

Área: Lengua y Cultura
ARI N° 116/2009 (traducido del inglés)
Fecha: 25/09/2009



El sector artístico y la actual crisis financiera

Cristina Fuentes La Roche *

Tema: La crisis financiera internacional ha afectado al sector artístico y las organizaciones culturales deben adoptar medidas para sobrevivir al empeoramiento de la situación económica.

Resumen: En este documento se examinan las actuales tendencias de mecenazgo artístico enmarcadas en el contexto de la crisis financiera. Se analizan el sector del patrocinio privado, el sector público y la afluencia de espectadores en general, al mismo tiempo que se formulan una serie de recomendaciones sobre lo que pueden hacer las organizaciones artísticas para diversificar sus modelos de ingresos y depender menos del apoyo público y empresarial.

Análisis:

Crisis financiera: sus efectos en la financiación pública y privada del arte

La crisis financiera mundial que comenzó en julio de 2007 se vio desencadenada por una espectacular caída del valor de las hipotecas titulizadas en EEUU como resultado del deterioro del mercado de la vivienda. Estos acontecimientos dieron lugar a una crisis financiera mundial y a un derrumbamiento de la confianza de bancos e inversores en el mercado financiero. La crisis de liquidez resultante hizo que la Reserva Federal estadounidense, el Banco de Inglaterra y el Banco Central Europeo inyectaran considerables sumas de capital en los mercados financieros. El diferencial TED, un indicador del riesgo crediticio en la economía general, se disparó en julio de 2007, se mantuvo volátil durante un año y luego volvió a dispararse aún más en septiembre de 2008, tras la quiebra de Lehman Brothers. Esto provocó que los mercados de valores cayeran en picado y que un gran número de bancos, prestamistas de hipotecas y aseguradoras suspendieran operaciones o tuvieran que ser rescatadas durante las semanas siguientes.

Con el considerable debilitamiento del sector financiero y la ralentización de la economía, el deterioro de la situación económica está afectando a todos los sectores, incluido el de las artes y la cultura.

La mayoría de las organizaciones artísticas dependen de un modelo mixto de financiación consistente en fondos públicos, patrocinios privados e ingresos de taquilla o comercialización. En la Europa continental (en países como España, Alemania y Francia) las organizaciones artísticas reciben considerables subvenciones de los gobiernos, a

* *Directora del Hay Festival de Cartagena de Indias y Directora de Programación del Hay Festival de Segovia*

diferencia de lo que ocurre en EEUU, donde los fondos privados, bien de empresas o de particulares, han sido siempre la principal fuente de financiación del arte.

En España, la Constitución de 1978 estableció una estructura administrativa descentralizada en tres niveles: Gobierno central, gobierno regional (con 17 comunidades autónomas y dos ciudades autónomas) y administraciones locales.

En 2005, el gasto público total de España en cultura a estos tres niveles fue de 5.144 millones de euros, aproximadamente el 0,56% del PIB español. En el período de cuatro años comprendido entre 2000 y 2005, el gasto público total en cultura a los tres niveles aumentó, en valores nominales, en un 62%. La mayor parte del gasto público en cultura procede de las autoridades locales (56,3%), seguidas de las comunidades (28,5%) y, finalmente, del Gobierno central (15,2%). Esto pone de manifiesto la naturaleza descentralizada del modelo español, en el que las autoridades territoriales asumen la mayor parte de la responsabilidad en términos de cultura.

La financiación de la cultura en la República Federal Alemana se basa en distintos pilares. De conformidad con el principio de subsidiariedad, la cultura (y, por tanto, su financiación pública) es responsabilidad fundamental de los ciudadanos y de sus comunidades locales. El Estado sólo interviene como patrocinador cuando el alcance o la naturaleza de una tarea de política cultural hacen que la comunidad no pueda hacerle frente con sus recursos. Por tanto, son los municipios los que asumen la mayor parte del costo de financiar las instituciones y actividades culturales públicas, seguidos de los *Länder*. En 2007, el gasto público total de Alemania en cultura se situó en 8.322 millones de euros.

En 2002, los fondos públicos asignados por Francia a la cultura superaron los 6.000 millones de euros, incluyendo 2.600 millones de euros para el Ministerio de Cultura y Comunicación y 3.600 millones para los demás ministerios. En la Francia metropolitana, el gasto en cultura de las autoridades locales se situó en niveles parecidos: 4.100 millones de euros para los municipios de más de 10.000 habitantes, 280 millones para los establecimientos públicos de cooperación intermunicipal (con la posibilidad de subir los impuestos), 1.100 millones para los *départements* y 360 millones para las *régions* (cifras tomadas del *Compendio de Políticas y Tendencias Culturales en Europa*).

En EEUU, la situación es completamente distinta. El Fondo Nacional para las Artes (NEA, por sus siglas en inglés), un organismo público destinado a fomentar la excelencia artística, es el principal financiador de este sector, con un presupuesto de 155 millones de dólares en 2009. Sin embargo, esta cifra representa menos del 1% de toda la filantropía artística de EEUU y tan sólo una pequeña fracción de los fondos destinados al arte y la cultura por muchos de los gobiernos europeos. En 2005, el sector privado estadounidense aportó 13.510 millones de dólares para apoyar las artes en todo EEUU (según el informe de 2006 de la *Americans for the Arts National Arts Policy Roundtable*).

Patrocinio privado

La fuerte presión para reducir costes a que se ven sometidos el sector empresarial y privado, así como los importantes cambios en las altas esferas directivas han hecho que el patrocinio artístico y el apoyo prestado a las artes sean objeto de mayor escrutinio. El sector artístico podría convertirse en una víctima fácil, especialmente en los casos en que dicho apoyo o patrocinio se deba al capricho de un presidente o se emplee fundamentalmente como forma de entretenimiento corporativo.

Mientras que en la Europa continental el arte depende enormemente de las ayudas públicas, el Reino Unido ha estado siempre en una situación intermedia, ya que en este país el arte depende en buena parte de un modelo mixto de financiación.

Según las personas sondeadas en la encuesta sobre inversión empresarial privada llevada a cabo por Arts & Business, la inversión privada en el Reino Unido durante el periodo 2007-2008 supuso de media el 13% de los ingresos totales de las organizaciones culturales. La financiación del sector público, incluida la de los consejos de las artes, otros ministerios gubernamentales, las autoridades locales, otras subvenciones públicas y los fondos de la lotería, supuso el 54% de los ingresos totales de las organizaciones culturales. El 33% restante fueron ingresos gananciales, entre otras cosas procedentes de la venta de entradas y de la comercialización.

La encuesta de Arts & Business revela que el 30% de los donantes corporativos que el año pasado aportaron más de 1 millón de libras al sector del arte esperan que esos presupuestos se vean reducidos. Los encuestados también opinaron que el patrocinio artístico era el aspecto más vulnerable, en comparación con las organizaciones benéficas y los deportes. Muchas empresas con largos historiales en el sector del arte temen las críticas de accionistas furiosos y clientes perplejos. Según Natalie Melton, de Arts & Business, “las grandes empresas patrocinadoras con que tratamos son muy sensibles al hecho de que se les pueda considerar frívolas”.

Una encuesta encargada por Arts & Business en abril de 2009 (“Tendencias de mercado”, de Tina Mermiri) pone de manifiesto que las organizaciones artísticas de menor tamaño ya están experimentando dificultades para obtener financiación externa (del sector público, sobre todo de las autoridades locales, pero también de inversiones privadas, especialmente inversión empresarial). La mayoría de los encuestados del sector artístico (63%) ya está experimentando considerables reducciones en las inversiones empresariales.

Las donaciones de particulares están, en general, siguiendo una mejor trayectoria que la inversión empresarial; las suscripciones de miembros de la mayoría de las organizaciones se han mantenido (y en algunos casos han llegado a aumentar). También es difícil obtener financiación de fideicomisos y fundaciones, según han expresado más de la mitad de los encuestados.

Sin embargo, la mayoría de las organizaciones consideran que la demanda de sus servicios aumentará, aunque les resultará más difícil seguir proporcionando contenidos de calidad como lo hacían anteriormente.

Dado que la mayoría de las pequeñas organizaciones artísticas están teniendo dificultades para obtener financiación externa (sobre todo de fuentes privadas), están más que dispuestas a aumentar su flexibilidad y creatividad, ideando formas alternativas de obtener fondos para poder sobrevivir.

Las empresas siguen considerando 2009 un año crítico; los niveles de confianza en abril de 2009 fueron inferiores a los de noviembre y agosto de 2008. Sin embargo, las empresas ya empiezan a mostrar más confianza en poder invertir en arte en el futuro: el 87% de los encuestados esperaba invertir más (a menudo) en el sector artístico para 2011, aunque las tendencias que se perciben parecen mostrar que las empresas

preferirán invertir en una mayor cantidad de proyectos, más que en proyectos de mayor tamaño.

Esto parece coincidir con las señales que apuntan a un descenso de la popularidad de los grandes patrocinios sin apenas garantías (*blockbuster sponsorships*), los patrocinios a cambio de publicidad en distintivos e insignias (*badge sponsorships*) y los actos de empresa y actos ostentosos.

Las prioridades de las empresas están cambiando en cuanto al tipo de inversión que desean realizar en el sector artístico. La participación del personal está adquiriendo cada vez más importancia, dada la necesidad de las empresas de mantener alta la moral de sus empleados. El *marketing* sigue siendo importante, al igual que la responsabilidad social corporativa.

Financiación pública del arte

La financiación pública del arte corre peligro como consecuencia del rápido aumento del déficit presupuestario de los gobiernos a raíz de la ralentización de las economías y la crisis crediticia.

El sector del arte ya ha visto reducida su financiación pública: en el Reino Unido, el Consejo de las Artes ha reducido su presupuesto en 4 millones de libras para 2009, mientras que en Italia el FUS, el fondo italiano para las artes, ha reducido su presupuesto desde los 567 millones de euros previstos hasta 398 millones (según la AGIS, la asociación italiana dedicada al comercio del espectáculo que actúa de enlace con el Gobierno). Sin embargo, al mismo tiempo los gobiernos han creado “fondos de recuperación” para preservar el sector.

El 10 de abril de 2009, el Fondo Nacional para las Artes de EEUU anunció que otorgaría subvenciones puntuales por valor de 19,8 millones de dólares en el marco de la Ley Americana de Recuperación y Reinversión (Ley de Recuperación). Las subvenciones están destinadas a organismos artísticos estatales y organizaciones artísticas regionales, para apoyar al sector artístico de la economía. Entre los posibles beneficiarios figuran organizaciones de las artes interpretativas, visuales y literarias. Todos aquéllos que soliciten las subvenciones deberán haber recibido fondos del NEA en algún momento durante los cuatro años anteriores.

Las concesiones se limitan a la subvención, total o parcial, de los sueldos de uno o varios puestos críticos para la misión artística de una organización que se encuentren en peligro o hayan sido eliminados como consecuencia del actual clima económico, y a los honorarios de artistas y/o de personal contractual contratado anteriormente, para mantener o prolongar el período durante el cual esas personas permanecerían en sus puestos.

En abril de 2009, el Consejo de las Artes de Inglaterra (*Arts Council England*) introdujo un recorte inmediato de 4 millones de libras en su presupuesto, pero anunció un “Fondo de apoyo” de 40 millones de libras adicionales para las organizaciones artísticas que estuvieran atravesando un mal momento como consecuencia del deterioro de la economía. Este Fondo estará disponible durante los próximos dos años (o hasta que se agoten sus dotaciones) y concederá subvenciones de entre 75.000 y 3 millones de libras a organizaciones artísticas gravemente afectadas por la recesión. Su objetivo es ofrecer

una respuesta rápida, con plazos de espera de como máximo seis semanas entre la solicitud de las subvenciones y la adopción de decisiones al respecto.

La magnitud de las subvenciones y el hecho de que se excluya de ellas a los artistas particulares (que son remitidos a Subvenciones para el Arte (*Grants for the Arts*), que ha registrado un aumento de 2 millones de libras desde el año pasado, hasta alcanzar los 54 millones de libras) sugieren que lo más probable es que quienes más se beneficien de estas subvenciones sean las grandes instituciones.

Sin embargo, la presidenta del Consejo de las Artes de Inglaterra, Dame Liz Forgan, advirtió de que “no se trata de ofrecer dinero a organizaciones en apuros, sino de ayudar a organizaciones de éxito cuyas operaciones se estén viendo amenazadas específicamente por la recesión, como por ejemplo por la reticencia de los bancos hayan a la concesión de préstamos”.

Según Dame Liz Forgan, las ayudas también están dirigidas a grupos que lleven a cabo una labor “excelente, valiente y ambiciosa”. Según ella, “los espectadores han evolucionado en los diez últimos años y están ávidos de cosas nuevas y ambiciosas. Sería un error que los grupos artísticos se refugiaron en lo seguro, aburriendo o desanimando a los espectadores”.

En España, la recién nombrada ministra de Cultura ha anunciado ayudas por valor de 22 millones de euros para el sector de la cultura y las industrias creativas, que además disfrutarán de un tipo de interés fijo no superior al 2% TAE (tasa anual equivalente).

Por tanto, aunque la financiación pública tradicional del arte esté disminuyendo, las organizaciones artísticas tienen acceso a nuevos tipos de fondos de “recuperación” que las protegen de algunos de los efectos negativos de esta recesión.

Ingresos procedentes de la venta de entradas/merchandising

Cuando no podemos influir en nuestra salud financiera, aumenta la necesidad de bienestar y salud personal. El sector del arte es en cierta medida “inmune a la recesión” porque las personas tienden a buscar “bienestar” pasando más tiempo en los museos, asistiendo a eventos deportivos o participando en ellos o escapándose al teatro, a espectáculos de danza o a conciertos. El público se beneficia del factor “sentirse bien” que proporcionan los pequeños lujos como forma de abstraerse del panorama de contracciones del crédito y patrimonios netos negativos existente actualmente en todo el mundo, sin tener que gastar en artículos más caros como viajes al extranjero o coches nuevos. En momentos difíciles, la experiencia demuestra que el teatro, los cosméticos (“test del pintalabios”) y la música experimentan un *boom* en sus ventas, conforme florecen las artes y la creatividad.

El éxito de *Mamma Mia!* no es más que un ejemplo de cómo el arte puede prosperar en tiempos de crisis. El Índice Económico Abba, una medida financiera poco conocida con una extraña correlación con los tiempos difíciles, está volviendo a subir. Este índice entró por primera vez en fase alcista en la década de 1970, cuando la banda se vio catapultada al estrellato en medio de la medida del gobierno del Reino Unido de adoptar la semana de tres días para el consumo de electricidad y de una inflación galopante. El Reino Unido se encontraba en situación de siniestro económico y, sin embargo, Abba cosechaba un grandísimo éxito.

Cuando la recesión se hizo fuerte a principios de la década de 1990, encontramos consuelo en *Abba Gold: Greatest Hits*, que salió al mercado en 1992 y se coló en los primeros puestos de las listas de éxitos del Reino Unido. El último éxito de Abba ayudaría a Hollywood a hacer frente al desánimo recesionalista. Los ingresos de taquilla de la factoría cinematográfica durante junio de 2008 aumentaron en un 17,3% con respecto al mismo mes del año anterior.

La última edición del Hay Festival de literatura, celebrada en mayo de 2009, registró una cifra récord de asistentes (un aumento del 20% con respecto al año anterior). Según Peter Florence, director del festival, “la gente quiere oír lo que los demás tienen que decir sobre la recesión”. “Lo que estamos observando es que las entradas para espectáculos vespertinos se están vendiendo muy, muy bien por un lado, ya que las personas tratan de evadirse de la recesión y divertirse, y que, por otro lado, se nos están agotando las entradas para actos sobre temas económicos”. El público está interesado en escuchar las soluciones propuestas por personalidades como Howard Davies, director de la LSE, que habló sobre la crisis mundial, Niall Ferguson, autor de *The Ascent of Money*, y Amartya Senn, Premio Nobel de Economía.

De hecho, las recesiones suelen provocar un florecimiento de las artes. El *jazz* prosperó en EEUU durante la Gran Depresión de la década de 1930, al quedarse la gente en sus casas escuchando la radio.

En España, el sector literario y editorial está resistiendo a la crisis. Según Antonio María Ávila, director de la Federación de Gremios de Editores de España, las ventas de libros no han experimentado ningún cambio significativo: cuando las cosas van bien las ventas no aumentan espectacularmente, pero tampoco disminuyen de forma espectacular en tiempos de crisis. Aunque según Pilar Gallego (presidenta de la Feria del Libro de Madrid) las ventas de libros descendieron entre un 15% y un 20% en el primer semestre del año, la Feria del Libro de Madrid registró un incremento del 10% en las ventas con respecto a 2008, según afirmó su director, Teodoro Sacristán.

Según la Generalitat, el Festival Internacional de Benicàssim programado para julio de 2009 tiene previsto recibir 200.000 asistentes este año, lo cual supondría un aumento del 35% con respecto a 2008. Según los organizadores, la pre-reserva de entradas ha alcanzado cifras récord, con todas las entradas agotadas.

La asistencia al teatro también está aumentando en España. Daniel Martínez, director del grupo Focus, afirma que el número de espectadores aumentó el año pasado en un 20% gracias a los musicales, mientras que la asistencia a teatros de carácter alternativo aumentó en un 3%. En 2008, los teatros convencionales recibieron un total de 2,6 millones de espectadores, 400.000 más que en 2007.

Según el economista José María Álvarez de Lara, las industrias culturales de España han registrado incrementos anuales del 3%-4% y, aunque es probable que ese crecimiento se ralentice, todavía debería aumentar en aproximadamente un 0,5%-1%.

¿Qué pueden hacer las organizaciones artísticas?

A pesar de este telón de fondo de crecientes desafíos, aún pueden tomarse muchas medidas. Lo principal es que el sector de las entidades sin ánimo de lucro se muestre proactivo e inventivo para hacer frente al deterioro de la situación. ¿Cómo pueden estas

entidades sacar provecho de la crisis actual y estar así mejor preparadas para el futuro?
A continuación se exponen algunas posibilidades:

- (1) Estudio de soluciones/innovaciones financieras.** El capital se ha convertido en un recurso escaso para la mayoría de las organizaciones del mundo del arte, que tienen invertida la mayor parte de su capital en activos fijos como edificios y propiedades, colecciones de arte, etc. Están empezando a surgir una serie de innovaciones financieras, como la obtención de préstamos con colecciones de arte de organizaciones artísticas como garantía. Dos instituciones financieras especializadas de Nueva York, Art Capital y Art Finance Partners, están ofreciendo financiación a museos y otras instituciones artísticas en situación de ofrecer obras de arte como garantía. Muchas de estas instituciones están experimentando importantes recortes en los recursos que obtienen de las donaciones, como consecuencia del descenso de las donaciones privadas. El ejemplo más destacado es el de la Ópera Metropolitana de Nueva York, que decidió ofrecer sus famosos murales de Chagall como parte de la garantía de un préstamo contraído con JP Morgan. Esto le permitió liberar efectivo, utilizado actualmente como garantía del préstamo. La financiación estructurada, como la titulización de los futuros ingresos de taquilla, y el arrendamiento con opción a compra de propiedades de organizaciones artísticas son otras posibles formas de liberar efectivo para su funcionamiento.
- (2) Maximización del valor de la marca por medio del *merchandising*.** La cultura y el arte se están convirtiendo en artículos de valor en nuestra sociedad. Las marcas artísticas como Tate, V&A, El Prado, MoMa, Guggenheim o Louvre se han convertido en nombres de marca de gran valor. Mientras que el Guggenheim y el Louvre han explorado su valor de marca mediante franquicias en todo el mundo, otros están usando sus marcas con fines de *merchandising*. El *merchandising* se ha convertido en una de las fuentes más importantes de ingresos para muchas organizaciones del mundo del arte. La Tate Gallery registró en 2007-2008 un volumen de ventas de 13,4 millones de libras procedentes de esta actividad, lo que le generó un beneficio de 2 millones de libras. Una empresa británica de reciente creación, CultureLabel.com, pretende ayudar a las organizaciones del sector artístico a maximizar los ingresos derivados del *merchandising* cultural. CultureLabel.com es un nuevo y exclusivo proyecto de venta al por menor que reúne a las mejores marcas mundiales del mundo de la cultura. Su sitio *web* actuará como portal para el comercio “cultural” de museos, galerías y festivales y podría incrementar los ingresos de estas organizaciones y facilitar nuevas formas de generación de las ganancias.
- (3) Desarrollo de una base de miembros que pueda movilizarse políticamente con fines de promoción y económicamente para la generación de recursos.** Esto puede conseguirse mediante una estructura tradicional de pertenencia a estas instituciones en la que los miembros gocen de ciertos privilegios como reservas preferentes, entradas para preestrenos o boletines informativos. La mayoría de las organizaciones del mundo del arte están fomentando activamente la adhesión de miembros mediante planes a varios niveles. Museos como la Tate Gallery han creado una serie de “comités de adquisición”, como el Comité de Adquisiciones para Arte Latinoamericano, que tiene por objetivo apoyar la compra de obras artísticas de América Latina. Estos comités son “clubes exclusivos” para

personas que deseen contribuir económicamente al crecimiento de la colección de arte de la Tate.

Fuera del mundo de los museos también se están produciendo innovaciones. En 2006 se creó V22, una empresa de arte con sede en Londres que cotiza en uno de los mercados de valores de menor tamaño de Londres. Este fondo artístico cuenta con 100 coleccionistas y 28 artistas en calidad de accionistas y entre sus asesores figuran David Thorp, antiguo director de la South London Gallery, y Thomas Rowland, antiguo miembro de la Saatchi Collection. El fondo se especializa en obras de jóvenes artistas como Marcus Harvey, Harland Miller y Peter Jones, representados por marchantes de prestigio o con algunas de sus obras expuestas en colecciones importantes (los artistas se convierten en accionistas, recibiendo así parte de los beneficios). El inversor aporta 20.000 libras (por 800.000 acciones) y obtiene desgravaciones fiscales por considerarse esta inversión una pensión personal invertida por uno mismo (SIPP, por sus siglas en inglés). De esta forma, los inversores actúan como benefactores de los artistas que les gustan y obtienen a cambio un pequeño rendimiento por sus inversiones, al mismo tiempo que los artistas obtienen a su vez flujos de caja sin generar deuda financiera. Este modelo podría permitir a las organizaciones del mundo del arte atraer a inversores privados “providenciales” (*angel investors*).

Conclusión: Las organizaciones artísticas se enfrentan a una difícil situación económica a nivel mundial. En este ARI se han analizado sus políticas de financiación y se defiende que es probable que surjan nuevos patrones de financiación y modelos de negocio como consecuencia de la actual crisis financiera.

En enero de 2009, Helmut K. Anheier, de la Universidad de Heidelberg, afirmó en un documento sobre el deterioro de la economía mundial que “[...] la crisis quizá ofrezca tantas oportunidades como desafíos. Algunas entidades sin ánimo de lucro morirán y otras nacerán, algunas florecerán y otras perderán relevancia, quedarán moribundas y dejarán de funcionar, llegando incluso a desaparecer por completo”.¹

Para sobrevivir a este deterioro de la economía es necesaria una actitud proactiva por parte de las organizaciones artísticas, que ya están respondiendo a la crisis con un enfoque más innovador en lo que respecta a sus activos, negocios y marcas. En última instancia, es probable que la creatividad, una de las características intrínsecas de este sector, sea su mejor baza.

Cristina Fuentes La Roche
Directora del Hay Festival de Cartagena de Indias y Directora de Programación del Hay Festival de Segovia

¹ Helmut K. Anheier (2009), *The Global Economic Downturn, Philanthropy and Nonprofits – Reflections on What it Means, and What To Do*, Centro para la Inversión Social (CSI) de la Universidad de Heidelberg y Centro para la Sociedad Civil de la Universidad de California en los Ángeles (UCLA), enero.