-AGÜERO

JOSÉ DE LA PUENTE

Director del Instituto Riva-Agüero (Pontificia Universidad Católica del Perú)

1. El Instituto y su sede

La [Casa Riva Agüero](#), construida en Lima en la segunda mitad del siglo XVIII por el Coronel español Domingo Ramírez de Arellano, es una notable expresión de la arquitectura civil limeña. Es un claro ejemplo de casa limeña que, por las distintas etapas de su construcción y reconstrucción, combina diversos modos y estilos arquitectónicos: planta de dos patios, típicamente española del siglo XVI; fachada neoclásica de finales del siglo XVIII y detalles arquitectónicos de influencia francesa de mediados del siglo XIX.

En el patio principal se encuentra, hacia el lado derecho, la capilla del Instituto, con un magnífico cuadro de Cristo crucificado sobre el altar. A su lado está la escalera que conduce al segundo piso, acondicionado hoy en día como museo y donde estaban los dormitorios de la casa familiar. Frente a la capilla se encuentran dos salones de recepción en los que se conserva el mobiliario y la decoración original, constituida principalmente por muebles y enseres de los siglos XVIII y XIX, de estilo neoclásico y del Segundo Imperio. La Casa Riva Agüero atesora parte de los muebles originales y colecciones de arte de la época virreinal y de inicios de la etapa republicana del Perú. Hermosos jarrones, candelabros y espejos se complementan con retratos de antiguos miembros de la familia -antepasados todos de José de la Riva Agüero y Osma - y con otros cuadros de motivos paisajísticos y religiosos. Finalmente, en la parte posterior del inmueble se halla un patio sevillano con fuente y una escalera auxiliar al segundo piso.



La Casa alberga desde 1947 al [Instituto](#) del mismo nombre, creado por la [Pontificia Universidad Católica del Perú](#) para honrar la memoria de José de la Riva Agüero y Osma, principal benefactor de nuestra Casa de Estudios.

José de la Riva-Agüero y Osma nació en Lima el 26 de febrero de 1885, del matrimonio compuesto por José Carlos de la Riva-Agüero y Riglos y María de los Dolores de Osma y Sancho-Dávila. Descendía de importantes linajes de origen virreinal y recibió de su familia un marcado sentido de la responsabilidad respecto de sus deberes como destacado miembro de la dirigencia del país.

Alumno brillante en el colegio de los Sagrados Corazones (Recoleta), destacó aún más en los estudios universitarios en las facultades de Filosofía y Letras y Derecho de la limeña [Universidad de San Marcos](#). Fortaleció allí su interés por la investigación en historia y literatura peruanas, renovando el conocimiento en ambos campos con sus tesis *El carácter de la literatura en el Perú independiente* y *La historia en el Perú*.

En 1912 emprendió viaje a lomo de mula hacia la sierra sur del país, fruto del cual surgiría el libro *Paisajes Peruanos*, interpretación del Perú no superada hasta ahora, en la medida en que promueve la integración del país a partir de reflexiones referidas - entre otras disciplinas - a la arqueología, la historia, la sociología, la política, la geografía y el medio ambiente.

Colaboró activamente con el gobierno del presidente Oscar R. Benavides, lo que lo llevó a presidir el Consejo de Ministros y asumir la Cartera de Justicia e Instrucción. Sin embargo, se alejó cuando sus principios religiosos le impidieron seguir participando en el gobierno. Como se sabe, don José se opuso a colocar su rúbrica en la ley que aprobaba el divorcio absoluto.

Dedicó sus últimos años al proyecto del que no se sentiría defraudado: su apoyo decidido a la marcha de la Universidad Católica del Perú. Participó en las actividades institucionales como docente y miembro del Consejo Superior - luego Consejo Universitario - y se preocupó por tomar las medidas legales necesarias para que a su muerte, su fortuna y propiedades pudieran contribuir al sostenimiento de la Universidad y consolidar así su futuro económico. Ahora sabemos que esa generosa decisión (inédita en nuestra historia republicana) es una de las razones de peso gracias a las cuales en la Pontificia Universidad Católica del Perú estudian muchos jóvenes talentosos que de otro modo no podrían sufragar los costos de una educación de calidad.

Desde su creación, el Instituto Riva-Agüero ha sido un referente importante en la vida cultural de Lima y en los últimos años es una de las instituciones culturales más relevantes con sede en el centro histórico de la capital del Perú.

Además del monumento histórico que es la casa misma - y que buscamos conservar adecuadamente - el Instituto tiene a su cargo una importante Biblioteca, con aproximadamente ciento cuarenta mil volúmenes, un Archivo Histórico, que es el repositorio privado más importante del Perú, y dos museos: uno de Arqueología, que



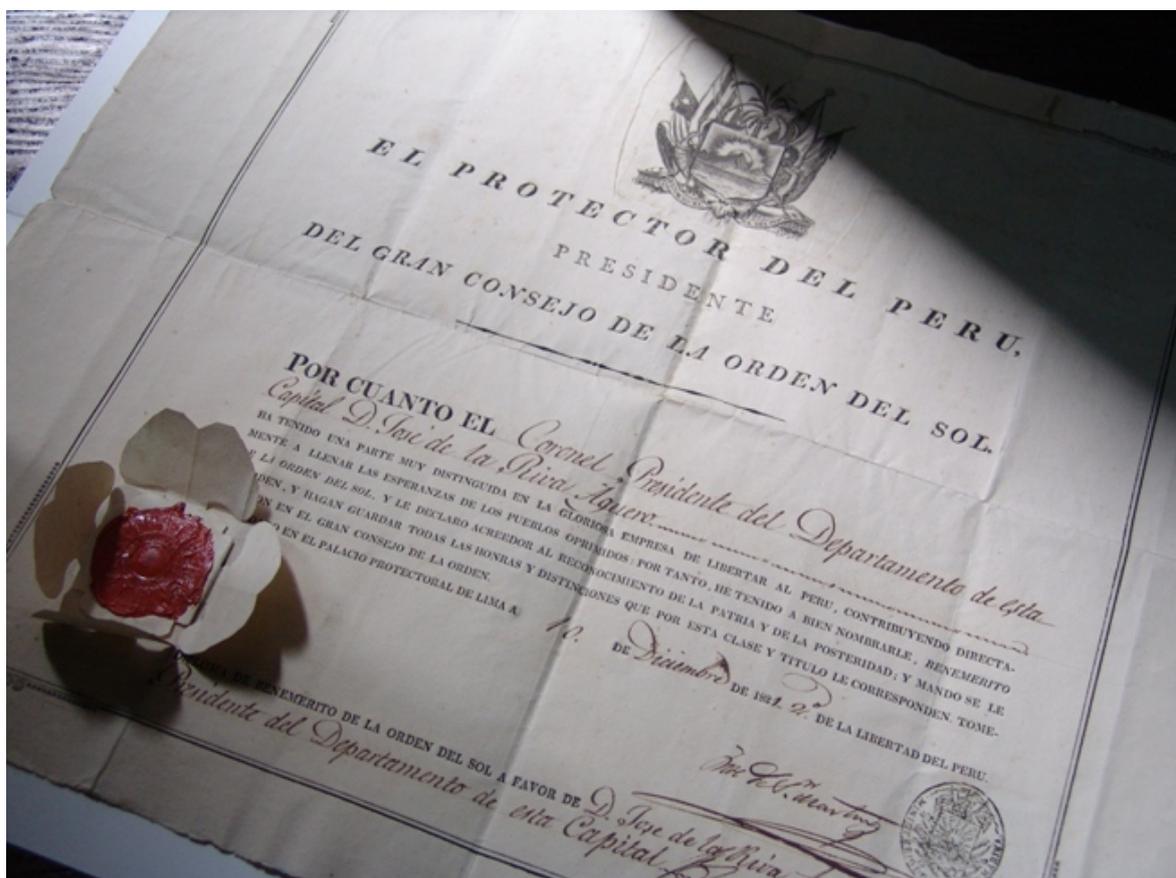
recoge las investigaciones de los miembros del Instituto en los valles cercanos a Lima y que posee la única colección importante de arqueología limeña; y el otro de Artes y Tradiciones Populares, que alberga la más valiosa colección de arte popular peruano.

2. Unidades Académicas del Instituto Riva-Agüero

Son cuatro las Unidades Académicas que integran el Instituto:

a) [Archivo Histórico Riva Agüero.](#)

Fundado el 21 de febrero de 1975, el Archivo nace dando cumplimiento a una cláusula del testamento de José de la Riva Agüero y Osma, que estipulaba la formación de un archivo con la documentación que él nos había legado.



Orden del Sol otorgada por José de San Martín a José de la Riva-Agüero y Sánchez Boquete, primer Presidente del Perú. Lima, 10 de diciembre de 1821. A.H.R.A., IRA-PUCP. Fondo Riva-Agüero. Sección República. Reservados

Dicha colección constituye el fondo original del Archivo y proviene del celo de su propietario en la preservación de los documentos que había heredado de sus antepasados y de los que él había generado a lo largo de su vida. La colección

está integrada por manuscritos, impresos, fotografías, daguerrotipos, postales y material cartográfico que abarcan un período que va desde el siglo XVI hasta el siglo XX. A esta colección original se han añadido varias docenas de colecciones adicionales, fruto de donaciones o de adquisiciones hechas por el Instituto. Por todo ello, se trata del repositorio privado más importante del Perú.

b) [Biblioteca](#).

Fundada el 18 de mayo de 1947, consta de más de ochenta mil títulos y alrededor de ciento cuarenta mil volúmenes. El fondo bibliográfico se inició con la colección personal de don José de la Riva Agüero y Osma, legada a su muerte.

Nuestra Biblioteca es considerada como uno de los principales repositorios para la investigación peruanista y americanista en nuestro país, sólo comparable a la [Biblioteca Nacional del Perú](#). Sus fondos se enriquecen continuamente mediante adquisiciones y a través del canje periódico con instituciones académicas de América Latina, Estados Unidos y Europa.

Cabe señalar que un sector destacado de los fondos de la Biblioteca proviene de los donativos recibidos por parte de los miembros del Instituto y de personas cercanas que colaboran permanentemente. Ellos aportan ejemplares de su producción y en algunos casos han donado sus colecciones bibliográficas particulares, que reciben un tratamiento especial al incorporarse a los fondos de la Biblioteca.



c) Museo de Artes y Tradiciones Populares.

Con cerca de treinta y cinco años de fundación, el Museo cuenta actualmente con una de las más importantes colecciones etnográficas del Perú, integrada por más de siete mil piezas, de las más diversas procedencias y materiales. Estas piezas han sido recogidas desde la segunda mitad del siglo XX y refuerzan la vocación de búsqueda de la salvaguarda del Patrimonio inmaterial de nuestros pueblos originarios, que el Museo ha mantenido desde sus inicios.

El Museo mantiene relaciones interinstitucionales a nivel nacional e internacional, en el marco de la proyección de su misión de salvaguarda del Patrimonio, colaborando con exposiciones temáticas, investigaciones, encuentros y conferencias relacionadas con el Patrimonio inmaterial, el arte y los saberes tradicionales. Del mismo modo, mantiene una relación fluida con artistas tradicionales del país y busca la conservación y difusión de sus obras a nivel nacional e internacional.

La colección de este Museo está al servicio de investigadores y estudiantes del Perú y del extranjero que soliciten su estudio, previa presentación de proyectos de investigación donde especifiquen su interés y las metas que esperan lograr con sus investigaciones.



Retablo ayacuchano con santos patrones, Florentino Jiménez. Colección Elvira Luza.

d) [Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox.](#)

Fundado el 13 de agosto de 1974, este Museo lleva el nombre de la doctora Josefina Ramos de Cox, con el fin de honrar su memoria y su obra de promotora fundamental de la investigación arqueológica en el valle de Lima y de difundir el valioso legado de colecciones arqueológicas que el Instituto posee. Estas colecciones están constituidas por el legado arqueológico de las excavaciones procedentes del Seminario de Arqueología del Instituto Riva-Agüero y por el material adquirido o recibido en donación posteriormente.

El Museo es la unidad de servicios académicos encargada de conducir, custodiar, organizar, conservar e incrementar las colecciones arqueológicas; de difundir a través de exposiciones la importancia cultural de la Lima prehispánica y de promover y apoyar la investigación arqueológica.

Los bienes arqueológicos (cerámica, textiles, metales, entre otros) proceden de excavaciones realizadas en el Complejo Arqueológico Pando (Maranga) y en Tablada de Lurín (entre 1958 y 1980) y también de investigaciones realizadas en la selva sur, por el Seminario de Arqueología del Instituto.

Por el gran valor del Patrimonio Cultural que el Instituto custodia, y consciente de la responsabilidad que entraña, su Consejo Directivo pone todos los medios para conservarlo, y a la vez para promover la cultura, en alianza con el sector público y también con empresas privadas.



Botella de cerámica con asa estribo escultórica
procedente de Huaca La Luz, Lima

Grupos de Investigación

No podemos dejar de mencionar que los miembros del Instituto se integran en Grupos de Investigación, en su mayor parte interdisciplinarios. Dichos grupos están concebidos como propuestas dentro del área de Humanidades, para un trabajo interdisciplinario.

Los grupos que actualmente tienen mayor actividad son los siguientes:

1. Grupo Barrios Altos PUCP.
2. Círculo de Investigaciones Militares del Perú.
3. Grupo Peruano de Derecho Notarial y Registral.
4. Grupo Peruano de Historia del Derecho.
5. Grupo El Aji en la Historia del Perú.
6. Grupo Arqueología Hidráulica Colonial: Autoridades e Infraestructura.
7. Grupo de Estudio e Investigación Bibliográfica en Autores Clásicos de Filosofía.
8. Grupo La Negritud o los Afrodescendientes en el Perú.
9. Grupo Bicentenario, de Estudio e Investigación Interdisciplinario.

3. Cooperación Institucional

El Instituto ha participado y participa, en conjunto con entidades públicas y privadas, en actividades que significan un trabajo permanente para la difusión de la cultura en nuestro país. Entre las más representativas en los últimos años tenemos las siguientes:

Con la Municipalidad de Lima:

Lima Milenaria 2012: desde el Instituto nos unimos a la campaña "[Lima Milenaria](#)", que desde noviembre del año 2011 promueve el diario *El Comercio* y que tiene como uno de sus propósitos lograr un mayor interés del público por el conocimiento de la historia de Lima y por la valoración de su pasado. En ese sentido, nos asociamos con dicho diario para presentar la Exposición "Lima Milenaria. Territorio y cultura hasta 1535", que se inauguró el 26 de enero de 2012 en la Casa O'Higgins (Jirón de la Unión 554), la cual fue precisamente sede de nuestro Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox durante muchos años. La exposición fue muy exitosa y estuvo montada a partir de las colecciones de nuestro Museo de Arqueología, que se creó precisamente para investigar en torno a las piezas arqueológicas recogidas en los valles de Lima.

La exposición se organizó desde un punto de vista temático, a partir de tres componentes narrativos: la ecología, la arqueología y la etnohistoria. Así, el visitante pudo apreciar, en primer lugar, la evolución del medio ambiente a lo largo de los milenios de historia de Lima, para luego conocer, observar y disfrutar con una selección de piezas de nuestro Museo, cuya colección es única por dar testimonio de un conjunto de sitios arqueológicos hoy desaparecidos por el desarrollo de la ciudad moderna. Esta exposición recibió el apoyo decisivo de la Municipalidad de Lima.



Feria de Museos: (en coordinación con el Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox, responsable de la Organización). Hace más de diez años se organiza la Feria de Museos, siempre con el apoyo y participación de los Museos del Instituto y de la Subgerencia de Cultura de la Municipalidad de Lima. La Feria agrupa a los más de treinta Museos situados en el Centro Histórico de Lima. La participación del Instituto en la Feria también se refiere a la coordinación de sus aspectos académicos y de difusión de nuestras actividades, por lo que año tras año se colabora en las reuniones de preparación de dicha actividad.

A partir de esta experiencia se formó la [Red de Museos del Centro Histórico de Lima](#), que reúne prácticamente a todos los Museos que forman parte del circuito histórico de nuestra ciudad capital. La propuesta surgió desde nuestro Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox y como primera presidenta para encabezar esta red, se designa a la doctora Inés del Águila Ríos, jefa de nuestro Museo. Como cabeza de la Red de Museos, el refuerzo en el tema de trabajo con museos diversos se afianzó y continúa en la actualidad.

Con la [Organización de Estados Iberoamericanos \(OEI\)](#):

Como parte de los preparativos para el Bicentenario de la Independencia, el Instituto Riva-Agüero, en alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y el Ministerio de Educación del Perú acordaron la realización de videos institucionales sobre el Bicentenario de la Independencia.

Estos videos están pensados para incentivar a las generaciones más jóvenes a conocer pasajes de nuestra realidad nacional a partir de las acciones realizadas para nuestra Independencia y así tener una visión más integral del Perú. Los videos se vienen realizando desde el año 2010 y se distribuyen de manera gratuita entre las principales instituciones escolares educativas de nuestro país, previa presentación y difusión de los mismos en actividades académicas e institucionales.

Con el [Ministerio de Educación](#):

Se promueve la realización de concursos para profesores y alumnos de secundaria sobre el Bicentenario de la Independencia. Esta actividad viene asociada a todo el impulso que se está dando en los países latinoamericanos para estudiar de modo más profundo el proceso histórico de la Independencia.

Con la [Embajada de los Estados Unidos](#):

Es importante el apoyo de dicha Embajada en temas de financiación de cultura, por lo que en el año 2009 se realizaron actividades de capacitación para el personal vinculado a dicha área; sobre todo cursos de orientación en cuanto al financiamiento de actividades culturales.



Con la [Embajada de España](#):

Desde 2008 se realiza anualmente el Coloquio “Hacia el Bicentenario de la Independencia”, con temática diversa. Esta actividad ya es una tradición en el Instituto y la Embajada de España financia la participación de dos profesores españoles como ponentes en cada edición del Coloquio.

Proyectos en torno a *Paisajes Peruanos*

En 2012, con ocasión de conmemorarse el centenario del viaje de José de la Riva Agüero a la sierra sur del Perú, que dio origen a su célebre libro *Paisajes Peruanos*, tuvimos dos actividades importantes: el Concurso Universitario “Viaje por la Ruta de Riva Agüero” y el Congreso “Paisajes Peruanos”. Y fue tomando forma el proyecto de Edificio “Paisajes Peruanos”.

Concurso Universitario “Viaje por la Ruta de Riva Agüero”. *Paisajes Peruanos* constituye lectura imprescindible para todo peruano. Por su importancia y por plantear la necesidad de una auténtica integración del Perú, el Instituto convocó el Concurso “Viaje por la ruta de Riva-Agüero”. A partir de un concurso de ensayo se seleccionó a un grupo notable de estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Perú para realizar, junto con un grupo de profesores, un viaje de estudios entre el Cuzco y Huancayo, rehaciendo la ruta de Riva Agüero, y que tuvo gran repercusión en la comunidad universitaria

Congreso “Paisajes Peruanos”. El Instituto organizó el Congreso “Paisajes Peruanos, 1912-2012”, que se llevó a cabo entre el 13 y el 15 de noviembre de 2012 y contó con el auspicio de la Academia Nacional de la Historia, de la [Academia Peruana de la Lengua](#), de la [Municipalidad Metropolitana de Lima](#), de [PROMPERÚ](#), de la [Sociedad Filarmónica de Lima](#) y de la [Sociedad Geográfica de Lima](#). En el Congreso, a partir de la lectura y el comentario de *Paisajes Peruanos*, se deliberó sobre el significado de la peruanidad; sobre la reflexión histórica a partir de ese libro; y sobre la política, la literatura, la lingüística y la geografía del Perú, siempre a partir de ese texto.

Edificio “Paisajes Peruanos”. Gracias al apoyo de empresarios mineros peruanos estamos en el proceso de hacer realidad nuestro más reciente proyecto: la edificación, en un inmueble adjunto, del Edificio “Paisajes Peruanos”, que albergará el fondo antiguo de nuestra Biblioteca, al igual que nuestro Archivo Histórico, en condiciones óptimas de conservación, para garantizar su consulta por los investigadores.

Proyectos culturales



RESTAURACION Y PUESTA EN USO DE LA CASONA “CASANOVA” COMO CENTRO CULTURAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHOMANN

MARCELA HAYDEE LAZO

Directora de la Escuela de Artes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohomann

Descripción del proyecto

La [Universidad Nacional Jorge Basadre Grohomann](#) de la Ciudad de Tacna requiere contar con un Centro Cultural que, conjuntamente con su Escuela Académico-Profesional de Artes, promuevan y difundan la cultura a la comunidad tacneña y universitaria. Sin embargo, hasta la fecha esto no ha sido posible por cuanto las políticas de austeridad del gobierno peruano en el uso de los recursos en las universidades nacionales han limitado permanentemente esta posibilidad.

En el campo universitario de la Universidad, intersección de la avenida Bolognesi cuadra 15 con la calle Gustavo Pinto, a escasos 400 metros del Centro Cívico dentro del perímetro y Zona Monumental de la Ciudad, se ubica la Casona Casanova, construida en el año 1896 para residencia de Don Miguel Casanovas, vicedónsul de España en Tacna en un terreno de 49600,00 mts². Este inmueble fue también propiedad y residencia de las Hermanas de la Congregación Religiosa santa Eufrasia y formó parte del complejo educativo de la Normal de mujeres de Tacna y el Colegio Corazón de María desde 1937 hasta 1972, año en que pasó a manos de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohomann para ser sede del Rectorado, hasta 1998 en que éste se traslada a un local más seguro y el inmueble pasa a ser utilizado como depósito del Centro de idiomas y Postgrado de la Universidad.

Este inmueble de gran belleza, calidad arquitectónica y carácter histórico, debido al estado de abandono e inestabilidad de sus estructuras (adobe y madera), ha venido deteriorándose y hoy viene siendo destruido por la humedad, agentes contaminantes y movimientos telúricos frecuentes en la zona que ya en el sismo del año 2001 causaron el derribo de parte del techo de la galería y fachada principal. De continuar esta situación, la ciudad perderá una edificación única en su género y parte de su Patrimonio histórico y arquitectónico; su restauración y puesta en uso brindara la gran oportunidad a los docentes y estudiantes de las escuelas de arquitectura y artes de adquirir conocimientos de tecnologías y métodos de restauración, que permitirán la restauración de otros inmuebles de la ciudad que en la actualidad no pueden ser restaurados por falta de profesionales en esta área.

Es por ello que el rescate de este inmueble que guarda la memoria de eventos históricos, sociales, políticos y económicos, desarrollados en Tacna a través del tiempo y en el que funcionaran las oficinas principales y sala de exposición del centro cultural



de la Universidad constituye un proyecto de gran trascendencia para el desarrollo y preservación del Patrimonio Histórico de la ciudad.

Objetivos

Objetivo General

Restauración y puesta en valor del inmueble Casona Casanova, aplicando criterios y técnicas nacionales e internacionales que aseguren su permanencia en el tiempo, uso y resalte de sus cualidades arquitectónicas, pictóricas y paisajistas para su uso como Centro Cultural de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann y la dignificación del espacio urbano al que pertenece.

Objetivos Específicos

Con relación al inmueble:

1. Estabilización de la estructura existente.
2. Reposición y reintegración de los elementos dañados y destruidos.
3. Liberación de ambientes adosados ajenos al inmueble.
4. Restauración de murales y pinturas en muros y techos.
5. Limpieza y desinfección de muros y cubiertas.
6. Reintegración paisajística de áreas libres.
7. Protección del inmueble contra la humedad y organismos dañinos.

Con relación a los actores:

1. Transferencia de conocimientos, de los expertos participantes en el proceso de restauración, a docentes y alumnos de arquitectura en aspectos y técnicas relacionados con los materiales y sistemas constructivos no tradicionales y técnicas de restauración.
2. Transferencia de conocimientos de los expertos participantes en el proceso de restauración a docentes y alumnos de artes relacionados con la restauración de pinturas murales, detalles de carpintería de la época, frisos de yeso, etc.

Actividades a desarrollar

1. Toma de muestras.
 - Muestreo para determinar el estado del adobe y la madera.
 - Limpieza del inmueble y áreas anexas.
2. Acciones previas.
 - Limpieza del inmueble, instalación de baños, almacenes de la obra y demoliciones de los anexos al edificio. Colocación de andamios.
3. Demoliciones externas al inmueble.
 - De ambientes ajenos y antiestéticos, ambientes del comedor universitario y actuales ambientes de aulas de la ESAR.
4. Liberaciones.



- Liberaciones en cubiertas, de recubrimientos, de instalaciones, de elementos sobrepuestos, pavimentos, flora dañina y otros elementos.
5. Limpiezas.
- En seco y con elementos químicos; de cielo raso, muros, pavimentos, carpinterías...
6. Consolidaciones o resanes.
- En adobe, piedra, estucos, madera de carpintería.
7. Reintegraciones.
- De cubierta de la galería principal lado izquierdo, de pisos en ingreso y patios, de balaustradas en jardines, de pérgolas, de recubrimientos, de vidrios, carpintería, cerrajería...
 - De pinturas murales en muros y techos, de frisos y cornisa en yesería, plafones y pantallas de luz.
8. Integraciones.
- En cubiertas con bajadas pluviales, pavimento interior y exterior, sardineles de piedra de cantería y barandales de madera originales.
 - En el acceso principal, pérgola con bancas de la época y plantas típicas en macetas.
 - Instalaciones eléctricas, vitrales.
 - Instalaciones sanitarias y aparatos sanitarios de la época.
9. Protecciones.
- En adobe, piedra, cubiertas, en carpinterías, cerrajerías...
 - En pinturas murales interiores y exteriores.

Resultados esperados

Se propone la demolición de edificaciones en evidente estado de deterioro, que fueron construidas posteriormente a la edificación de la Casona en estudio y edificadas para uso de cocina y comedores, durante su función como equipamiento del Colegio Corazón de María de una congregación de religiosas, en los años cincuenta y sesenta y que hoy son ambientes destinados para depósitos de la Universidad y aulas de la Escuela de Artes.

La Casona una vez liberada de todo anexo extraño deberá ingresar a un proceso de restauración y luego convertirse en el centro y oficina principal del Centro Cultural de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

Este inmueble se integrará, espacial y arquitectónicamente al complejo, sede del Rectorado, escuela de postgrado y centro cultural propiamente dicho conformado por aulas y talleres, laboratorios de pintura, escultura, auditorio y salas de exposiciones, que además se complementará con una adecuación de su entorno paisajístico a fin de realzar su presencia.



Permitirá darle el uso adecuado y representativo de la condición universitaria del lugar en donde se encuentra y por lo que representa como Patrimonio Histórico de la ciudad.

Ámbito territorial de aplicación

El ámbito del estudio incluye a la Casona y los ambientes laterales y posteriores en el espacio que ocupan como construcción, área techada y veredas.

Destinatarios

Son los componentes: docente, estudiantes, personal administrativo, autoridades de la Universidad y comunidad de Tacna en general.

Duración estimada

La duración estimada es de 20 meses.

Presupuesto

Toma de muestras: 2.500,00

De adobe, piedra y madera.

Obras Preliminares: 30.268,80

Guardianía, almacenes, baños, comedor, instalaciones de agua y desagua para la obra, talleres de carpintería y pintura.

Demoliciones externas al ambiente: 30.268,80

Demolición de ambientes adosados, limpieza de la obra, eliminación de desmonte, calas en muros, cimientos, vigas, colocación de andamiajes, etc.

Liberaciones: 34.800,00

De cubiertas, empapelados de muros, puertas, ventanas, frisos y cornisas, rejas...

Limpiezas: 45.000,00

En seco y con elementos químicos; de cielo raso, muros, pavimentos, carpinterías...

Restituciones: 1.116.285,50

Muros de adobe, muros de quincha 24.750,00

Cobertura de calaminas 142.285,00

Vigas 36.850,00

Cielorraso 53.113,50

Pisos de madera 8.393,00

Pisos de madera machihembrado 132.863,50

Piso de loseta (original) 9.278,50

Piso de piedra de cantería 18.332,00

Piso canto rodado 29.210,50

Sardinell de piedra de cantería 93.522,00

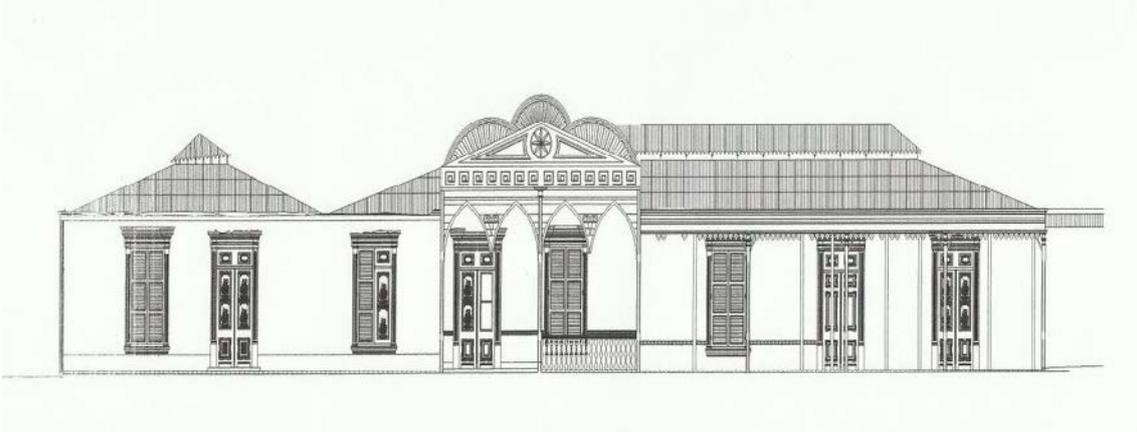
Zócalos de madera 77.836,00



Zócalos de piedra de cantería 31.900,00
Puertas de madera 11.2139,50
Ventanas 37.306,50
Galería 143.511,50
Resanes: 201.076,00
Rosetones y cornisas en yeso 35.185,00
Cerrajerías 12.000,00
Vidrios 14.200,00
Galerías 11.250,00
Balaustradas exteriores 38.020,00
Cornisamento de techo 74.995,00
Limpieza y restauración de "portada" 15.426,00
Pintura general: 16.500,00
Pintura muros exteriores e interiores y colocación papel mural
Jardines: 15.300,00
Tratamiento paisajista, plantación especies de la época 7.500,00
Pérgola, bancas 7.800,00
Varios: 34.800,00
Sumatoria de Gastos = 1.526.799,10
Costes Directos = 1.526.799,10
Gastos Generales (10%) = 152.679,91
I.G.V. 18% = 302.306,22
COSTO TOTAL = 1.981.785,23 nuevos soles



Imagen de la Casona Casanova en 1975



Dibujo Casona Casanova (INC)



Estado actual ingreso principal de la Casona Casanova en 2012



Detalles interiores de la Casona Casanova (2012)

COLEGIOS CON HISTORIA

KARLA LISSET MALLMA

Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo de Instituto de Investigaciones de Arte Peruano (IIAPERÚ)

Objetivos

El Proyecto "Colegios con Historia" es un proyecto ideado por la bachiller en Arte Karla Mallma Soriano –Jefa del Departamento de Investigación y Desarrollo de IIAPERÚ– que busca involucrar a los estudiantes de colegios ubicados en casonas republicanas (tanto declaradas Patrimonio Cultural como no) en su preservación por medio una serie de actividades que llevarán a un cambio de actitud y formación.

Objetivos específicos:

- Mejorar la infraestructura de la escuela.
- Desarrollo de las capacidades creativas y cívicas de los estudiantes.
- Vinculación de la experiencia educativa con el aprovechamiento del Patrimonio Histórico.
- Difundir el colegio y por medio de él, en la comunidad, la importancia del Patrimonio Cultural como medio de desarrollo local.

Fundamentación: como lo demuestran los diversos estudios en Cultura y desarrollo, existe en la juventud escolar limeña casi un total desentendimiento de la historia del país y por ende de la historia de la ciudad en que los jóvenes viven.

La escuela, ente formador de ciudadanos, no cumple a cabalidad con las normas impuestas por el Ministerio de Educación y otras normas legislativas en la adecuada formación del ciudadano. Por ello, la sociedad civil ha empezado a tomar cartas en el asunto realizando diversos proyectos que cubran las necesidades que se crean en torno a la escuela.

Muchos de estos alumnos estudian en colegios ubicados cerca a zonas arqueológicas o en casonas republicanas, algunas de ellas declaradas Patrimonio Cultural. Al desconocer la historia particular del colegio que ocupan hay un escaso sentido de pertenencia e identidad con el colegio. Esto repercute en el hecho que los alumnos no cuiden el inmueble y prefieran uno nuevo -sin historia- al que ocupan. De esto se desprende que los alumnos, una vez acabado los estudios básicos, no tengan mayor relación ni preocupación con su institución educativa. Por ende no hay integración a largo plazo y no se generan soluciones a los problemas del colegio.



Descripción (Destinatarios, Localización, Participantes)

El proyecto está dirigido a empresas, fundaciones, municipios e instituciones públicas o privadas interesadas en la educación en los jóvenes respecto al tema del Patrimonio Cultural.

Lo particular de nuestro proyecto es que es autónomo, de resultados factibles y autosostenible a medio plazo. Tras la ejecución, los propios alumnos y egresados podrán llevarlo a cabo de modo que el colegio y sus usuarios se apropien del mismo.

Los participantes son los estudiantes, profesores y población circundante de la institución educativa. El proyecto tiene una duración de ejecución de tres meses y un feedback de un mes. La idea del proyecto es que se realice todos los años para poder evaluar los cambios en alumnado y profesorado.



La realización del proyecto se llevará a cabo en el colegio República de Bolivia, ubicado en Jirón Miroquesada, 747, Barrios Altos, Centro Histórico de Lima.

Foto de la portada del colegio

Participarán en el proyecto, aparte de las personas vinculadas con él, el equipo de IAPERU y el Ministerio de Educación.

Este proyecto cuenta, por un lado, con un proyecto piloto (que está siendo llevado a cabo) y la ejecución propia del proyecto a presentar.

El piloto del proyecto se programó para ejecutarse desde septiembre a noviembre del 2012. En esta etapa se realizó una investigación histórica preliminar y actividades con los estudiantes de primaria y secundaria.

Investigación histórica: la información obtenida nos permite saber que el colegio antes se llamaba "La Rectora" por la calle del mismo nombre y por una piedra que indicaba el camino al cerro San Cristóbal. También se conocía la calle como San Pedro Nolasco por la iglesia que se encuentra al frente. Los fundadores del colegio son la cofradía de los hermanos de la "O". Iglesia de San Pedro de Lima, en 1946.

El colegio abarca un perímetro de 985.95 m². El dueño actual es la Sociedad de Beneficencia de Lima Metropolitana (administrativo). El inmueble fue cedido a OINFE ([Oficina de Infraestructura Educativa- Ministerio de Educación](#)). El inmueble no está declarado Patrimonio Cultural.

Foto del patio central



Foto de la balaustrada del segundo piso

Defensa Civil (institución encargada de velar por la seguridad de las personas en caso de sismo) recomendó reforzar las columnas tras el terremoto sufrido en el sur del país en el año 2007. La zona más debilitada es el segundo piso.

Con la ayuda del Sr. Martín Torres Tapia, restaurador de IAPERU y jefe del Departamento de Desarrollo y Evaluación de Proyectos, se verificó el mal estado de las instalaciones.



Izquierda: detalle de balaustrada

Derecha: estado de las paredes

Encuestas: se encuestó a todos los profesores del colegio y a los estudiantes de quinto y cuarto de secundaria. Los resultados arrojaron que los alumnos no están involucrados en las actividades culturales de la ciudad. No suelen ir al cine, museos u otro tipo de actividades culturales a no ser concursos organizados por la escuela y que son pocos al año.

Tanto primaria como secundaria cuentan con dos profesores de arte y las enseñanzas se centran en técnicas artísticas.

El bullying, consumo de drogas y acoso sexual por parte de miembros de la familia a los estudiantes son los problemas principales. Así mismo no hay contacto con los chicos al egresar de la escuela.

Actividades educativas de prueba: el jueves 8 de noviembre del 2012 se llevó a cabo una actividad lúdica usando cinco cintos de madera c/u cortado en cubos. Cada alumno recibió doce cubos. La actividad se llevó a cabo en las aulas de quinto A y B de primaria y en el aula quinto A de secundaria, en turno de mañana.



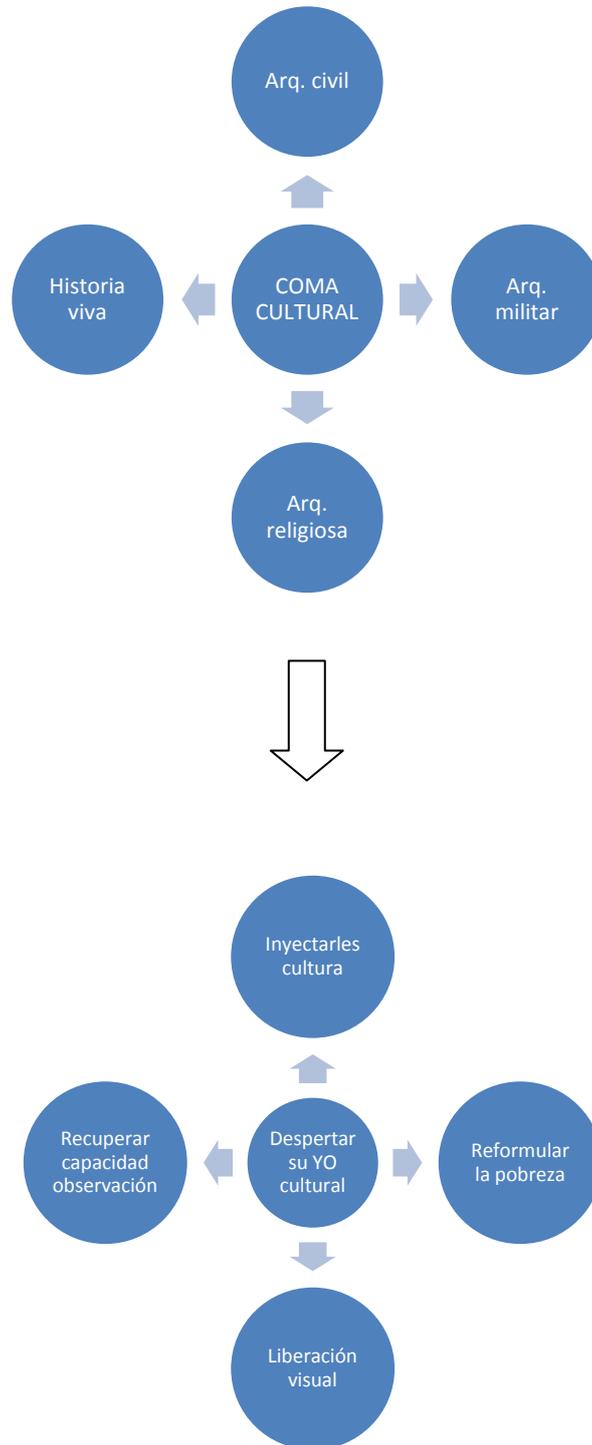
Izquierda: primaria



Derecha: secundaria

El objetivo de las actividades era enseñarles a los estudiantes los principios básicos de la arquitectura y hablar sobre el uso de los espacios. Estas actividades nos llevaron a determinar el estado de los alumnos.

Los alumnos viven en un “coma cultural”, pues a pesar de estar rodeados de edificaciones históricas y de una historia viva, desconocen por completo todo esto y no son partícipes de ello. Nuestra propuesta es revertir esta situación.



Para ello el proyecto se desarrollará en tres etapas:

a) ETAPA INICIAL: charlas de capacitación docente y al alumnado. Durante el primer mes el equipo de IIAPERU dictará conferencias a los docentes de los cursos de Historia, Cívica y Ciencias Sociales. En el caso de los alumnos se complementará lo dictado en los cursos por medio de talleres lúdicos.

Así se dará el “Taller de Reconocimiento Visual de elementos arquitectónicos” y los talleres de lectura de “Historias de Lima” (se busca desarrollar la confianza en el alumno, fomentar la lectura). Para este punto se contará con el apoyo de diversos colectivos de difusión del Patrimonio Cultural.

Así mismo se empezará a recopilar datos de todos los alumnos, sirviendo esto de base para la creación de la Asociación de ex - alumnos.

Es durante este mes que se buscarán formas alternativas de financiamiento.

b) ETAPA INTERMEDIA: Mes del colegio. Al inicio del segundo mes se lanza el Concurso de Cuenta Cuentos “Yo soy parte de la historia de mi colegio”. Se continuará con actividades prácticas. Se empezará a desarrollar el Taller de Improvisación y Grafiteado, revalorizando este tipo de arte.

Con apoyo del actor Leonardo Alegre se gestará una obra de teatro relativa a la historia del colegio. El teatro a su vez permitirá desarrollar las cualidades expresivas de los chicos y chicas, la pérdida del miedo ante el público, etc.

c) ETAPA FINAL: mejoramiento de la infraestructura del colegio. Durante este mes se programará la limpieza mecánica del colegio y la charla de conservación-restauración del mismo. Así mismo se espera para estas fechas contar con auspicios para empezar con el resanado de partes dañadas del colegio. Se culmina el mes con el pintado de la escuela, actividad en la que participarán los chicos pintando un mural.

La última semana se anunciará al ganador del concurso de cuentos y se montará la obra de teatro.

Dependiendo del apoyo de instituciones como CEDRO y Ministerios, cada domingo del mes habrá una actividad específica: escuela de padres, talleres contra el bullying, programa de salud y el taller de métodos de estudio. Así mismo se invitará a docentes y directores de otras instituciones educativas a la observación del proyecto.

Actividades a desarrollar

- Reunión de coordinación con autoridades (Ministerio, escuela, municipio, etc.) para gestionar permisos.
- Elaboración de material de trabajo y contenido de las charlas a docentes y alumnado.
- Definir lineamientos y plazos del concurso “Yo soy parte de la historia de mi colegio”.
- Definir contenidos del “Taller de Reconocimiento Visual” y “Taller de lecturas de Lima”.
- Definir estructura de la obra de teatro.



- Coordinación con la Escuela de Psicología de la [Universidad Nacional Mayor de San Marcos](#) y los estudiantes de nutrición de la misma, charla.

Gestión de recursos:

- Gestionar canje de espacios publicitarios con medios de comunicación, auspicios con empresas de la comunidad.
- Gestionar compra de materiales de limpieza y pintura; materiales de escritorio, materiales de arte para realizar el mural.
- Gestionar libros “Plan Lector” (premios a ganadores concurso cuentos).

Campaña de difusión: diseño, impresión y distribución de afiches, volantes. Envío de invitaciones a red de organizaciones y creadores de la comunidad.

Realización de la obra de teatro: instalación de equipamiento; coordinación de equipos de producción, tramoyas, limpieza, etc.

Resultados esperados

Estos resultados se desprenderán de los informes que elaborará cada encargado y del informe final, previa reunión de todo el equipo

- Establecer un vínculo entre los estudiantes y su escuela, generando un cambio de actitud de la misma.
- Que se sientan identificados con ella por haber pasado casi 11 años en la institución y por medio del plus que hay en la historia de su escuela y ellos ser parte de ella.
- Mayor compromiso por parte del profesorado, no resistiéndose a nuevas formas de abordar el tema educativo.
- Tender un puente entre comerciantes, empresas y el resto de la sociedad civil involucrándolos en el desarrollo de los estudiantes, en un cambio de actitud general frente al Patrimonio Cultural dejando de verlo como un obstáculo sino más bien como un plus para ellos y la ciudad.

Recursos:

- a) *Equipo humano:* Equipo de IIAPERU.
Coordinación general: Karla Mallma.
Producción general: Martín Torres Tapia.
Finanzas: Karla Mallma y Martín Torres Tapia.
Asistente de Producción: Franchesca Tapia.
Coordinador de difusión:
6 voluntarios de la EAP de Arte para labores de coordinación e investigación.
2 estudiantes miembro del CELIT (jurado del concurso de lectura).
1 literato o profesor de literatura de la UNMSM (invitado)
Sr. Leonardo Alegre (teatro)
1 estudiante de psicología.



- 1 comunicador social
- 2 estudiantes de nutrición.
- 2 conservadores, restauradores de la Escuela Taller de Lima.
- b) *Recursos materiales*: materiales de escritorio, centro de cómputo, otros.
- c) *Recursos financieros*: el costo estimado del proyecto es de **10.000 soles**, entre gastos operativos y honorarios de los participantes.

Se buscará el financiamiento entre los comerciantes que trabajan en torno a la escuela y empresas de fabricación de útiles de escritorio, de alimentos, que vean su imagen reforzada por medio de la colaboración en el proyecto.

El proyecto así mismo para asegurar su sostenibilidad y autonomía busca reintegrar a los alumnos egresados formando una asociación de egresados quienes sean los encargados de llevar a cabo la continuación del proyecto y su permanencia.

PROYECTO DE INVESTIGACION ARQUEOLÓGICA Y PUESTA EN VALOR DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO GARAGAY

CHRISTIAN CANCHO / DIANA FERNÁNDEZ
Arqueólogos independientes

Descripción del proyecto

El proyecto en mención comprende la investigación y puesta en valor del complejo arqueológico Garagay, ubicado en el valle del Rímac, en el actual distrito de San Martín de Porres, Departamento de Lima. Esta propuesta contempla la revalorización de un monumento histórico del pasado prehispánico y su reinserción en la sociedad moderna, teniendo como premisas: Integrar a la población con su Patrimonio Cultural vivo y fomentar una conciencia identitaria en el colectivo sobre su pasado histórico y la importancia de su resguardo.

El Complejo arqueológico Garagay, pertenece a una tradición de templos, definidos en la literatura arqueológica como “Templos en U” debido a la configuración de sus plantas; abarcando la Costa central desde los valles de Chancay por el norte, hasta Lurin por el sur. Garagay es un sitio de singular importancia pues constituye uno de los templos longevos más grandes de la Costa Central y el único decorado con “relieves policromos” para el periodo denominado *Formativo* (comprendido entre los años 1500 a.C.-200 d.C.) y posiblemente desde el 1000 a.C. su prestigio creció y lo llevo a convertirse en el templo más importante de la Costa Central. Es pues que este complejo es una pieza clave para el entendimiento de la historia prehispánica de Lima, cuyo templo es cronológicamente contemporáneo con el Templo de *Chavín de Huantar* en el callejón de *Conchucos*. En 1974 el monumento fue intervenido por el *Centro de investigación y restauración de bienes monumentales* del entonces Instituto Nacional de Cultura (hoy Ministerio de Cultura); a cargo del arqueólogo Rogger Ravines y su equipo, quienes hicieron descubrimientos sorprendentes; “*el hallazgo de Frisos decorativos con imágenes policromadas de seres antropomorfos y figuras emparentadas con el estilo Chavín*”, únicos en la costa Central. Las autoridades del Instituto Nacional de Cultura, advirtieron “como prioridad de suma importancia” poner en obra un trabajo de investigación y conservación de dicho monumento. Pero a pesar de los esfuerzos de las autoridades correspondientes y de la comunidad científica de ese entonces no se pudieron llevar a cabo dichos trabajos debido a los problemas sociales de su contexto y principalmente a la falta de un financiamiento adecuado que permita la conservación y puesta en valor del sitio, quedándose olvidado en el tiempo y sufriendo los estragos de un deterioro continuo a lo largo de los años hasta la actualidad.



Nuestra preocupación por el desarrollo del proyecto de investigación y puesta en valor gira entorno a una problemática social, que es muy común en nuestros días, la cual se debe principalmente al crecimiento desmesurado de la urbe, que ha conllevando una reducción cada vez mayor de nuestro paisaje cultural arqueológico que, paradójicamente, es una de las fuentes más importantes de ingreso económico en un país tan rico en arqueología como el nuestro.

Siendo conscientes de la problemática antes descrita y en vista de la necesidad de supervivencia de los habitantes que hoy se asientan alrededor del monumento (el cual asumen como obstáculo para el progreso de su urbanización), este proyecto busca establecer lazos de convivencia entre el Patrimonio Histórico y la población aledaña.

Se basa en una propuesta que ha brindado resultados satisfactorios en otras regiones de nuestro país donde se puso en marcha, pero con una visión más innovadora, dinámica y participativa de la ciudadanía y con un enfoque profesional multidisciplinario; integrándola necesariamente en un programa de investigación que contara con la asesoría científica de especialistas en el tema y abocados al periodo en el que se inscribe el monumento.

Es de nuestro conocimiento que el Ministerio de Cultura ha emprendido un arduo trabajo de saneamiento fisco legal del complejo arqueológico que evite conflictos sociales con la población aledaña. Así pues este proyecto propone como primera directriz establecer la monumentación y fortalecer la delimitación del complejo arqueológico Garagay, contemplando la construcción de un cerco perimétrico, bajo un trabajo de monitoreo arqueológico que ponga fin al avance del deterioro progresivo del sitio. Esta acción debe realizarse coordinadamente, siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Cultura y las autoridades correspondientes. Bajo esta premisa se procederá a la intervención arqueológica del sitio, realizándose excavaciones sistemáticas con miras a esclarecer la complejidad arquitectónica del complejo arqueológico. Es pues que las excavaciones deberán ser contempladas de acuerdo a objetivos específicos de investigación, ya que el fin no es sólo desenterrar un monumento y conservarlo, sino entender la historia detrás del monumento y sus características intrínsecas en beneficio del enriquecimiento cultural de nuestra ciudad y su salvaguarda para la posteridad.

Un tópico importante con respecto a la conservación y puesta en valor del Complejo Garagay, que fortalecería nuestro proyecto volviéndolo más realista y no como una simple *seudo concreción*, es la noticia de que la actual gestión municipal acaba de aprobar la implantación del *Plan arqueológico de la ciudad de Lima* que contiene cuatro rutas turísticas, una de las cuales (Ruta Chillón) incluye el sitio arqueológico del Paraíso considerado el primer templo en U (actual proyecto de puesta en valor del Ministerio de cultura) y no está exento el Templo de Garagay que clama tan bien su futura puesta en valor. Este asunto a nivel turístico resultaría fundamental para la ciudad de Lima que recibiría todas las atenciones por contar con el primer templo en U

(Paraíso) y el que se convirtió en el más prestigioso y monumental de la historia prehispánica de la ciudad (Garagay); es aquí donde radica la importancia de su estudio “*La tradición arquitectónica de Templos en U de Lima*”.

Muchos sitios arqueológicos de gran importancia han desaparecido ya en nuestra ciudad por no contar con un proyecto de puesta en valor y re inserción a la sociedad como monumento vivo e interactuante que le devuelva su sentido histórico. Siendo los autores de este escrito, licenciados en Arqueología y estando habilitados para firmar y ejecutar proyectos de naturaleza estrictamente cultural, nos sentimos comprometidos en la revalorización del Templo de Garagay, motivados en primer lugar por un afán científico y complementado por aportar al colectivo social una mirada nueva y diferente a su ciudad. Estamos seguros que la puesta en valor de un templo de tales características sería un atractivo turístico de gran importancia por su antigüedad, singularidad y por lo destacado de sus elementos arquitectónicos y decorativos.

Por el lado social se contribuiría a cambiar un espacio de drogadicción y delincuencia por un lugar sano y de naturaleza cultural.

Según el artículo 9 de la *Carta Internacional para la Gestión de Patrimonio Arqueológico* “el Patrimonio Arqueológico es una herencia común de toda la humanidad y la cooperación internacional resulta esencial para formular y hacer respetar los criterios de gestión de este Patrimonio”.

Objetivos Generales

1. Devolver el valor histórico-cultural e identitario al complejo arqueológico Garagay
2. Establecer lazos de convivencia entre el Patrimonio Cultural y el colectivo social reinsertando el monumento en la sociedad moderna

Objetivos específicos

1. Investigación y conservación del sitio arqueológico de Garagay
2. Detención del proceso destructivo del complejo arqueológico
3. Incorporación de nuevas oportunidades laborales a pequeño, mediano y largo plazo en beneficio de la población local
4. Fomento del turismo reinsertándolo a una de las rutas turísticas de Lima en base a lo aprobado por el gobierno local

Actividades a desarrollar

- Campaña informativa de concienciación sobre el Patrimonio Cultural y convocatoria de participación ciudadana
- Campaña de limpieza general del complejo arqueológico con la participación ciudadana



- Delimitación, construcción de murales de señalización y colocación de Hitos; posterior al saneamiento físico legal para impedir la destrucción progresiva del sitio
- Construcción de un cerco perimetral de cemento alrededor del sitio arqueológico bajo una supervisión de monitoreo arqueológico
- Trabajos de excavaciones arqueológica estratégicas, con miras a esclarecer y exponer la naturaleza arquitectónica del complejo arqueológico
- Trabajos de conservación del sitio arqueológico de acuerdo a las áreas intervenidas
- Gestión arqueológica para la presentación, exposición y publicación de los trabajos realizados y la implementación de un centro de interpretación y museo de sitio, viabilizando una infraestructura y logística para su habilitación
- Gestión para el diseño de un “Plan turístico”, es decir, una apropiada exposición del monumento contemplando el interés de las rutas turísticas de Lima y así garantizando su sostenibilidad y autofinanciamiento a través del tiempo. Esto involucraría también, la producción de artesanías, publicaciones y souvenirs que contribuyan a la autofinanciación del sitio

Resultados esperados

En lo material, se pretende detener el daño progresivo que actualmente sufre el monumento y devolverle su imponente arquitectura, para ser presentado como nuevo espacio cultural y reinsertado en la sociedad como bien musealizable. En el aspecto laboral, se promovería la generación de empleo entre la población local durante el proyecto, involucrándose directamente con los trabajos realizados (ejemplo claro es el Proyecto Caral). En lo económico, este monumento tras su puesta en valor podría convertirse en fuente generadora de ingresos a través del turismo integrándose a una red de rutas. Además el monumento se encuentra ubicado en un área estratégica, dada su cercanía con el aeropuerto. En lo académico, se podrán responder muchos problemas científicos y vacíos sobre los Templos en U del periodo Formativo y contribuir al conocimiento de la Cultura prehispánica e historia de Lima en beneficio de todos.

Ámbito territorial de aplicación

Lima, principalmente zona Norte; distrito de San Martín de Porres, provincia del departamento de Lima. Urbanización el Pacifico y colindancias.

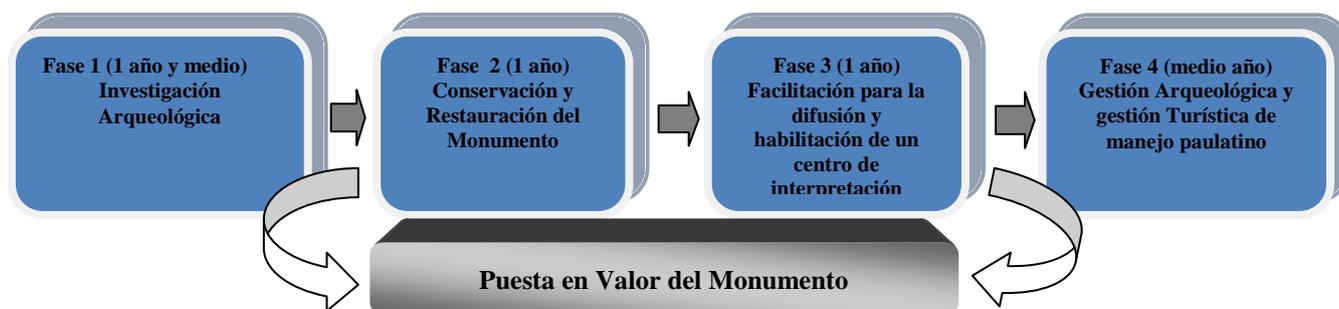
Destinatarios

La recuperación del Patrimonio Cultural va en beneficio de todo el colectivo social del país (público general), si bien se prevé una repercusión de especial relevancia en colegios y universidades.



Duración estimada

El proyecto está programado para cuatro años de duración y contemplado en cuatro fases de desarrollo (sujetas cada una de ellas al avance de los trabajos de campo y a la complejidad de la arquitectura del sitio)



Presupuesto aproximado

* Este presupuesto es una aproximación preliminar dado que el proyecto está en construcción y sujeto a posibles modificaciones y correcciones.

	Fase de Investigación A.	Fase de Conservación y Restauración	Fase de Facilitación	Fase de Gestión
4 años (48 MESES)	Total por 18 meses S/.	Total por 12 meses S/.	Total por 12 meses S/.	Total por 6 meses S/.
Personal - Recursos humanos				
Director del Proyecto	90000	60000	60000	30000
Personal profesional Arqueólogos	819000	546000	84000	84000
Personal obreros	270000	180000	180000	
Topógrafo	8000			
Conservador	63000	42000		
Personal de gestión			144000	72000
Costos de supervisión MC	6000	4500		
Servicios de Arquitecto			42000	26000
Materiales de campo				
Herramientas	60000	60000	90000	
Fichas de registro	900	600		
Registro Grafico	500	300		
Materiales de escritorio	7500	7500	7500	5000
Construcción de Cerco perimétrico MC	10000			
Colocación Panel de identificación MC	800			
Sub total S/. X fase	1335700	900900	607500	217000
			Total del proyecto	S./ 3.061.100

Fuentes de Financiación previstas

1. Municipalidad de Lima (Plan Arqueológico de la ciudad de Lima)
2. Gobierno regional de Lima
3. Plan COPESCO Nacional
4. Ministerio de Cultura
5. Municipalidad de San Martín de Porres
6. Universidad de Ciencias y Humanidades
7. Cementos Lima
8. Petroperú
9. Fundación Backus
10. Universidades afines

Información Gráfica:



Foto 1: Medallón, Friso policromo

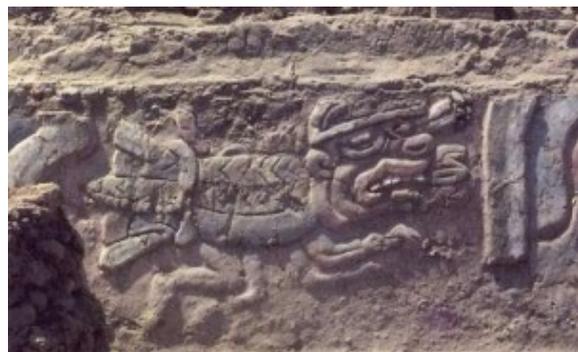


Foto 2: Monstruo Zoomorfo, Friso Policromo



Foto 3: Excavación de 1974, Atrio del Templo



Foto 4: Idealización del Proyecto



Christian Giovanni Cancho Ruiz

Foto 5: Idealización del Proyecto terminado, reconstrucción de piramides

GESTIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL CENTRO HISTÓRICO Y DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO DE TUNÁN

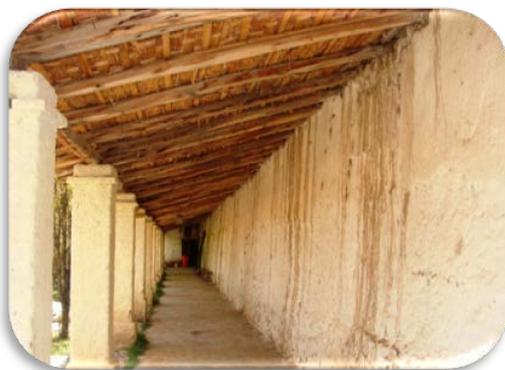
ARMANDO CHIPANA

Arquitecto de la Asociación Restauradores Sin Fronteras-Grupo Perú

Descripción del proyecto

La infraestructura del Centro Histórico y del Patrimonio Arquitectónico del distrito de San Jerónimo de Tunán es el punto de partida para su renacimiento y motivo suficiente para alentar expectativas de un auge del turismo, toda vez que se complementa con la accesibilidad vial directa de la Carretera Central, vía ferroviaria trocha estándar (1.23 ml) desde Lima y el estado óptimo de su carretera asfaltada de cuatro vías, que dinamiza los negocios, y el intercambio cultural que aportan los visitantes.

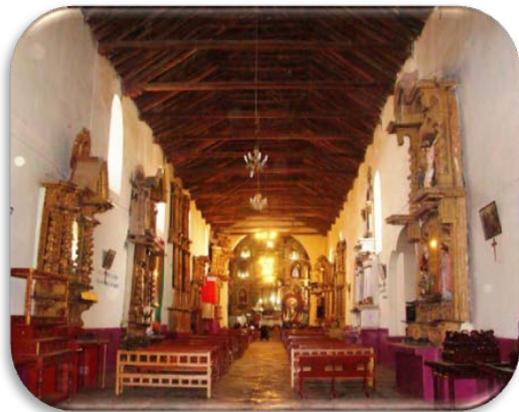
La base patrimonial potencialmente valorable, por tanto, el correcto manejo del Patrimonio



Cultural construido y el medio ambiente en que se insertan resulta vía, medio y fin para la obtención de un beneficio social y económico, así como para hacerlos de una vez protagonistas de su salvaguarda y gestores de su propio desarrollo. Ahora bien, solo a partir de una efectiva y eficaz intervención de las administraciones y toma de conciencia de sus depositarios, es posible garantizar la utilidad directa del Patrimonio Cultural y su valoración de carácter turístico

hacia la comunidad que le es vecina.

La Municipalidad, a través del Proyecto “Gestión y Puesta en Valor del Centro Histórico y del Patrimonio arquitectónico del distrito de San Jerónimo de Tunán”, pretende realizar un conjunto de actividades orientadas a la implementación del Plan de Manejo y Desarrollo del Centro Histórico y del llamado circuito artesanal y circuito arqueológico del Valle del Mantaro, siendo uno de sus objetivos centrales, su conservación y mejoramiento respectivo.



El proyecto propone el mejoramiento de la Zona Monumental de la ciudad respetando sus orígenes, un paseo por su histórica importancia en la época virreinal, junto con el rescate de sus tradiciones, costumbres, creencias y culturas; todo ello hace que “San Jerónimo de Tunán” sea una ciudad vital, compleja, y problemática, pero dispuesta a cautivar con su encanto de ciudad andina artesanal, pujante, aguerrida y optimista.

Objetivo General y Específicos

- Dinamizar el desarrollo económico, social y cultural del Centro Histórico para el posicionamiento turístico de la ciudad.
- Mejora de la calidad educativa en la formación de capacidades
- Incremento de recursos económicos de inversión privada (servicios).
- Acreditación y fortalecimiento de organizaciones estatales y privados.
- Recuperar y valorizar el ambiente urbano monumental del Centro Histórico.

Actividades a desarrollar

A. Dimensión Técnica

1. Implementación del Proyecto

1.1. Formulación del Plan Operativo Anual

1.1.1. Formulación del Plan Operativo Anual y Expedientes Técnicos

2. Inventario Catalogo y Planes

2.1. Inventariar y Catalogar el Patrimonio Cultural Material e Inmaterial

2.1.1. Inventariar y catalogar el Patrimonio Cultural Mueble e Inmueble de la Ciudad

2.1.2. Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Ciudad

2.2. Plan de Manejo y Gestión del Patrimonio Cultural

2.2.1. Elaboración de un Plan de Manejo y Gestión del Patrimonio Cultural del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán

3. Intervención Física y Acondicionamiento

3.1. Mantenimiento, Consolidación, Conservación y Acondicionamiento de los Monumentos Arquitectónicos

3.1.1. Mantenimiento, consolidación y conservación de la iglesia matriz de San Jerónimo de Tunán

3.1.2. Restauración de Retablos de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán

- 3.1.3. Restauración de Lienzos de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán
- 3.1.4. Restauración de Imágenes de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán
- 3.1.5. Mantenimiento, consolidación y conservación de la de portadas y balcones virreinales del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán
- 3.2. Centro de Interpretación Cultural
 - 3.2.1. Centro de Interpretación Cultural del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán
- 3.3. Proyecto de Investigación Arqueológica para la Puesta en Valor del Sitio Unish Coto
 - Proyecto de Investigación Arqueológica con fines de delimitación
 - Proyecto de Investigación Arqueológica con fines de puesta en valor
 - Proyecto de Investigación Arqueológica con fines de conservación
- 3.4. Acondicionamiento del Área Complementaria
- 3.5. Acondicionamiento del área complementaria de influencia turística del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán
- 3.6. Señalización con fines turísticos
 - 3.6.1. Señalización del Centro Histórico, del Sitio Arqueológico Unish Coto y de los principales atractivos turísticos

B. Dimensión Social

4. Sensibilización a la población
 - 4.1. Sensibilización a la población
 - 4.1.1. Sensibilización a la población de San Jerónimo de Tunán con especial énfasis en las instituciones educativas respecto a la valoración del Patrimonio Cultural como recurso turístico de la ciudad
5. Asistencia Técnica
 - 5.1. Fortalecimiento de capacidades
 - 5.1.1. Fortalecimiento de capacidades a productores agropecuarios, artesanos orfebres y operadores turísticos
6. Promoción e información turística
 - 6.1. Circuitos Turísticos
 - 6.1.1. Diseño del Circuito turístico interno del distrito de San Jerónimo de Tunán
 - 6.1.2. Diseño del Circuito Turístico articulado a los circuitos de la zona y región
 - 6.2. Promoción e información turística
 - 6.2.1. Equipamiento básico de la Oficina Municipal de servicios de información turística
 - 6.2.2. Capacitación de personal de la Oficina Municipal de servicios de información turística
 - 6.2.3. Habilitación de una caseta móvil de información turística

6.2.4. Diseño y publicación de una página web de promoción y desarrollo turístico del Distrito de San Jerónimo de Tunán

Resultados esperados

- Declaración de Zona Monumental por la Dirección Nacional de Cultura - MINCUL, mediante la Resolución Nacional.
- Contar con un Inventario, Registro y Catalogación de los principales monumentos arquitectónicos y arqueológicos del distrito San Jerónimo de Tunán.
- Mantenimiento y conservación de la iglesia Matriz.
- Restauración de los retablos laterales y central de la Iglesia Matriz.
- Construcción del Centro de Interpretación Cultural de San Jerónimo de Tunán.
- Tratamiento paisajístico de zonas próximas al centro histórico.
- Rehabilitación de fachadas a una cuadra a la redonda de ambas plazas (portadas y balcones virreinales del centro histórico de la ciudad).
- Delimitación y señalización con fines turísticos del centro histórico y accesos a monumentos arquitectónicos de la ciudad.
- Mejora de los accesos a los atractivos turísticos.
- Capacitación al personal de oficinas y/o dependencias encargadas de brindar servicio de información turística.
- Sensibilización a la población San Jerónimo de Tunán, con especial énfasis en las Instituciones Educativas respecto a la valoración del Patrimonio Cultural como recurso turístico de la ciudad.
- Articulación de las organizaciones e instituciones estatales y privadas del ámbito del proyecto.
- Investigación arqueológica del sitio Unish Coto.
- Fortalecimiento de capacidades de artesanos del oro y plata con la finalidad de mejorar la calidad de producto, enfatizado en recuperar la identidad e iconografía distintiva con fines de exportación.

Ámbito territorial de aplicación

Distrito de San Jerónimo de Tunán, Provincia de Huancayo - Departamento de Junín.

Destinatarios

Consideramos como beneficiarios del proyecto al número total de personas atendidas: 9980 habitantes y turistas que están siendo consideradas de alguna manera sin el proyecto.



Duración estimada

ITEM	ACTIVIDADES	AÑO 1											
		MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO												
	1. 1. FORMULACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL												
	1.1.1. Formulación del Plan Operativo Anual y Expedientes Técnicos												
2	INVENTARIO CATALOGO Y PLANES												
	2.1. INVENTARIAR Y CATALOGAR EL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL												
	2.1.1. Inventariar y catalogar el Patrimonio Cultural Mueble e Inmueble de la Ciudad												
	2.1.2. Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Ciudad												
	2.2. PLAN DE MANEJO Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL												
	2.2.1. Elaboración de un Plan de Manejo y Gestión del Patrimonio Cultural del Centro Histórico de SJT												
3	INTERVENCIÓN FÍSICA Y ACONDICIONAMIENTO												
	3.1. MANTENIMIENTO, CONSOLIDACIÓN, CONSERVACIÓN, Y ACONDICIONAMIENTO DE LOS MONUMENTOS ARQUITECTÓNICOS												
	3.1.1. Mantenimiento, consolidación y conservación de la iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán												
	3.1.2. Restauración de Retablos de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán												
	3.1.3. Restauración de Lienzos de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán												
	3.1.4. Restauración de Imágenes de la Iglesia Matriz de San Jerónimo de Tunán												
	3.1.2. Mantenimiento, consolidación y conservación de la de portadas y balcones virreinales del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán												
	3.2. CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL												
	3.2.1. Centro de Interpretación Cultural del Centro Histórico de SJT												
	3.2. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ARQUEOLÓGICA PARA LA PUESTA EN VALOR DEL SITIO UNISH COTO												
	3.4. ACONDICIONAMIENTO DEL ÁREA COMPLEMENTARIA												

Participación de las Entidades Involucradas y de los Beneficiarios

Las principales entidades involucradas que contribuirán en la ejecución del proyecto son, entre otras, la Municipalidad Provincial de Huancayo, la Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Tunán, la Dirección Regional de Cultura, DIRCETUR, PROMPERU, empresarios del sector, propietarios de las viviendas con fachadas o balcones virreinales, turistas nacionales y extranjeros.

Matriz de Entidades Involucradas y de los Beneficiarios

ACTORES INVOLUCRADOS	MANDATO	INTERESES	RECURSOS	PROBLEMAS PERCIBIDOS DEL ACTOR EN RELACIÓN A LA INICIATIVA	POTENCIALES MOTIVOS PARA GENERACIÓN DE CONFLICTOS	POTENCIALES INSTITUCIONES CON QUIEN CONSOLIDAR ALIANZAS
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO DE TUNÁN	Promoción del desarrollo local	Imagen Institucional, cumplimiento de metas de desarrollo local	Presupuestal, logístico, recursos humanos y otros	Poco interés por mantener el Patrimonio Cultural del distrito de San Jerónimo de Tunán	Crecimiento urbano desordenado generando el poco acceso a la población a un Centro Histórico	DRCJ, GOBIERNO REGIONAL DE JUNÍN - DIRCETUR JUNÍN, organización de artesanos, Propietarios, JUNTAS VECINALES
DRCJ	Conservar los recursos, históricos, arqueológicos y culturales	Cumplimiento de metas e imagen institucional	Gestión, recursos humanos	Deterioro del Patrimonio Histórico del distrito de San Jerónimo de Tunán	Intervención parcial marginal al pueblo del Centro Histórico	Municipalidad Provincial de Huancayo, Municipalidad de SJT, propietarios
GOBIERNO REGIONAL DE JUNÍN (GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO)	Promocionar el desarrollo armónico de los distritos, provincias y Región JUNÍN	Cumplimiento de metas e imagen institucional	Presupuestal, logístico, recursos humanos y otros	Inadecuadas condiciones de conservación del Patrimonio Histórico del distrito de SJT	Propuesta de Intervención parcial originan duplicidad de esfuerzos e inversiones	Municipalidad Provincial de Huancayo, INC, propietarios de inmuebles
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO	Promocionar el desarrollo armónico de los distritos de su jurisdicción	Cumplimiento de metas e imagen institucional	Presupuestal, logístico, recursos humanos y otros	Inadecuadas condiciones de conservación del Patrimonio Cultural del distrito de San Jerónimo de Tunán	Propuesta de Intervención parcial originan duplicidad de esfuerzos e inversiones	GRJ, Municipalidades, INC, Propietarios de viviendas
PROPIETARIOS DE VIVIENDAS EN DEL CENTRO HISTÓRICO	Proteger propiedad y promocionarla	Obtener ingresos por afluencia turística	Compromisos, predios, y recursos humanos	Abandono y descuido del Patrimonio Histórico privado	Propietarios no llegan a finiquitar acuerdos con entidades responsables	Municipalidad distrital de SJT e INC JUNÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE TURISMO DE JUNÍN	Conservar los recursos arqueológicos, históricos y culturales	Imagen Institucional, cumplimiento de metas	Logísticos, recursos humanos y otros	Mal estado de conservación del Centro Histórico	Carencia de un Inventario adecuado y actualizado de recursos y productos turísticos	GRJ, Municipalidades, INC, Propietarios de viviendas
EMPRESARIOS DE ACTIVIDADES ASOCIADAS AL TURISMO	Formalizar actividades productivas, industriales y servicios	Mejorar sus niveles de ingreso y promoción empresarial	Logístico, Gestión y promoción	Recursos arquitectónicos descuidados y escasos servicios turísticos	Escasa organización de los dueños de infraestructura como también de los servicios turísticos	Municipalidad distrital de SJT, INC JUNÍN y propietarios de zona arqueológica
OPERADORES TURÍSTICOS	Brindar un adecuado servicio	Incrementar niveles de ingreso y promoción turística	Logístico, Gestión y promoción	Baja afluencia turística por descuido de productos y servicios turísticos	Baja calidad de servicios al turista	Municipalidad distrital de SJT y propietarios de inmuebles del Centro Histórico
PROMPERU	Promocionar recursos arqueológicos, históricos y culturales	cumplimiento de metas e imagen institucional	Presupuestal, gestión y promoción	Deterioro del Patrimonio Histórico del distrito de SJT	Titulares no se identifican con el desarrollo turístico distrital	GRJ, Municipalidades, INC, Propietarios de viviendas
ORGANIZACIÓN DE ARTESANOS PLATEROS	Incrementar ingresos por actividad artesanal de calidad	Posicionamiento del mercado artesanal del oro y la plata	Gestión y Promoción	Débil organización de artesanos plateros y pérdida de identidad regional	Gran competencia en la Lima con producción en serie y de mala calidad	Municipalidad distrital de SJT y propietarios de centro histórico
JUNTAS VECINALES	Tener condiciones de vida saludable	Disfrutar de la mejora del Centro Histórico	Presupuesto Participativo	Bajo nivel competitivo en turismo, por carecer de inversión privada	Ciudadanos no se identifican con el desarrollo turístico distrital	Municipalidad distrital de SJT, y propietarios de inmuebles



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO DE TUNÁN

Capital Artesanal Ciudad Productiva Municipio Saludable



"EL AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

San Jerónimo de Tunán, 27 de Mayo del 2011.

CARTA N° 037-2011-A/MDSJT.

Sr. Javier Gámez

Presidente A-RSF

Área de Proyectos y Asistencias Técnicas

Ciudad.-

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarles mi cordial saludo y manifestarle que la Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Tunán la cual dirijo en mi condición de Alcalde, ha considerado de prioridad atender la intervención de la Puesta en Valor del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán, por la necesidad de salvaguardar el Patrimonio Cultural de la Nación, pues el Centro Histórico ha sufrido cambios que ponen en peligro su valor patrimonial, como las edificaciones que no están acordes con el paisaje urbano monumental que otrora tenía, a ello se debe también los ensanches de las vías haciendo colapsar las portadas y balcones que tiene desde la época virreinal y republicana, casonas que están siendo modificadas en sus estructuras interiores pues al no haber un Reglamento de Gestión y Administración del Centro Histórico, los propietarios aun insensibles del valor patrimonial de sus propiedades continúan con esta mala práctica. Es precisamente cuando decae la actividad artesanal con la consiguiente merma del ingreso de la población y la pérdida del valor patrimonial de las edificaciones, es cuando surge la necesidad de intervenir el Centro Histórico, pues se convierte en una opción de ingresos económicos y fuente de desarrollo social y cultural a través del turismo cultural. A pesar de haber hecho diversos esfuerzos y gestiones para su puesta en valor, no tenemos la posibilidad técnica ni financiera para poder ponerlo en valor por ello hasta la fecha nuestros esfuerzos han sido infructuosos, pues es necesario que este valioso patrimonio sea conocido y aprovechado por la población local, nacional e internacional.

Concedores de que el logro de los objetivos del proyecto requiere de la participación de distintas organizaciones y sobre todo de contar con todo el apoyo y colaboración de Restauradores Sin Fronteras para poder poner en marcha un proyecto que propicie la puesta en valor del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán para el desarrollo de esta zona del país. Por nuestra parte nos comprometemos a poner en disposición toda nuestra capacidad logística, técnica y de cualquier otro recurso que necesite el proyecto.

Agradeciendo su gentil atención, hago propicia la ocasión, para reiterarle mi estima personal,

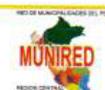
Atentamente.

ALCALDE



RUC. N° 20185716172
DIRECCIÓN: Av. Arequipa Nro. 709

TELÉFONO - FAX: 0645-435126



FUNDACIÓN DE
Casas Históricas y Singulares



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO DE TUNÁN

Capital Artesanal Ciudad Productiva Municipio Saludable



"EL AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

San Jerónimo de Tunán, 27 de Mayo del 2011.

CARTA N° 038-2011-A/MDSJT.

APRECIADOS: SRA. MARÍA TERESA NÚÑEZ GASCÓN Y SR. JUAN DE LA SERNA TORROBA

Coordinadora General y Coordinador de Patrimonio para el Desarrollo de la AECID - Perú

Ciudad.-

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a ustedes, para expresarles mi cordial saludo y manifestarles que la Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Tunán la cual dirijo en mi condición de Alcalde ha considerado de prioridad atender la intervención de la Puesta en Valor del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán, por la necesidad de salvaguardar el Patrimonio Cultural de la Nación, pues el Centro Histórico ha sufrido cambios que ponen en peligro su valor patrimonial, como las edificaciones que no están acordes con el paisaje urbano monumental que otrora tenía, a ello se debe también los ensanches de las vías haciendo colapsar las portadas y balcones que tiene desde la época virreinal y republicana, casonas que están siendo modificadas en sus estructuras interiores pues al no haber un Reglamento de Gestión y Administración del Centro Histórico, los propietarios aun insensibles del valor patrimonial de sus propiedades continúan con esta mala práctica. Es precisamente cuando decae la actividad artesanal con la consecuente merma del ingreso de la población y la pérdida del valor patrimonial de las edificaciones, es cuando surge la necesidad de intervenir el Centro Histórico, pues se convierte en una opción de ingresos económicos y fuente de desarrollo social y cultural a través del turismo cultural.

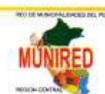
A pesar de haber hecho diversos esfuerzos y gestiones para su intervención no hemos logrado su puesta en valor pues no contamos con condiciones técnicas ni financieras para poder ponerlo al servicio óptimo al público en general, especialmente a los estudiantes e investigadores, por ello hasta la fecha nuestros esfuerzos han sido infructuosos, pues es necesario que este valioso patrimonio sea reconocido y aprovechado por la población local, nacional e internacional.

Estamos seguros que para la intervención del proyecto tendrá que darse en la intervención del Centro Histórico, así como la capacitación y formación del personal que se harán cargo del proyecto, así como trabajar con la amplitud de la sociedad civil para comprometer el apoyo de las instituciones



RUC. N° 20185716172
DIRECCIÓN: Av. Arequipa Nro. 709

TELÉFONO - FAX: 0645-435126



FUNDACIÓN DE
Casas Históricas y Singulares



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO DE TUNÁN

Capital Artesanal Ciudad Productiva Municipio Saludable



estatales y privadas para que sean sensibilizados en la importancia del Patrimonio Cultural como elemento dinamizador del desarrollo sustentable.

La Municipalidad Distrital de San Jerónimo de Tunán garantiza y se compromete a la sostenibilidad del proyecto una vez finalice la propuesta presentada, pues ya en algún tiempo hemos invertido nuestros recursos y gestiones para tener la disponibilidad donde se desarrollaría el proyecto, los recursos como materiales y logística, así también, por las gestiones realizadas hemos conseguido que el proyecto de Puesta en Valor del Centro Histórico sea un perfil de proyecto aprobado en el Sistema Nacional de Inversión Pública, lo cual demuestra su claro interés de parte de la comunidad local.

Por ello nos hemos puesto en contacto con la ONGD Restauradores Sin Fronteras, pues aprovechando su experiencia en el desarrollo de proyectos de cooperación para el desarrollo a partir del patrimonio cultural, poder poner en marcha el proyecto que propicie la puesta en valor del Centro Histórico de San Jerónimo de Tunán de tal manera que propicie el desarrollo de esta zona del país.

Conocedores de que el logro de los objetivos del proyecto requiere de la participación de distintas organizaciones y sobre todo de contar con todo el apoyo y colaboración de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo ya que sin su participación no podremos llevar a cabo estos propósitos.

Agradeciendo su gentil atención, hago propicia la ocasión, para reiterarle mi estima personal,

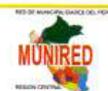
Atentamente

ALCALDE



RUC. N° 20185716172
DIRECCIÓN: Av. Arequipa Nro. 709

TELÉFONO - FAX: 0645-435126



CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL DE LA CIUDAD DE LAMPA: PUESTA EN VALOR Y RESTAURACIÓN DE LA CASA DE LA OCA

SHELBY PAZ

Arquitecta-Restauradora y especialista en Gestión Cultural

Descripción del proyecto

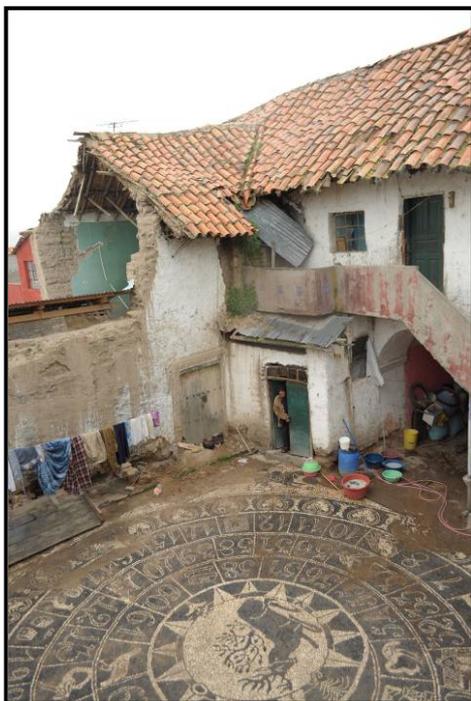
El proyecto consignado, *Centro de Interpretación Cultural de la ciudad de Lampa: puesta en valor y restauración de la Casa de la Oca*, pretende la restauración de un inmueble ubicado en la ciudad de Lampa, de fundación española, que se halla en la parte oeste del lago Titicaca, a 75 kilómetros de la ciudad de Puno, denominado “*La casa de la Oca*”, ya que posee un patio de manufactura muy singular, un ejemplar único en el Perú y Latinoamérica.

El inmueble es de propiedad de una familia que, por el paso del tiempo y las necesidades propias del lugar, ha ido modificando y alterando algunos valores de esta casa. La escasez de recursos económicos hace imposible realizar algunas tareas de mantenimiento y prevención, por lo cual algunas partes de la casa fueron reemplazadas, modificadas o simplemente eliminadas. Entre las diversas actividades que se realizan en este inmueble, promovidas por sus propietarios, se encuentra la visita pública. Al parecer, el único valor inalterable del inmueble es su patio, diseño y conformación estilística, que a causa de los factores climáticos y antrópicos que lo afectan, viene perdiendo pieza a pieza como rehusándose a desaparecer con el paso del tiempo.



La principal riqueza de este inmueble no es su configuración arquitectónica, ya que su lectura pertenece a una casona colonial típica de la zona, con muros de adobe, techos de teja y carpintería de madera y su característico embarre de tonos terrosos que le dan una calidez excepcional. Con el paso del tiempo ha ido sufriendo diversas modificaciones, las cuales vienen afectando a la conformación del patio principal. Dicho patio permite revalorizar la riqueza artística de los mosaicos puneños de época, pues se trata de un patio señorial cuyo diseño está inspirado en el tablero del Juego de la Oca; el acceso al lugar donde se halla este hermoso mosaico se realiza por el postigo de la casa, que ingresa a un callejón amplio que termina en el marco de este tablero de 7.00 m x 8.00 m.

El patio presenta un mosaico hecho con teselas de cantos rodados de color blanco y negro que ocupan prácticamente la totalidad del área exterior. La tipología del mosaico representa un tablero del Juego de la Oca, que corresponde al *opus tesselatun*, por estar compuesto por diseños simples de carácter geométrico, formado por líneas curvas y rectas.



Pese a poseer una fuerte influencia europea, este tablero denota sus arraigadas raíces altiplánicas ya que, en la conformación de su diseño, las principales representaciones gráficas son del lugar, como aves, venados, tigrillos, chinchillas, cóndores, puentes, laberintos... existiendo un sincretismo de elementos europeos y locales.

Actualmente el estado de deterioro de este inmueble es preocupante; pese a esto recibe constantes visitas de turistas nacionales y extranjeros que se deleitan con su exquisito diseño y composición, siendo uno de los valores más representativos de la ciudad que se acopla perfectamente a la ruta del Barroco Andino desde el Sur de Cusco hasta los atractivos turísticos de Puno.

La intervención técnica de puesta en valor de este inmueble permitirá su rescate para su posterior implementación de un Centro Cultural en la ciudad de Lampa, siendo el primer centro que se genere en este sentido, activando y despertando los valores de la población con respecto a su reconocimiento y valores identitarios, así como la dinamicidad económica al poder ser gestionado como un centro obligado de visita en la ciudad para los visitantes de fuera y que beneficie a su población.

Las distintas etapas o procesos de intervención nos permitirán conocer los diferentes aspectos de construcción tanto del inmueble como del patio, ese exquisito trabajo que será rescatado y puesto en valor, por su significancia en diseño.

Objetivo General

Proteger y poner en valor el inmueble, de prioridad nacional o regional, de modo que genere beneficios socio-económicos que contribuyan al desarrollo sustentable de la ciudad de Lampa.

Objetivos Específicos

- Proteger y poner en valor el inmueble, contribuyendo al desarrollo socio-económico mediante inversiones y otras acciones que lo protejan, haciendo posible su uso como soporte de actividades culturales, sociales y económicas compatibles con su conservación e implantando mecanismos de gestión que aseguren su sostenibilidad y que podrán incorporar la participación de entidades privadas.
- Implementar un centro cultural que permita revalorar los diferentes aspectos culturales del proceso histórico de la casa.
- Fomentar el conocimiento y valoración por parte de la comunidad del Patrimonio Histórico del país y de las acciones de puesta en valor del mismo.
- Restaurar y conservar el patio como pieza invaluable, así como el conjunto que lo alberga.
- Generar un espacio de sociabilización y concienciación de los diferentes procesos de trabajo.
- Insertar e interconectar la ruta del Sur de Cusco y Puno

Actividades a desarrollar

- I.- ETAPA DE INVESTIGACIÓN HISTÓRICO-ARQUEOLÓGICA
- II.- ELABORACIÓN DE EXPEDIENTE DE PUESTA EN VALOR



- a.- Elaboración de expediente de puesta en valor
 - b.- Elaboración de expediente de monitoreo arqueológico
 - c.- Elaboración de expediente de implementación
- III.- ETAPA DE PUESTA EN VALOR Y RESTAURACIÓN
- a.- Patio señorial
 - b.- Casa colonial
- IV.- IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL DE LA CIUDAD DE LAMPA
- VI.- DIFUSIÓN Y TALLERES CON LA POBLACIÓN

Resultados esperados

- La recuperación de un valor único, así como de las técnicas coloniales empleadas en la construcción del patio señorial de la Casa de la Oca.
- El reconocimiento de este inmueble en su conjunto como parte del Patrimonio de la Nación, obteniendo su protección y salvaguarda nacional.
- Valorar las manifestaciones artísticas de los mosaistas puneños, revalorándolas como parte del patrimonio inmaterial de la nación.
- Otorgar un espacio cultural a los pobladores de Lampa que dé a conocer los innumerables valores de guarda esta ciudad.

Ámbito territorial de aplicación

Ciudad de Lampa, ubicada en el departamento de Puno, provincia y distrito de Lampa; Perú.

Destinatarios

La obra beneficiará principalmente a los pobladores de la ciudad de Lampa, poniendo en valor un bien con el cual se sienten totalmente identificados y han arraigado dentro de su memoria colectiva como uno de los principales símbolos que identifica a su ciudad.

Se pretende actuar a través de su municipio, distrito y finalmente ser parte del Patrimonio Cultural de la Nación, pudiendo constituirse en una fuente de futuras investigaciones.

Duración estimada

Los períodos entre investigación histórica e investigación arqueológica durarán aproximadamente cuatro meses, empalmando en su etapa final con el proceso de puesta en valor y restauración de la casa colonial, así como del patio que se ubica en este inmueble. El proceso más largo, complejo e interesante será la recuperación y restauración del patio señorial, el cual tendrá una duración de 12 meses. A la cual seguirá el proceso de implementación de un centro de interpretación y cultural de



Lampa. Estos tres procesos de intervención tendrán un tiempo estimado de 15 meses, finalizando con la apertura de un Centro de Interpretación y Cultural de la ciudad de Lampa.

Presupuesto aproximado y fuentes de financiación previstas

I.- ETAPA DE INVESTIGACIÓN HISTÓRICO-ARQUEOLÓGICA	S/. 48,500.00
II.- ETAPA DE PUESTA EN VALOR Y RESTAURACIÓN	
A.- PATIO SEÑORIAL	S/. 450,500.00
B.- CASA COLONIAL	S/.
150,000.00	
III.- IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN Y CULTURAL DE LA CIUDAD DE LAMPA	S/. 285,000.00
IMPREVISTOS	S/.
58,000.00	

TOTAL	S/. 992,000.00
--------------	-----------------------

(Presupuesto total: novecientos noventa y dos mil nuevos soles)



Fachada Principal - Casa de la Oca



Figuras ubicadas en las esquinas del patio

VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN MEDIANTE LA RECUPERACIÓN DE LA FORTALEZA DE COLLIQUE Y MURALLA DE TUNGASUCA

CATHERINE CASTELLARES / RODRIGO CÓRDOVA

International Project Manager en IGeS snc / Arquitecto-Restaurador en IGeS snc

Persona/s o institución/es que presentan el proyecto

[IGeS snc](#): empresa Italiana privada de ingeniería con sede en Roma; opera en el campo de la Ingeniería Civil y de Restauración asesorando en infraestructura, Geología, Geotecnia, Estructuras e Hidráulica y cuenta con la certificación UNI EN ISO 9001 -2008 / ISO 9001 -2008.

Constituida en 1987, presta servicios que cubren todo el ciclo de los proyectos: investigaciones preliminares, estudios de viabilidad, diseño de ingeniería de detalle, supervisión de construcción, asistencia técnica y gestión de contratos. Su éxito es el resultado del servicio que ofrece y la relación a largo plazo que establece con su cliente. Con sedes en Italia del norte (Milán), Asia (Camboya) y Europa del este (Polonia), la Sociedad ha ganado un espacio en los mercados internacionales.

Mediante la integración de técnicas interdisciplinarias, IGeS, ha logrado un alto desarrollo especialmente en el ámbito de la restauración, conservación y mejora de edificios históricos o los sitios arqueológicos. En este ámbito, profesionales altamente calificados son capaces de gestionar los proyectos desde diversos enfoques tales como técnico, histórico, artístico, socio económico (valorización), turístico y de capacitación gestora, teniendo en cuenta la aplicación de técnicas innovadoras y normativas internacionales.

APDES: la [Asociación de Promoción y Desarrollo Social - APDES](#), es un organismo no-gubernamental con 31 años de labor, que promueve el desarrollo sostenible de las comunidades urbanas no consolidadas, en situación de pobreza, con un enfoque de desarrollo humano sostenible con equidad.

Está formada por un equipo multidisciplinario social y técnico, que trabaja con un enfoque holístico, aportando al desarrollo de capacidades de la población, con énfasis en mujeres, niñas y niños, en la perspectiva de la construcción de ciudades saludables y ambiental, cultural, económica, social e institucionalmente sostenibles, contribuyendo a la superación de la exclusión y la pobreza.

Para ello, desarrolla, valida, sistematiza e implementa tecnologías adecuadas; mediante su intervención social, promueve la organización, gestión comunal, sistematiza propuestas y aporta a la construcción de políticas públicas locales y sectoriales, promoviendo la participación de las mujeres, niños y niñas en la construcción de la ciudad.



APDES basa su trabajo en los principios de democracia, solidaridad, equidad, ética, responsabilidad social, compromiso y respeto; implementado programas de desarrollo sostenible, basados en la participación de actores claves como las comunidades, los gobiernos locales y las empresas privadas.

Para alcanzar sus objetivos, APDES desarrolla alianzas estratégicas con gobiernos locales, organismos de cooperación internacional, ONGs, universidades, ministerios como el de Vivienda, Construcción y Saneamiento, Salud, empresas públicas y privadas.

Descripción del proyecto

En el Perú, actualmente se cuenta con sitios arqueológicos en estado de abandono, situación generada principalmente por los limitados recursos económicos, pérdida de la identidad cultural y deficiencia en las gestiones políticas y administrativas.

El presente proyecto busca promover la valorización cultural de la zona histórica de la civilización Colli comprendiendo la intervención en la Fortaleza Collique y Muralla de Tungasuca, consideradas Patrimonio Cultural de la Nación.

La cultura Colli, con aproximadamente 900 años de antigüedad, se asentó en el Valle del Río Chillón conformando diversos señoríos que se extienden hasta lo que ahora se conoce como los distritos de Comas y Carabayllo, por el Norte hasta Santa Rosa de Quives y por el Oeste comprendía hasta el Callao.

El proyecto consiste en promover la identidad cultural mediante la puesta en valor de la zona histórica de la civilización Collique. Se procederá en primer lugar a la definición y delimitación del área de las antiguas Murallas de Tungasuca y la Fortaleza Collique, retirando los residuos sólidos. En un segundo momento se realizará el levantamiento general geométrico y topográfico de todas la Fortaleza y Murallas de Tungasuca y de las ruinas observables hoy en día, con la representación gráfica de los detalles de las medidas y de la geometría. Se realizará un estudio de los materiales y de las causas de inestabilidad, diseñando planos detallados de deterioro y degradación de los sitios. Se desarrollará refuerzo y estabilización de las estructuras en mayor riesgo para la estabilidad y, además, la restauración, conservación y protección de las superficies y de las partes más degradadas.

Conjuntamente con una universidad nacional y acción del voluntariado se propone iniciar las excavaciones arqueológicas de la zona construyendo un laboratorio de conservación y de investigación, el mismo que permite el desarrollo de programas socioculturales como presentaciones y talleres para los estudiantes escolares de diferentes edades y niveles con el fin de transmitir de manera práctica a las generaciones más jóvenes la importancia de la investigación histórica, arqueológica y cultural. Se propone la delimitación de la Fortaleza y la definición de su área



arqueológica. Al interior de esa área, se plantea la creación de vías peatonales de acceso a las ruinas.

En ambos sitios arqueológicos, Fortaleza y Muralla de Tungasuca, se instalarán letreros y carteles que explicarán el origen y las características del sitio, con la presentación de la cultura del señorío de Lima Norte, la reconstrucción de los hechos históricos que llevaron al surgimiento de esta civilización y las causas que llevaron a su desaparición con la expansión del imperio de los Incas. Se presentarán paneles y posters de la reconstrucción de la antigua Fortaleza con escenas de la vida del siglo XIII-XIV. Se establecerán en las áreas arqueológicas senderos peatonales para realizar visitas guiadas de forma segura y se instalará un sistema de iluminación que realzará la importancia arqueológica.

En el caso de la Muralla se propone el desarrollo de senderos peatonales en las partes laterales, considerando que los restos de la muralla están dentro del espacio de expansión urbana y forman parte de un espacio público (parque).

Asimismo, se procederá a recoger información socioeconómica acerca de las familias ubicadas en la zona de intervención, se buscará promover medidas y estrategias en coordinación con la Municipalidad Distrital de Comas y Carabaylo, la sociedad civil, instituciones educativas y otras entidades del sector público y empresarial para incentivar a la población a desarrollar el turismo cultural local y Nacional, ello con la finalidad de generar condiciones que fortalezcan la identidad cultural y, asimismo, el cuidado de la zona recuperada.

En ese sentido, el proyecto buscará generar condiciones que promuevan la identidad cultural utilizando para ello estrategias de difusión concertadas con la Municipalidad Distrital de Comas y Carabaylo y empresas del sector con apoyo de la sociedad civil.

Se diseñará un teatro móvil para ser ubicado temporalmente en lugares aledaños a la zona de la Fortaleza y Muralla, cuyo objetivo será la puesta en escena de espectáculos y narraciones históricas de la edad de la civilización Collique y que permitan efectuar eventos culturales que fortalezcan la identidad cultural acercando a los pobladores con otras disciplinas culturales.

Finalmente se pretende que como resultado de la intervención se lograra que las Municipalidades de Comas y Carabaylo gestionen adecuadamente las zonas arqueológicas y dejen de ser lugares de acumulación de residuos sólidos con puntos críticos.

Objetivos generales y específicos

Objetivo General

Mejorar la identidad cultural local y recuperar los sitios arqueológicos de la Cultura Collique: Fortaleza Collique y Muralla de Tungasuca; transformándolos en los pilares de cultura y arte de los pobladores de Comas y Carabaylo, concienciando sobre la



importancia del desarrollo cultural de su zona como herramienta de desarrollo socio económico.

Objetivos Específicos

- Mejorar las condiciones de los sitios arqueológicos como la Fortaleza de Collique y la Muralla de Tungasuca.
- Fortalecer el conocimiento de la cultura Colli en los pobladores que se ubican en el sector desarrollando mecanismos capaces de valorar la zona como potencial de desarrollo económico a mediano y largo plazo.

Actividades a desarrollar

Levantamiento de planos topográficos y de estructura de los sitios arqueológicos y áreas contiguas.

Desarrollo del proyecto de estabilización estructural de refuerzo estático y de restauración de sitios arqueológicos.

Reordenamiento medio ambiental de las zonas de trabajo.

Desarrollo de programa de excavación en la Fortaleza Collique y Muralla de Tungasuca.

Ejecución de obras civiles (aislamiento de las áreas, caminos peatonales, laboratorio para talleres arqueológicos, mercado artesanal temporal) SSHH públicos, kioscos informativos, cafetería, etc.

Programa de capacitación a la población en temas medioambientales y culturales.

Desarrollo del Programa socio económico cultural mediante una feria anual de Conocimiento de las Culturas de Lima Norte en la Fortaleza Collique.

Implementación de un Programa Formativo Cultural, dirigido a las familias ubicadas en la zona de intervención.

Resultados esperados

- Revalorización de todo el distrito de Comas y Carabaylo a nivel cultural, ambiental, social, económico.
- Recuperación de sitios arqueológicos identificados como Patrimonio Cultural de la Nación, en el distrito de Comas y Carabaylo.
- Fortalecimiento de la identidad cultural mediante el desarrollo de capacidades de las familias ubicadas en la zona, sobre temática arqueológica e histórica.

Ámbito territorial de aplicación

La Fortaleza Collique se encuentra ubicada en el Pueblo Joven Collique (Distrito de Comas) y la Muralla Tungasuca entre el Distrito de Carabayllo y Comas, ambos pertenecientes a la Provincia de Lima - Perú.

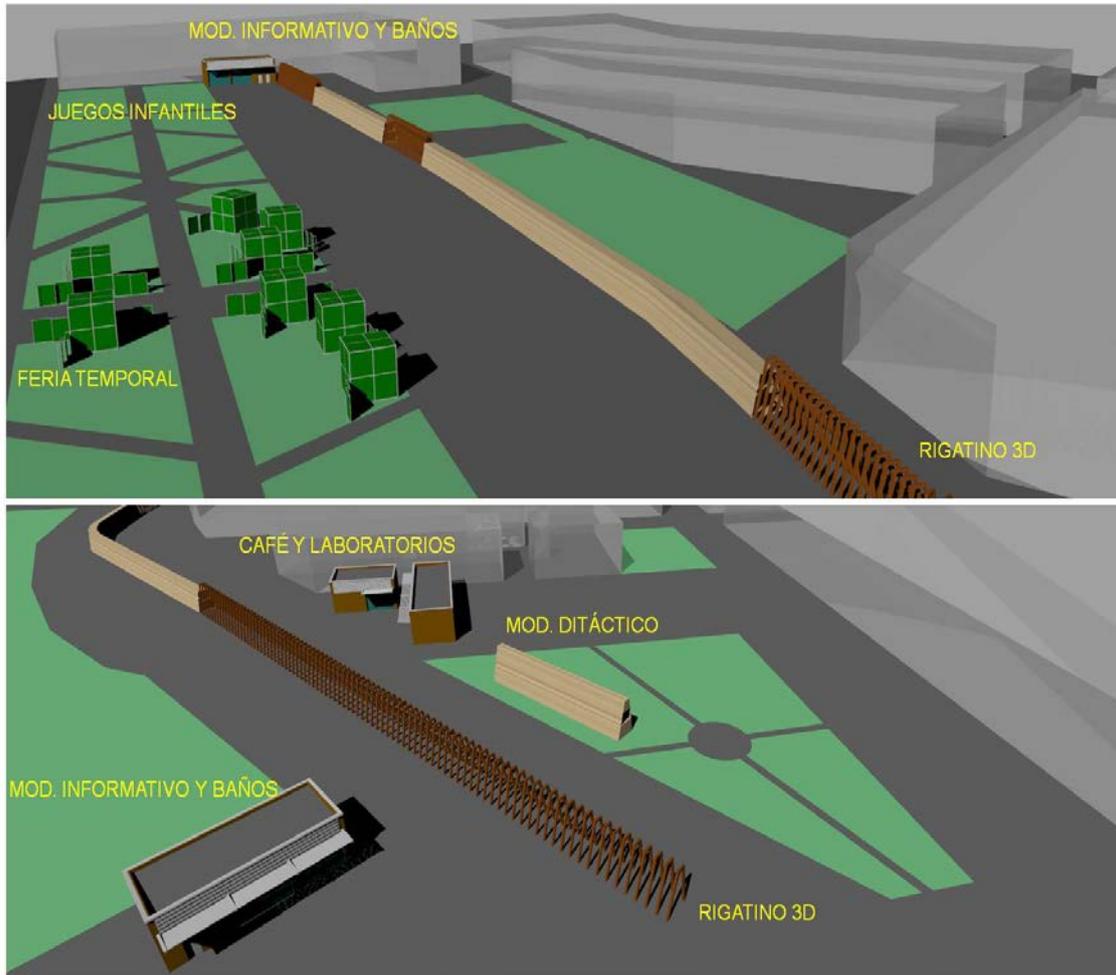
Destinatarios: Ciudadanos de los Distritos de Comas y Carabayllo.

Duración estimada: dos años.

Presupuesto aproximado y fuentes de financiación previstas

<i>Actividades</i>	<i>Precio -US\$</i>
Levantamiento de planos topográficos y de estructura de los sitios arqueológicos	15,000.00
1.2 Desarrollo del proyecto de estabilización estructural de refuerzo estático y de restauración de las ruinas	285,000.00
1.3 Reordenamiento medio ambiental de la zona de trabajo	25,000.00
1.4 Desarrollo de programa de excavación en la fortaleza Collique	30,000.00
1.5 Ejecución de obras civiles (aislamiento de las áreas, ciclo vía, caminos peatonales, laboratorio para talleres arqueológicos, teatro móvil, mercado artesanal temporal) Coordinar con las obras contempladas en el PPT	800,000.00
1.6 Programa de capacitación a la población en temas medioambientales y culturales.	50,000.00
1.7 Desarrollo del Programa socio económico cultural mediante una feria anual de Conocimiento de las Culturas de Lima Norte en la Fortaleza Collique.	50,000.00
1.8 Implementación de un Programa Formativo Cultural, dirigido a las familias ubicadas en la zona de intervención.	300,000.00
 Total Actividades de Proyecto	 1,555,000.00
Gastos Administrativos	233,250.00
Total General	1,788,250.00
Total General Redondeado	1,790,000.00

ANEXO 1.
MODELO DE PROPUESTA DE RECUPERACION DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE LA MURALLA.



ANEXO 2.

MODELO DE PROPUESTA DE RECUPERACION DE LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE LA FORTALEZA DE COLLIQUE CON PUESTO DE INFORMACIÓN AL INICIO DEL RECORRIDO ANUAL.



POQUEN CANCHA

ISRAEL SOUSA

Director en IsraSousa Projects

Descripción del proyecto

Poquencancha es una aplicación para dispositivos móviles que integra de forma innovadora la información de los principales yacimientos arqueológicos del Perú, con el objetivo de potenciar los campos estratégicos de acción cultural: DIFUSIÓN, DESARROLLO y FINANCIACIÓN.

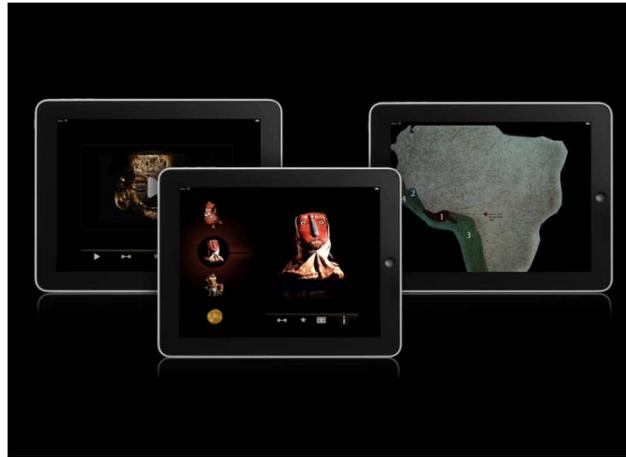
POQUENCANCHA: *Lugar donde se guardan los Quipus* y tablones en los que pachacutec Inca Yupanqui hizo pintar la historia. En forma de metáfora, titulamos la aplicación como ese lugar donde se guarda la historia antigua del Perú pintada en tablas, en nuestro caso en formato digital.

Se trata de una aplicación para *Web mobile* que integra en la misma plataforma toda la información científica e histórico-artística, con un contenido interactivo y geolocalizado, de los yacimientos arqueológicos del Perú que son Patrimonio de la Humanidad con el objetivo de potenciar tres áreas estratégicas de la acción cultural, como son la DIFUSIÓN de este magnífico Patrimonio Cultural mediante las nuevas tecnologías y, a su vez, utilizarlo como motor de DESARROLLO económico y social, mediante una herramienta para la consulta y reserva de los recursos y servicios turísticos de las regiones que ocupan. Así como la posibilidad de integrar un canal de comunicación, a través de las redes sociales, capaz de generar una Comunidad de Usuarios interesada (y preocupada) en las actividades sobre el Patrimonio Histórico, que fomente la colaboración y la participación social, implementando un mecanismo de FINANCIACIÓN a través del novedoso sistema de microdonaciones o crowdfunding.

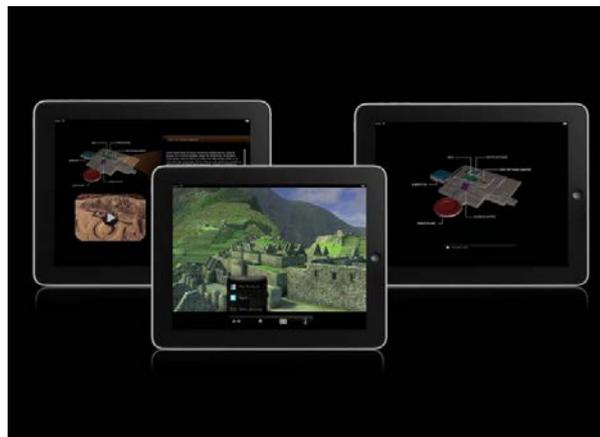


Objetivos Generales y Específicos

- **DIFUSIÓN.** La aplicación está diseñada para aprovechar las magníficas posibilidades de interactividad con el usuario que otorgan los nuevos canales de distribución de contenidos, como son los dispositivos móviles (smartphones y tablets). Complementado con una Web tradicional para su operatividad.

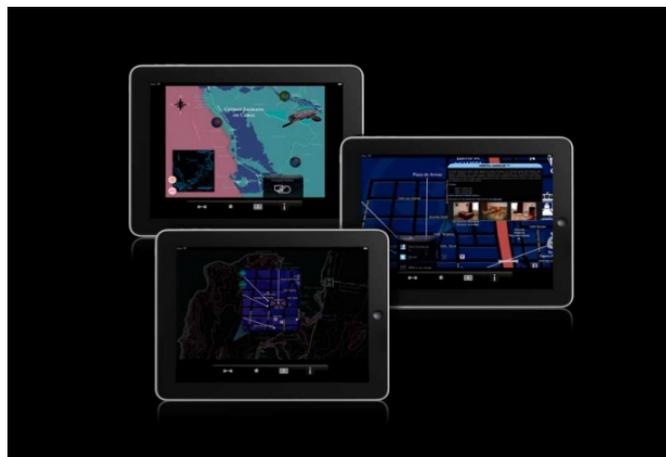


Transmitiendo de forma innovadora, atractiva y singular los contenidos derivados de las investigaciones científicas, históricas y artísticas del Patrimonio Arqueológico más importante del Perú. Con el objetivo de crear un producto digital de referencia en el mercado de las industrias creativas y culturales a nivel global, debido a que contaría con un desarrollo innovador en la forma de transmitir conocimientos, mediante infografías interactivas, levantamientos 3D y navegación inmersiva de los yacimientos y aplicación preciosista de hipertexto (texto, foto y video conjuntamente), explotando al máximo las posibilidades de estos dispositivos móviles (iPhone/iPad – Android) para crear una experiencia única y muy relevante de los usuarios con el Patrimonio Cultural del Perú.



• **DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL.** A su vez, debido al objetivo de crear un producto cultural de excelencia que posicione en la percepción del usuario al Patrimonio Arqueológico del Perú en primer orden mundial (una posición que le corresponde por derecho propio, pero que se debe comunicar eficazmente), implementamos de forma transversal los contenidos principales toda una serie de funcionalidades para la información, consulta y reservas de los servicios y recursos turísticos que disponga cada región, de tal forma que utilizamos la comunicación del Patrimonio Cultural como motor para el desarrollo económico local.

Una especie de vertical de viajes para el turismo cultural, que otorga al usuario toda la información de los servicios y recursos locales de hospedaría, gastronomía, entretenimiento y ocio para complementar su visita a los bienes históricos y el disfrute total de su estancia. Implantando una ruta interactiva y geolocalizada que el usuario utilizará para la reserva de servicios y productos turísticos que sean de su interés.



• **FINANCIACIÓN.** Otro aspecto a tener en cuenta e integrar en nuestra plataforma es la posibilidad de tener una comunicación directa entre los responsables del Patrimonio Arqueológico y la comunidad de usuarios de esta aplicación, basada en la Web 2.0 y las Redes Sociales. Pero la innovación de nuestra aplicación es que esa comunicación la transforma en conversación, es decir, en un diálogo bidireccional entre los distintos interesados. Una conversación que se traslada a las Redes Sociales incrementando exponencialmente la capacidad de difusión de nuestro contenido principal (el Patrimonio Cultural del Perú).

En esta conversación y basándonos en los valores de la confianza y la transparencia, la plataforma prevé implementar una herramienta para la publicación de proyectos e iniciativas que, tanto las autoridades y responsables del Patrimonio Histórico, como la propia sociedad civil, puedan utilizar para la convocatoria de colaboraciones y la solicitud de financiación a través del novedoso sistema de microdonaciones

económicas conocido como crowdfunding. Debido al enorme potencial que posee una Comunidad de Usuarios activa e interesada en el importantísimo contenido que esta aplicación gestionaría.



Actividades a Desarrollar

Los contenidos se presentan en un menú de inicio en forma de colección de Quipus con los que interactúa el usuario; una experiencia de navegación muy atractiva y funcional. Respecto de los recursos y servicios turísticos que se desarrollarían en la aplicación, podríamos diferenciar:

- Empresas y Guías Turísticos, privados o compartidos.
- Hoteles, por categorías.
- Restaurantes, Bares y Gastronomía.
- Ocio y Entretenimiento.
- Festividades y Eventos.
- Rutas y otros lugares de interés.

Una guía del viajero en paralelo a la consulta de los contenidos principales, que transfiera tráfico a los sistemas de reservas existentes, desarrollando la actividad económica local.

Todos los contenidos podrán estar permanentemente actualizados, mediante un gestor de contenidos integrado en la Web principal, que los propios responsables pueden utilizar. Así como la posibilidad de compartirlos en las redes sociales por el usuario.

Por último, la financiación se podrá llevar a cabo mediante el sistema de crowdfunding o microdonaciones en masa, mediante la implementación de una herramienta para la publicación de proyectos y convocatorias que soliciten la colaboración y participación de los usuarios.

Resultados Esperados

Se trata de aplicar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías sobre el Patrimonio Cultural con el objetivo final de construir una *Comunidad de Usuarios*, nacionales y extranjeros, interesados por el Patrimonio Histórico del Perú y las actividades que en él se realizan, para fomentar la participación social, ya sea a través de la visita directa a los yacimientos o a través de la colaboración en los proyectos de investigación o conservación, mediante el voluntariado y la financiación. En definitiva, una acción para construir una sociedad basada en el conocimiento y la responsabilidad.

Ámbito Territorial de Aplicación

Esta primera fase se refiere a los yacimientos arqueológicos declarados Patrimonio de la Humanidad, que se exponen a continuación, para posteriormente ir ampliando los contenidos, según el interés general.

- Sitio Arqueológico Chavín de Huantar.
- Zona Arqueológica Chan-Chan.
- Líneas y Geoglifos de Nasca y de Pampas de Jumana.
- Santuario Histórico de Machu Pichu.
- Ciudad Sagrada de Caral-Supe.

Destinatarios

Los destinatarios potenciales de este proyecto son todas aquellas personas en el mundo que poseen un dispositivo móvil con conexión a Internet; según los datos de un estudio de la compañía internacional *Cisco*, para finales del 2012 habrá más dispositivos móviles que personas en el planeta y en 2016 se cifra en 10.000 millones de dispositivos. Es, por tanto, un proyecto global con objetivos locales, un concepto esencial en el SXXI.

CONCLUSIONES DEL ENCUENTRO IBEROAMERICANO SOBRE FINANCIACIÓN DE LA CULTURA: UNA RESPONSABILIDAD COMPARTIDA ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO (LIMA-PERÚ, DEL 20 AL 23 DE NOVIEMBRE DE 2012)

En el *Encuentro Iberoamericano sobre Financiación de la Cultura: una responsabilidad compartida entre el sector público y privado* se trataron diversos temas relacionados con el análisis económico de la cultura, tanto desde un punto de vista teórico como desde una perspectiva más práctica que incluyó la presentación de experiencias concretas de colaboración entre los sectores público y privado. Aunque no es fácil resumir lo analizado en cuatro intensos días de trabajo, entre las conclusiones más destacadas pueden señalarse las siguientes:

1.- En la financiación de la cultura intervienen numerosos agentes, tanto públicos como privados, que hay que conocer para plantear interactuaciones exitosas. Entre estos actores destacan las Administraciones Públicas de muy diverso ámbito territorial y sectorial, organizaciones intergubernamentales, la sociedad civil, fundaciones y asociaciones, empresas, iniciativas ciudadanas no formalizadas, etc. Muchas de ellas pertenecen al ámbito de la cultura, pero otras no y, sin embargo, también tienen intereses y capacidad para incidir en dicho ámbito.

2.- Existen tres fórmulas clásicas de colaboración público-privada en materia cultural: las subvenciones, el establecimiento de un marco fiscal que favorezca determinadas iniciativas (destacando, entre otras figuras, el mecenazgo) y las medidas honoríficas. Aunque es necesario mantener su existencia e incidir en su estudio, también lo es avanzar y crear otros espacios de entendimiento entre el sector público y el privado. Espacios en los que, a través de proyectos, pueda cada operador aportar los diferentes recursos y medios técnicos y humanos necesarios para la puesta en marcha de actuaciones culturales. A este respecto, quedan por definir no sólo numerosos aspectos económicos, sino también de configuración jurídica de esos ámbitos de colaboración.

También sería necesario favorecer el entendimiento dentro del mismo sector privado: entre las organizaciones/emprendedores culturales y las empresas, siendo estas en muchos casos potenciales financiadores de sus proyectos (como sponsors o como mecenas).

3.- En gran parte de nuestras organizaciones, públicas y privadas, hemos pasado de apoyarnos en las buenas intenciones a medir el impacto de nuestras actuaciones porque necesitamos saber cómo estamos haciendo nuestra labor y tomar decisiones



acertadas. En este desempeño podemos ir más allá de los aspectos puramente cuantitativos, que son necesarios pero no suficientes para realizar estimaciones en profundidad. Para que los indicadores económicos nos sirvan, tienen que estar acompañados de otros estudios cuantitativos y cualitativos; igualmente, han de formar parte de un sistema de evaluación más complejo que, a su vez, esté dentro del proceso de gestión de un proyecto cultural/organización a la escala que corresponda (desde las cuentas culturales de una determinada Región hasta el análisis de una concreta institución) y con unos objetivos claramente definidos.

4.- La cultura no es un fenómeno aislado que se pueda abordar desde una sola dimensión. Las estrechas relaciones que establece con diferentes sectores (educación, medio ambiente, economía, derecho, turismo...) la convierten en un elemento complejo y enriquecedor. Esta perspectiva, clara en los operadores culturales, no lo es tanto en esos otros ámbitos, que en ocasiones no consideran a la cultura como un aliado. Nuestros foros se nutren de historiadores, gestores culturales, arquitectos, investigadores sobre Patrimonio Cultural, artistas... pero también necesitamos, para enriquecernos y enriquecerles, a economistas, ingenieros, profesores, juristas, técnicos informáticos... Estas relaciones han de servir no sólo para afianzar el apoyo económico a actividades culturales, sino también para hacer realidad la multidisciplinariedad.

5.- Las organizaciones de todo tipo necesitan información y la pregunta decisiva es: ¿por qué apostar por la inversión en Cultura frente a otro tipo de actividades productivas?

- Existencia de ventajas comparativas frente a usos alternativos para recursos escasos.
 - Capital Cultural:** un concepto nuclear. Condición de activo que tienen los bienes culturales. Ello da origen a un valor cultural que se añade al valor económico que tienen dichos bienes.
 - Capital Social:** vertebración de la sociedad.
 - Integración en el **territorio:** paisaje cultural y antropológico.
 - Carácter **estratégico:** fuente de recursos.
 - Sostenible:** Patrimonio y sostenibilidad, dos caras de la misma moneda.
 - Y además porque es **rentable**.

6.- El campo de la financiación de la cultura necesita de innovación permanente para ser una alternativa viable para los operadores, públicos o privados, que desean apoyar la realización de actividades culturales. La innovación ha de producirse en todos los ámbitos, desde los métodos que se utilizan (por ejemplo, el micromecenazgo o crowdfunding), hasta la utilización de las nuevas tecnologías, pasando por la

innovación de los propios contenidos culturales que permita una renovación de los temas de interés que se financian.

7.- Falta formación sobre financiación de la cultura, que sigue siendo una de las asignaturas pendientes en la educación superior. Por ello, es preciso crear un espacio en los programas formativos de diferentes especialidades para que se introduzcan los conceptos básicos de este sector.

La Universidad está siendo uno de los motores que impulsa la investigación en economía de la cultura, pero necesitamos seguir generando conocimiento específico (que se realicen tesis doctores sobre este ámbito, por ejemplo) y mantener esta I+D+i, para producir avances significativos sobre la financiación de la cultura.

ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DEL *ENCUENTRO* Y CONCLUSIONES

Tras leer todas las preguntas planteadas en el *Encuentro* y analizarlas, podemos llegar a las siguientes conclusiones:

1. Existe una gran preocupación de la asistencia por la rehabilitación y restauración de la inmensa mayoría de su Patrimonio Histórico: las casonas, centros culturales, iglesias, huacas... e inquietud también por su posible pérdida o deterioro.
2. Destaca el interés por la legislación existente y por la puesta en marcha de la Ley de Mecenazgo Cultural.
3. La asistencia observa falta de interés y planes de actuación por parte de las autoridades competentes. Su visión de estas incluye problemas como la corrupción y la mala gestión de los recursos económicos y humanos. Puede que parte de esta visión sea real, pero otra se debe a la falta de información y transparencia del sector público en sus comunicaciones con la ciudadanía y también a la ausencia de autocrítica de los ciudadanos en su parte de culpa del problema.
4. Los asistentes son muy conscientes de la gran riqueza de su Patrimonio Cultural, lo cual es un aspecto muy positivo, y se muestran interesados en participar activamente en su gestión, protección, conservación, puesta en valor, etc.
5. Dualidad de opiniones sobre la participación del sector privado en la gestión y financiación de la cultura. No hay acuerdo y los puntos de vista están muy enfrentados; para unos es una acción necesaria e incluso vital, para otros sólo el sector público debería gestionar y financiar la cultura y otros son muy

críticos con las empresas, especialmente con las mineras, petroleras y distribuidoras de alcohol.

6. Se aprecia un cierto desinterés por las nuevas tecnologías y el mundo digital.





FUNDACIÓN DE
Casas Históricas y Singulares