

ENTRE MECENAZGO Y PATROCINIO. ENTIDADES BANCARIAS AL SERVICIO DE LA CULTURA. EL CASO DE CAJAMURCIA

Antonio J. Jiménez Micol
Museo Salzillo

A lo largo de la historia el mecenazgo se ha utilizado como elemento de prestigio social, sólo los grandes señores podían permitirse el lujo de apadrinar a artistas con el propósito de rodearse de bellas obras. Gracias a estos objetos, deslumbraban en sus épocas, y en las venideras eran recordados. El matrimonio dignidad y mecenas es una asociación que el tiempo no ha conseguido desvirtuar. Esta combinación de virtudes ha sido muy bien aprovechada por el mundo empresarial actual. Hoy día, la cultura se utiliza como una estrategia más frente a la feroz competencia. El fin filantrópico inicial de esta actividad ha sido utilizado por las empresas para su propio beneficio, haciendo de él una actividad que, según se realice estaríamos hablando de mecenazgo o patrocinio.

El primer modelo de política cultural lo encontramos en Cayo Mecenas, que apoyaba a artistas como Horacio y Virgilio para ganar los favores del Emperador Augusto. Ejemplos como éste, se han repetido a lo largo de la historia, acuerdos que han sido y son importantes motores del acto creador, dejando imborrables testimonios artísticos: Miguel Ángel y Boticelli, con los Medici; Rafael y el banquero Chigi; Caravaggio y el banquero genovés Giustiniani; Mozart y el Arzobispo de Salzburgo; Velázquez y Felipe IV, y un largo etcétera.

El modelo exclusivamente público de gestión cultural, está siendo hoy cuestionado en todo el mundo, lo que hace indispensable la búsqueda de nuevas vías de participación social. Las miradas se centran en la empresa privada, ya que ellas se ven volcadas a estas nuevas formas de marketing. La empresa que patrocina mejora su imagen, produce la impresión de ser una organización moderna, al día, accesible y cordial, y lo mejor es que se hace ver como partícipe de las necesidades de su comunidad, distribuyendo parte de su riqueza a la sociedad de la que se nutre.

El mecenazgo empresarial

El mecenazgo empresarial se enmarca dentro del proceso de rehabilitación de la empresa, de su responsabilidad social. Sólo cuando existe interés propio, cuando el deseo de la empresa coincide con el de un proyecto cultural, existe la base adecuada para el desarrollo de este tipo de altruismo. Cuantitativamente estas actuaciones son escasas, sin embargo su repercusión en imagen es mucho mayor. Así, el mecenazgo empresarial es más importante simbólica, informativa, y psicológicamente que cuantitativamente.

La pintura y la música clásica (con el 35,5%) son los sectores culturales más beneficiados, según se puede ver en un estudio que encargó el Ministerio de Cultura a Andersen Consultin en 1992 (VILLA, 1998: 103). Las motivaciones de los patrocinadores dejan patente la clara visión estratégica que se hace de la cultura, desdibujando su faceta altruista para convertirse en actuaciones perfectamente estudiadas para una mejora comercial. Según el estudio, las motivaciones principales son: mejora de la imagen corporativa, mejora de imagen en la comunidad y publicidad. El valor publicitario y la repercusión indirecta de imagen se ven como los auténticos índices motivacionales de este tipo de actuaciones.

La banca y el mecenazgo

La banca, consciente del alejamiento que se había producido entre ella y la sociedad, intenta crear un nuevo clima de franqueza gracias a la actividad del mecenazgo, como refleja los comentarios de Giuseppe Bartolomei, presidente de la Banca Toscana, en una intervención, en 1992, en el ciclo *Los nuevos mecenas de la cultura*, celebrado por Banesto -"El mecenazgo bancario nace probablemente como una reacción defensiva inconsciente contra la extendida idea de que la banca es un instrumento de explotación". Su antiguo distanciamiento había logrado rodear al sector de una mala reputación y de una desconfianza general por parte de la sociedad. Algunas de las entidades más sensibles se han hecho eco de esta situación y han potenciado sus actividades de mecenazgo creando cortinas de humo para reabrir un nuevo diálogo banca- Sociedad.

No hay que olvidar que la banca (al igual que cualquier otra empresa) debe perseguir el beneficio económico como signo que patentice su eficacia. Como empresa financiera ha de potenciar su solvencia para mantener la responsabilidad y la confianza adquirida con sus clientes.

La institución bancaria es una rama económica y social que ha pervivido desde tiempos remotos, desde que los antiguos banqueros del Renacimiento (los Valdi, los Perucci, los Medici,...) colocaran los cimientos de lo que es ahora la actividad crediticia. El futuro de la institución bancaria depende de su capacidad de cambio en las nuevas situaciones. La elección del mecenazgo como eje de su respuesta a la necesidad social ha permitido un diálogo con el ciudadano y su demanda cultural y consolida la unión de los dos entes mediante una razón de necesidad recíproca. El poder dignificador de la cultura y el arte, y el vacío administrativo en este campo ha dejado la elección hecha. Existe un peligro en este sentido, la Administración va delegando cada vez más ciertas responsabilidades culturales y sociales en estas empresas, pero la banca se debe a su faceta comercial, un cambio en la demanda de las actividades, o una época de crisis, dejaría al descubierto ciertos servicios que damos por supuestos.

La palabra mecenazgo implica que el mecenas sea consciente de lo que patrocina. Las empresas que dediquen parte de su potencial económico a este tipo de actividades deben contar con equipos de profesionales en las materias a tratar, esto evitaría la simple donación económica con su consiguiente reporte publicitario. La formación de grupos especializados permite la creación de proyectos propios, mucho más cercanos a las necesidades sociales, descubriendo un mecenazgo más real. Estos organismos especializados cuentan con una libertad de acción mucho mayor y empiezan a crear productos culturales más acordes con su entorno geográfico. Aunque el reporte publicitario sigue existiendo, binomio inseparable, la actividad del nuevo organismo será mucho más beneficiosa para la comunidad.

Los efectos positivos de las actuaciones culturales en el prestigio y la imagen de la empresa pueden transformarse en aspectos negativos como la banalización del instrumento por una utilización excesiva y artificial del producto (la Cultura), y el hecho de utilizar cualquier evento como un acto de travestismo, útil como pantalla de humo que enmascara otros usos o como producto de limpieza de las actividades crediticias.

La “esponsorización” o patrocinio son armas de marketing de cualquier empresa. En todos los países desarrollados, con una buena tradición cultural, el mecenazgo y la “esponsorización” reciben tratamientos fiscales distintos (SZYBOWICZ, 1990).

El tema de la “esponsorización” encubierta bajo términos como filantropía, está cambiando. El mercado financiero de alta competitividad deja estrechos márgenes de diferencia entre los productos de un banco u otro, la elección por parte del ciudadano de

acceder a una empresa u otra queda en aspectos de imagen corporativa; así que el verdadero mecenazgo se hace, no por honestidad sino por inteligencia, pues esto, da a sus empresas un margen diferencial respecto a la competencia bastante efectivo.

Esta situación se refleja en España con la creación de nuevas fundaciones bancarias y la transformación gradual de las obras sociales de las cajas de ahorro en fundaciones (hay que entender que la creación de este tipo de entes, viene seguido de unos tratamientos fiscales particulares que compensan a las empresas a realizar estas creaciones. La Ley de Fundaciones de 1994 y su revisión en el 2002 renovó su tratamiento tributario, aunque las medidas no dejaron satisfecho al sector).

En la mayoría de los casos las actuaciones culturales de las empresas crediticias terminan gestionadas por grupos no especializados, direcciones comerciales, departamentos de comunicación o de relaciones exteriores, que van asumiendo las nuevas competencias de la política de la empresa. La falta de profesionalización conlleva la producción de “productos culturales” ficticios y carentes de vínculo social. La verdadera actividad filantrópica requiere unos instrumentos especializados y con una libertad de acción más acorde con los fines perseguidos, el cambio de obra social a fundación da autonomía y profesionalización a estas actividades. La empresa patrocina a la fundación, pero ésta realiza en sus actuaciones un patrocinio más responsable, es decir, mecenazgo.

La actuación de la banca regional actúa dependiendo de las características peculiares de cada espacio. Las formas de la banca a nivel nacional no pueden llegar a las necesidades específicas de cada región, sus eventos, no llegan a profundizar en las verdaderas necesidades de cada ciudad. Unas, por su potencial, pueden ofrecer grandes acontecimientos culturales, y las otras, por su cercanía, ofrecen otro tipo de ayuda, más real y acorde con las exigencias de su población. Coordinadas ambas acciones producen un entorno mucho más rico en beneficio cultural y social. El problema es que estas entidades compiten en las acciones más sobresalientes, los impactos publicitarios más llamativos, dejando desprovisto de financiación labores muy necesarias pero no tan atractivas (en impacto de imagen) a su entender. Sería necesaria una coordinación entre administración y empresa, para que no quedara mermada ninguna faceta demandada por la sociedad o que indirectamente favorezca a ésta.

Si lo regional es para la banca un supuesto de especificidad acotado por el espacio, también el mecenazgo, nutrido por esta clase de banca, habrá de tener fines específicos diferenciados según sea el ámbito regional en que dicho banco se mueve. Una banca de

carácter nacional o estatal habrá de instrumentar, distribuir y aplicar los recursos que asigna al mecenazgo conforme a criterios sustancialmente distintos. No habría de ir la banca nacional en busca de las específicas singularidades que corresponden a cada una de las regiones que se integran en su ámbito global de actuación, sino hacia aquellos rasgos de características susceptibles de integrar el denominador común de todas ellas (LASARTE, 1992: 80).

Existe una diferencia entre mecenazgo bancario y el de las cajas de ahorros, indiscutiblemente el mecenazgo es una actividad con un prestigio muy elevado y cualquier empresa que lo practica es recompensada con una favorecida imagen publicitaria. Sin embargo las cajas de ahorros, por imperativo legal, tienen la obligación de realizar estas actividades sin ánimo de lucro. Las cajas de ahorros cuentan con una mayor responsabilidad, para que su mecenazgo sea lo más fiel a las necesidades culturales de su territorio inscrito. Por otro lado el mecenazgo bancario está más inclinado a la “esponsorización”, la obtención de unos beneficios publicitarios, gracias a la realización de una serie de actividades muy bien acogidas por los potenciales clientes, más que a una filantropía seria y sincera.

El mecenazgo de las cajas de ahorros (CECA)

Las Cajas de Ahorros son fundaciones de carácter privado que combinan dos funciones, una financiera y otra social. Promovidas en algunas ocasiones por personalidades o instituciones locales y, en otras, por miembros de organizaciones católicas, partieron en ambos casos de la idea de luchar contra la usura que sufrían los menesterosos y los pequeños agricultores en años de malas cosechas. Se crearon para movilizar el ahorro hacia la inversión y realizar una labor social en sus ámbitos de actuación.

Son entidades crediticias constituidas bajo la forma de fundaciones de naturaleza privada, que carecen de ánimo de lucro y combinan su actividad económica con la realización de actividades sociales. Los beneficios obtenidos en cada ejercicio, una vez cubiertas las reservas y atendidas las obligaciones fiscales, se destina a Obra Social.

Las actividades financiera y social están fuertemente implicadas; son, pues, piezas fundamentales e inseparables del mismo modelo. Si la parte social es un aspecto diferencial, la parte financiera, se convierte, por medio de una cuenta de resultados saneada, en el principal canal de financiación de la actividad social.

El peso de estos entes de hoy día es tan relevante en nuestra sociedad que, sin la participación de las cajas de ahorros, parte de la población quedaría excluido de ciertos servicios financieros y socioculturales básicos en una sociedad avanzada.

Los beneficios conseguidos al término del año (como entidades carentes del ánimo de lucro) se distribuyen según las leyes en los siguientes apartados: el pago del impuesto de sociedades y la constitución de reservas para reforzar la capitalización y la solvencia. Una vez cumplidas estas obligaciones, ese excedente queda libre para la obra social. Las cajas de ahorros pueden destinar cada año al fondo de Obra Social hasta un máximo del 50% de los excedentes líquidos del ejercicio en cuestión (este porcentaje puede ser variado por necesidades internas que estime el Banco de España).

La vocación social de servicio a la comunidad es un elemento diferenciador en relación con las restantes instituciones financieras. La obra social de las Cajas de Ahorros constituye la más amplia acción sociocultural, de carácter privado, que existe hoy en nuestro país.

El apartado social de las Cajas de Ahorros se ha ido amoldando a las diferentes necesidades de una población concreta. La demanda de la sociedad es algo que va evolucionando dependiendo de la situación general de una región; una población con problemas económicos necesitará una actuación muy diferente a la región que tenga una estabilidad económica buena, con un buen nivel cultural y que requiera actuaciones formativas para enriquecer su tiempo libre. Igual que la demanda ha ido cambiando, los campos que diferencian las ramas de actuación también lo han tenido que hacer respondiendo a su propia naturaleza que las une a las necesidades de su territorio.

Se ha realizado una revisión de los criterios de clasificación hasta ahora utilizados, teniendo en cuenta a tales efectos las clasificaciones aprobadas por las Naciones Unidas y Eurostat, así como la clasificación nacional de actividades económicas del Instituto Nacional de Estadística y los propios de la Contabilidad Nacional Española.

Se establecen cuatro grupos: cultura y tiempo libre, asistencia social y sanitaria, educación e investigación y patrimonio histórico artístico y natural. (Memoria de la CECA, 2000: 7). El apartado de cultura es el más destacado en dotación y número de actividades.

En España se ha ido viendo una evolución clara de las actividades de estas empresas. En sus comienzos, años 50 y 60 dan respuesta a las necesidades básicas de los ciudadanos (educación, sanidad, vivienda, etc.), posteriormente, en los 80, con las necesidades básicas cubiertas, la demanda de una sociedad nueva, culta y desarrollada

socialmente se centra en los productos culturales y artísticos, y así responden las cajas de ahorros. Hoy día, la oferta cultural y artística de una ciudad está en un porcentaje altísimo cubierto por ellas. En estos últimos años la realidad de sus actividades sigue centrada en la cultura, pero los problemas económicos y los continuos excesos en el terreno medioambiental, está inclinando la oferta hacia estos campos. Aunque estos entes financieros estén, por ley, obligados a redistribuir sus beneficios en la comunidad, lo que no dice la ley es en que actividades deben centrarse. La labor del ciudadano es ser consciente de la ingesta dotación anual con la que cuentan estos sectores y exigir una actuación acorde con la realidad del territorio adscrito a su actividad financiera.

La evolución de los recursos destinados a Obra Social durante los últimos años ha seguido una trayectoria ascendente superando los 145.000 millones de pesetas en el año 2000. La sección de cultura contó con la mayor dotación con un 46,3% de la inversión total (Memoria anual de la CECA, 2000: 11).

La actuación sobre el patrimonio

La actuación sobre el Patrimonio histórico-artístico en las cajas es la exaltación de una de las principales señas de identidad de estas instituciones, la vinculación a los círculos geográficos donde realizan sus actividades financieras. La conservación de este patrimonio es el reflejo de la importancia que tiene éste para la sociedad, con su consiguiente repercusión en la imagen de la entidad. (RODRIGUEZ RUIZ, 1995).

Puede decirse que detrás de cada obra importante de rehabilitación, conservación, consolidación de palacios, casas solariegas, monasterios, iglesias, castillos, murallas, etc., está una caja de ahorros con su apoyo y contribución a preservar el patrimonio histórico, unas veces con el uso para el que fue concebido, y otras destinado a otro fin, acorde con sus características y las nuevas necesidades que la sociedad le plantea.

Las cajas de ahorros explotan en el apartado del Patrimonio, dos aspectos indivisibles de su éxito, los recursos y la confianza. La destinación de sus beneficios al mantenimiento de nuestro olvidado patrimonio hace que la entidad le recuerde al ciudadano que gracias a ella, él, se convierte en copartícipe de estos ilustres menesteres, con un reporte publicitario de gran valía, que se tiene perfectamente estudiado.

Estas actuaciones van confiriendo infraestructuras culturales para las ciudades. Las sedes de las cajas suelen concentrarse en los centros históricos. Normalmente sus sedes centrales suelen estar acogidas por edificios emblemáticos, los cuáles necesitan de importantes rehabilitaciones para acoger las necesidades del nuevo inquilino y sus

actividades. Las cajas de ahorros quedan como agentes imprescindibles de la vida de la ciudad y el ciudadano se ve recompensado de manera indirecta de estas actuaciones, que le permiten conservar sus emblemas arquitectónicos y las señas identificatorias de su historia.

Este tipo de intervenciones van limando las desavenencias entre el sector público y privado, ya que en los grandes proyectos de recuperación patrimonial se establecen convenios de colaboración entre las entidades participantes. El problema viene cuando el bien patrimonial queda restringido a una moneda de cambio, donde su valor especulativo (ya sea a nivel económico, cultural o artístico-histórico) prevalece sobre el patrimonial.

La adquisición, restauración, rehabilitación de estos monumentos va proporcionando a las cajas unos espacios de utilidades ilimitadas. La creación de salas de conferencias, salas de exposiciones, museos, los espacios de la obra social, fundaciones, etc. Lugares donde estas entidades pueden dar a conocer su propio patrimonio y desarrollar sus actividades culturales con la suficiente comodidad. Algunos ejemplos son: el Palacio de los Hoya, en Huesca; Casa Señorial de Binisalem (Baleares); Escuela Industrial de Artes y Oficios de Sabadell; Casa “Botines” en León; el Monasterio de Santa Clara la Real en Murcia; Edificio del “Gran Hotel” en Palma de Mallorca; el Palacio de Barrera-Pereda en Santillana del Mar (Cantabria); el de Baltá en Villafranca del Penedés; el del Marqués González de Quirós en Gandía (Valencia); el Palacio de Saldañuela en Sarracín (Burgos); el Palacio de Revillagigedo en Gijón, etc.

Como se puede observar las ciudades que cuentan con grandes cajas de ahorros se ven beneficiadas en multitud de facetas culturales, sociales y patrimoniales. La labor de estas entidades es cada día más digna de estudio y de control, y se deben establecer comprobaciones periódicas para determinar la equitativa distribución de tan importantes recursos financieros. Son los estudios financieros los que suelen abordar estas cuestiones dejando de lado los impactos a nivel artístico y social.

EL CASO DE CAJAMURCIA COMO MECENAS

Historia:

Por iniciativa de la Diputación en 1965 se promueve la constitución de la Caja de Ahorros Provincial de Murcia. Durante su primera década de vida empieza a hacerse con un hueco en el mercado financiero. En 1983, año que adquiere la mayoría de edad,

inaugura su centro neurálgico en plena Gran Vía de Murcia (Memoria anual de Cajamurcia, 1983: 3).

Su escalada en el mundo financiero murciano termina anulando a sus competidores, en 1983 prepara su primera fusión, con la Caja Rural Provincial, y la segunda, en 1989, con la Caja de Ahorros Provincial del Mediterráneo. Estas fusiones le hacen ocupar plenamente el territorio murciano y le permite tener presencia estable en Alicante, especialmente en la Vega baja del Segura, cuadrante histórica y geográficamente muy ligado a Murcia. (Memoria anual de Cajamurcia, 1989: 3)

En apenas 40 años Cajamurcia ha conseguido dejar su huella característica en innumerables campos de la actividad murciana.

Evolución de la OBS:

La Obra Benéfica Social es a un tiempo complemento esencial de la actividad financiera de cualquier caja y vertiente fundamental de su actuación final como entidad de carácter benéfico.

La dotación de la OBS de las cajas de ahorros ha sido destinada históricamente a las necesidades de primer orden de una comunidad o territorio. Estas entidades fueron creadas para la distribución equitativa del beneficio anual de una zona geográfica. Las actividades acometidas por estas empresas reflejan de algún modo la preocupación social del momento y las necesidades más importantes de la zona.

En las actividades de Cajamurcia podemos resaltar una primera fase (de 1965 a los últimos años de los 70), en la que la preocupación por el crecimiento hace que la actividad de la OBS se deje en un plano secundario. Las primeras actividades que realiza están encaminadas a un fin benéfico social, como indica la creación de la Constructora Benéfica Provincial (Memoria anual de Cajamurcia, 1978: 6). El escaso fondo dotacional permitía ciertas actuaciones en el ámbito de ayudas a los estudios, actividades culturales y deportivas, pero siempre comedidas; un importante desembolso para actos culturales tendría una repercusión negativa en una sociedad donde las necesidades económicas eran la prioridad más acuciante para los ciudadanos.

Estos primeros años están salpicados por una serie de actuaciones, las cuales, no se encuadran dentro de acciones prolongadas, más bien, son realizadas atendiendo a necesidades inmediatas. La falta de una política de actuación de la OBS y su gran incremento, tanto económica como cuantitativamente, hizo que la administración de la Caja, a propuesta de la Dirección General, creara una subdirección responsable del

apartado benéfico. La nueva realidad de las actividades hace que pase de llamarse Obra Benéfica Social a Obra Social y Cultural.

A partir de este año, 1980, se ve como se va creando una política de actuaciones encaminadas a ciertas ramas sociales de la Región. Con un sólo año de vida los diferentes apartados, creados por la nueva subdirección, se encontraban perfectamente definidos. Estos mismos apartados serán los que, con la evolución de la Caja, irán progresivamente profesionalizándose e incrementándose.

Los apartados iniciales englobaron y ordenaron las actuaciones existentes, lo que le daba un carácter más científico a sus actuaciones.

- Se aprecia un escaso apartado de *Restauraciones*; ya que por su poca repercusión social, sólo admitía actuaciones sobresalientes, aquellas que por su necesidad o importancia pusieran en alerta los medios de comunicación (por su reporte publicitario).

- El apartado de *Subvenciones*, hace que la caja mantenga el contacto, a través de las colaboraciones, con todo tipo de instituciones culturales y científicas.

- *Premios y Concursos*. En estos primeros años, el carácter de este epígrafe es claramente fotográfico (cuatro de cinco).

- También se va perfilando uno de los capítulos más activos de su programa, *Ciclos, Conferencias, Jornadas,...*etc. Este epígrafe permite la confrontación de las grandes ideas en el ámbito regional, proporcionando a la sociedad murciana ser receptores directos de los grandes temas y mentes de la historia contemporánea.

- Respecto a las actividades artísticas se abren tres grandes campos, con la variación en el tiempo de su amplitud y profesionalización. Se reparten desde el principio en: Música, Teatro y Artes plásticas (se incluye seguidamente el apartado de Danza).

Estos apartados han ido evolucionando a lo largo de los años, incrementándose algunos y reduciéndose otros, dependiendo de las diferentes políticas de desarrollo.

La creación de la fundación:

Uno de los hitos en el transcurso de la historia de la Caja es la creación del *Centro Cultural Las Claras* (como sede de la OSC), proyecto que rescataba uno de los episodios más escandalosos de la salvaguarda del patrimonio murciano. Con esta actuación se recupera la totalidad del complejo histórico del Monasterio de Santa Clara la Real (la entidad consigue el ala oeste del complejo). Con la adecuación del nuevo

emplazamiento para realizar sus actividades, obtenía un órgano de gobierno mucho más independiente; sus salas expositivas, de conferencias, biblioteca, etc., lo convertía en un organismo mucho más resolutivo y dinámico. A su independencia física le acompañaría, sólo un año más tarde (2002), la independencia jurídica con la creación de la Fundación Cajamurcia. El Patronato, como su órgano de gobierno, reunió a los más insignes e influyentes personajes del panorama murciano: profesionales, diplomáticos, catedráticos y magistrados de prestigio. Una comunidad de expertos para la correcta distribución de tan importante dotación con la que cuenta todos los años, gracias al buen funcionamiento de la parte financiera de la caja.

El fin fundacional y el patrimonio con el que estaba dotada la nueva fundación quedaban establecidos por las actividades y recursos de la OSC. La creación de la Fundación es el resultado de muchos años de actividades de interés general, como culminación de una trayectoria satisfactoria de actividades sin ánimo de lucro, y forma una entidad relativamente independiente y más eficaz.

Aunque el nuevo ente continué con la línea de actuaciones de la OSC, una vez creado, los proyectos propios del organismo se han multiplicado. Uno de los ejemplos más eficaces de mecenazgo territorial ha sido el *Proyecto Huellas*.

El germen del proyecto fue la magna exposición *Huellas* (2002), que mostraba la historia de la Diócesis de Cartagena desde sus orígenes hasta los comienzos del tercer milenio. Todo ello en el marco incomparable de la Catedral de Murcia. El éxito del evento fue tan grande, que se decidió continuar con el *Proyecto Huellas*, dedicado a resolver los grandes eventos culturales a nivel expositivo. Seguidamente, en el 2003, se realizó la exposición, *La ciudad en lo alto*, que mostraba la historia de la ciudad de Caravaca a través de 250 obras de arte. En el 2007 se realizaba, coincidiendo con el tercer centenario del nacimiento del escultor Francisco Salzillo, emblema de la ciudad, *Salzillo, testigo de un siglo*, una oportunidad única para ver reunidas una gran cantidad de piezas que normalmente no están al alcance del gran público. El último proyecto de *Huellas* ha sido la exposición *Floridablanca, la utopía reformadora*, coincidiendo con el segundo centenario de la muerte del Conde (2008). Esta exposición rescata al ilustre personaje y su época para que los murcianos y visitantes conozcan mejor unos de los protagonistas del s. XVIII.

Todos estos eventos han sido posibles gracias a la magnífica ejecución del Catedrático de Historia del Arte de la Universidad de Murcia, Cristóbal Belda Navarro,

a su vez, vocal del Patronato de la Fundación, como comisario de todas las exposiciones y máximo responsable del Proyecto Huellas.

Estas actividades han reportado a la Región de Murcia un gran número de beneficios: restauraciones del patrimonio, ya no sólo de las piezas expuestas, sino también de los contenedores expositivos (la Catedral, en Huellas; la Iglesia de San Andrés en la exposición de Salzillo, etc.); un conocimiento cada vez mayor de nuestra historia y arte; reporte publicitario fuera de nuestras fronteras; estudios científicos sobre los temas a tratar; catalogación de piezas, etc. En definitiva, una mayor conciencia de entidad regional a través de nuestro patrimonio, a la vez que se va identificando al ciudadano con su historia.

De una manera no tan llamativa, las ramas de su acción han ocupado y ocupan un gran porcentaje de la oferta cultural en la Región. Han sido muchos los proyectos acertados a lo largo de su trayectoria. Los ejemplos más significativos son:

- Fotoencuentros: uno de los festivales de fotografía más importantes a nivel nacional, comenzó en Murcia en el año 2001. Nació como un conjunto de actividades expositivas, de debate, reflexión y crítica en torno al mundo de la representación fotográfica.
- El premio de pintura *José María Párraga*: cuatro ediciones que puso en evidencia la gran cantidad de propuestas de los artistas murcianos. Un premio que ha sabido a poco, por la repercusión y aceptación del mismo. Tras cuatro años y un intento de ampliación a nivel nacional quedó suspendido.
- La *Semana Grande*: que nace en 1991, tras la celebración un año antes del 25 aniversario de la Caja. La buena aceptación del incremento de actividades animó a los responsables de Cajamurcia a conformar un espacio, anual, donde se multiplicara, tanto el número de actividades, como la importancia de éstas. Se define como una explosión cultural que invade Murcia todos los años en el mes de octubre.

Colección

Se puede considerar uno de los pasos pendientes en su desarrollo. Desde su fundación, Cajamurcia ha ido adquiriendo obras de arte, ya sea para la decoración de sus sedes como por el afán de coleccionismo de sus responsables. Muchas de las actividades realizadas han hecho engordar su patrimonio artístico (como el premio Párraga). Hasta la fecha, la colección de la Caja permanece oculta y desaprovechada

tras el escaso interés al que ha estado sometida. Todas las obras artísticas de la entidad mantienen, simplemente, un número administrativo de identificación.

Aunque ha carecido de una política científica de adquisición, cuenta con una nutrida representación del arte murciano. Su estudio y catalogación estaría corroborando la natural evolución de su mecenazgo.

Numerosos ejemplos, van dando las claves de estas actuaciones. Hasta las grandes cajas han dejado para las últimas décadas del siglo XX la catalogación y formalización de sus departamentos de adquisición artística. La Fundación La Caixa, con el mayor presupuesto anual para OSC, esperó a 1980 para empezar a formalizar su colección, dando en la Exposición Universal de Sevilla, su primera muestra. Actualmente La Caixa, cuenta con una recopilación artística de obligada referencia en el ámbito nacional e internacional.

Cajamurcia, lejos del apoyo financiero de las grandes cajas, debe fijarse en las actuaciones de entidades de su misma dotación anual. Con ejemplos como: Bancaja, con una colección muy bien organizada (más de 5.000 obras), que le permite tener sus exposiciones permanentes y propias; Cajastur, con un gran espectro de la pintura asturiana; Caixa Galicia, con una de las más importantes colecciones españolas y uno de los ejemplos más importante en promoción de artistas propios.

Una caja de ahorros fuerte y comprometida hace que su cuna artística territorial goce de salud y futuro, y las comunidades carentes de ellas quedan en desventaja en la promoción y ayuda de sus artistas.

La entidad murciana no debe quedar atrás en esta materia. La disposición de una colección permanente daría la posibilidad a la caja de la creación de sus propios proyectos expositivos, e incluso, el intercambio de ésta, con otras colecciones privadas, lo que daría nuevas visiones del acto creativo a nuestro artistas y curiosos del arte, y promocionaría a los creadores murcianos más allá de nuestras fronteras.

Hoy día la Fundación alcanza muchas facetas y vías que ocupan y resuelven las inquietudes culturales y de ocio de la población. A nivel expositivo, la estrategia responde a una maniobra concreta, la cual, intenta cubrir tres grandes campos todos los años: arte histórico, arte contemporáneo y arqueología y numismática. La aportación cultural es tan fuerte que sin ella muchos campos quedarían vacíos de respuesta. Su responsabilidad es la nuestra, debemos ser más conscientes de la naturaleza de estas empresas y su deber con la sociedad de la que se nutre. Los estudios sobre la evolución de sus actividades son un seguro para conservarlas.

BIBLIOGRAFÍA

ALARCÓN CARACUEL, M. R. (1999), *El proceso de creación de una fundación*, Madrid.

ÁLVAREZ DE MON, S. (1998), *El tercer sector: retos y propuestas para el próximo milenio*, Madrid.

BALLART HERNANDEZ, J. (2001), *Gestión del patrimonio cultural*, Barcelona. Barcelona.

BENÍTEZ, E. (1998), Arte y Mercado. Cuadernos Hispanoamericanos, 572, Febrero, pp. 7-14.

BONET, L. (2001), *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*, Barcelona.

CAMPO ARBULO, J. A. (1996), *Ley de fundaciones: comentarios a la Ley 30/1994 de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General*, Madrid.

CUSCO, M. (2003), *Comentarios a la nueva Ley de Fundaciones: Ley 50/2002, de 20 de diciembre*, Madrid.

FAIVER D'ARCIER, M. B. (1999), *Estrategias para una nueva gestión cultural: tres conferencias significativas*, Buenos Aires.

FERNANDEZ DIEZ, P. (2001), *La guía el inversor en Arte: Arte 10*, Madrid.

FREY, B. (2000), "La economía del arte". Colección Estudios Económicos, nº 18-2000, Barcelona.

GRAMPP, W. (2002), *Arte, inversión y mecenazgo: un análisis económico del mercado del arte*, Barcelona.

HERRERA GÓMEZ, M. (1998), *El tercer sector en los sistemas del bienestar*, Valencia.

LASARTE, E. (1992), *Los nuevos mecenas de la cultura*, Barcelona.

LUCÍA LINARES, A. (1998), *Las fundaciones: patrimonio, funcionamiento y actividades*. Valencia.

MARTÍNEZ DE CORRAL, L. (1999), "Coleccionismo institucional de arte contemporáneo". Cuadernos Hispanoamericanos, n. 583, pp. 43-52.

MARTÍNEZ PELÁEZ, A. (1999), "Anticuarios, galerías, y casas de subastas: la importancia de los agentes en el mercado del arte". Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada, nº 30, Granada, pp. 295-302.

Memorias anuales de Cajamurcia, editada desde 1976 hasta la fecha actual.

Memoria Obra Social. (2000), Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA), Madrid.

MORILLO GONZÁLEZ, F. (2003), *EL proceso de creación de una edición. 2ª edición (puesta al día con arreglo a la nueva Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones)*. Navarra.

PARREÑO, J. M. (1999), “El coleccionismo considerado como una de las bellas artes”. Cuadernos Hispanoamericanos, n. 583, pp. 7-12.

PORTUS, J. (1995), *El mercado del arte y coleccionismo en España (1980-1995)*, Madrid.

REISS, A. H. (1991), “El patrocini cultural als Estats Units”. En actes del Simposi Internacional sobre Mecenatge i patrocini cultural a la Comunitat Europea, Barcelona.

RICOSSA, S. (1991), *I mercati dell'arte. Aspetti pubblici e privati*, Torino.

ROCA, Q. (1990), *Experiencias de patrocinio, mecenazgo y sponsorización en España. Las nuevas formas de financiación de la Cultura*, León.

RODRÍGUEZ RUIZ, D. (1995) *Mecenazgo y conservación del patrimonio artístico: reflexiones sobre el caso español*, Madrid.

RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (2000), *El sector no lucrativo en España*, Madrid.

SÁENZ DE MIERA, A. (2000), *El azul del puzzle: la identidad del tercer sector*, Oviedo.

GÓMEZ DE LA IGLESIA, R. (1999), Segundas Jornadas sobre Iniciativa Privada y Sector Pública en la Gestión de la Cultura, Vitoria.

SERRANO TÉLLEZ, N. (1997), “Coleccionismo, museos y patrocinio artístico de las entidades privadas en Galicia”. Revista de Museología, nº 11.

SIEGRIST RIDRIEJO, P. (2003), *El mercado del arte y los obstáculos fiscales: una asignatura pendiente en la integración europea*, Madrid.

SZYBOWICZ, A. (1990), *Esponsorización y mecenazgo*, Barcelona.

THROSBY, D. (2001), *Economía y cultura*, Madrid.

TWEDDY, C. (1991), “Mecenatge i patrocini cultural a Europa”, Actes del Simposi Internacional sobre Mecenatge i Patrocini Cultural a la Comunitat Europea, Barcelona, pp. 43-57.

VERDUGO SANTOS, J. (1994), “La participación privada en actividades de interés general. El nuevo marco legal del patrocinio y mecenazgo en España”. Boletín Informativo del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº 9, pp. 22-27.