

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y EMPLEO

CULTURA, TURISMO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Cultura apuesta por la Ley de Mecenazgo como instrumento para la creación de un modelo cultural más sostenible y participativo

Así lo ha defendido el consejero Sánchez de Muniáin ante más de 200 representantes del sector cultural, reunidos hoy en Baluarte

Martes, 12 de noviembre de 2013

El consejero de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales, Juan Luis Sánchez de Muniáin, ha defendido esta mañana en Baluarte, ante más de 200 representantes del sector cultural de Navarra, su apuesta por la [Ley de Mecenazgo](#) como instrumento para la creación de un nuevo modelo cultural más sostenible y participativo.



Rodaje en la plaza del Ayuntamiento.

Según ha afirmado, los retos que ha puesto sobre la mesa la crisis económica son también un importante estímulo para crear este nuevo modelo cultural. El consejero ha añadido que “La Ley de Mecenazgo no pretende sustituir en ningún caso las obligaciones que la Administración pública tiene con la Cultura, sino que trata de crear “una herramienta que pretende complementar este trabajo y, a la vez, abrir un nuevo canal de comunicación y de participación con la sociedad”.

La norma ha sido también el centro del debate de una mesa redonda posterior integrada por la directora general de Cultura, Ana Zabalegui; la directora gerente de la Hacienda Tributaria de Navarra, Ana Nieves; el responsable de Comunicación de MTorres, Miguel Ángel Barón, y el gerente de ENCSA-Baluarte, Javier Lacunza, quienes han explicado las ventajas y oportunidades que introduce. La Mesa ha tratado de responder a qué se espera de esta ley, por qué es necesaria, quiénes son sus beneficiarios y qué beneficios fiscales produce. En concreto, la directora general, Ana Zabalegui, ha hablado sobre la filosofía de esta norma que nace con vocación democrática (ha tenido en cuenta en su elaboración las aportaciones ciudadanas) y que entiende la cultura como un derecho del que todos los ciudadanos somos corresponsables. Posteriormente, ha explicado quiénes son beneficiarios de esta ley, los proyectos y actividades que involucra, y el requisito para el proyecto o la actividad cultural beneficiaria de ser declarada “de interés social”. Por su parte, la directora-gerente de Hacienda Tributaria, Idoia Nieves, ha explicado los

beneficios fiscales que obtienen empresas y particulares.

Además, Miguel Ángel Barón, de la empresa familiar MTorres, ha aportado su visión como empresa mecenas y Javier Lacunza, director-gerente de la Fundación Baluarte, ha incidido en la importancia de transmitir a las empresas las desgravaciones fiscales que obtienen, estudiar sus motivaciones y adaptar la oferta de mecenazgo a cada una de ellas.

En una ponencia posterior, el director general de la Fundación Moderna, Cérnin Martínez, ha abordado también la ponencia titulada “El [Plan MODERNA](#): nuevos horizontes para el sector cultural y creativo”, en la que ha explicado cómo este Plan contempla las industrias creativas dentro de las nuevas oportunidades de negocio. Martínez ha explicado cuáles son los retos para las empresas del sector y las peculiaridades o características de los nuevos emprendedores creativos.

Experiencias de la Ley de Mecenazgo francés

Laure Chaudey, directora y responsable de cuestiones jurídicas y Relaciones Internacionales del Instituto Admical (sociedad destinada a promover el mecenazgo en Francia), ha explicado en su intervención como a partir de la creación de Ley de Mecenazgo en Francia, en 2003, la cultura está en ese país, sobre todo, a cargo de las empresas.

La ley permitió legitimar el partenariado cultural de la esfera privada, tanto de particulares como empresas, y darle una importante legitimidad. El Estado, como representante del interés general, apoya ciertas iniciativas. Pero, a partir de entonces, ya no es sólo él, el que mantiene el interés general. Cada miembro de la sociedad tiene su papel al respecto.

Según ha explicado, con la crisis, también en Francia los presupuestos se reducen; pero se mantiene la postura de apoyar la cultura, y continúa también la actividad de mecenazgo que afecta al medioambiente, a lo social y, por su puesto, a la cultura. De hecho, las donaciones del año 2012 fueron en total de 3.000 millones, de los que 150 millones se destinaron al área cultural.

La ponente ha destacado también el número de tesoros nacionales que la ley de Mecenazgo francesa ha permitido comprar, gracias a una figura específica que recoge la Ley. El mecanismo es un dispositivo fiscal que permiten a las empresas comprar grandes obras y con una reducción impositiva del 90%, si bien la obra tiene que estar 10 años expuesta en un museo de Francia.

La representante de ADMICAL ha señalado, finalmente, que las encuestas indican que ciertamente con la crisis algunas empresas han reducido su aportación. Sin embargo, señala, el número de empresas que participan como mecenas, no hace más que aumentar. Para Laure Chaudey, es por ello muy importante la participación de la pequeña y mediana empresa (PYMES) en la vida cultural, haciéndoles entender que todos ganan cuando invierten en el interés general. La Ley de 2003 crea un marco muy ventajoso, ya que la empresa tiene desgravaciones del 60% y el individuo del 66%.

El proyecto Europa Creativa

Posteriormente, la subdirectora general de Cooperación Cultural con las CCAA, de la Secretaría de Estado de Cultura, Begoña Cerro, ha presentado la convocatoria [Europa Creativa 2014-2020](#). El programa propone un nuevo sistema financiero que garantice a los grupos artísticos los préstamos bancarios precisos para impulsar sus proyectos culturales. Trata de crear, además, un mercado cultural europeo, hoy todavía fragmentado, mediante el impulso de redes culturales entre países. Así, se propone promover la competitividad de los sectores culturales y creativos europeos, para lo que busca ayudar a artistas y operadores a que operen transnacionalmente, favoreciendo la circulación de obras y el desarrollo de nuevas audiencias. Se trata, en definitiva, de crear plataformas de red que permitan aumentar la movilidad y generar una programación europea.

Cuenta con un presupuesto general de 1.460 millones de euros para proyectos culturales de cooperación transnacional, en el que participan los países miembros de la Unión, Suiza, países vecinos

cuya adhesión no está prevista y países en la que si lo está. En el período 2007-2013, sólo hubo 4 proyectos inscritos al programa con participación navarra.

Extraer aprendizaje de las experiencias de éxito

Por su parte, la sesión de tarde estará dedicada a mostrar experiencias de proyectos en las diversas disciplinas artísticas y de diverso presupuesto, que han destacado por su internacionalización, su manera de obtener financiación o por su labor de marketing.

Asistirán a esta sesión sus protagonistas, Maitena Muruzábal, directora de la película “Blue lips”, para hablar de la estrategia de financiación y producción de un película independiente; Gregorio López-Triviño, promotor de la primera plataforma de crowdfunding en España, y Patricia Juárez, especialista en campañas de publicidad on-line; Pepe Zapata, director de marketing y comunicación de Mercat de les Flors, centro escénico ubicado en Barcelona y dedicado a la Danza y a las artes del movimiento; Sara Magán y Ramón Burgos, socios directores de la empresa de gestión cultural Zinc Shower; Eva Mejuto, de la editorial OQO, y Juan Manuel Guimeráns, director del área de Cultura del Ayuntamiento de Valladolid, que hablará del proyecto CreArt, Red de ciudades europeas