

Presentación

Ve ahora la luz el segundo volumen de los *Cuadernos de la Cátedra de Patrimonio y Arte Navarro* en el que han participado profesores de la citada Cátedra así como estudiosos del arte navarro.

Si el primer número estuvo centrado en la Catedral de Pamplona al publicarse como *Homenaje a don Jesús María Omeñaca*, que había sido canónigo tesorero y Director de Arte Sacro de la diócesis navarra, este segundo está dedicado íntegramente al tema de la promoción y el mecenazgo en el arte navarro.

A lo largo de las últimas décadas, la historia del arte se ha ido acercando a los aspectos sociales, económicos y legales que contextualizan los bienes culturales, así como a la realidad histórica y social del binomio artista-comitente, cuestiones todas ellas que han estado un tanto alejadas, si no totalmente olvidadas, en muchos trabajos, por el interés centrado en disquisiciones puramente formales.

La promoción de las artes ha sido objeto de estudio en sendos congresos en Aragón en 1981 -II Congreso de Arte Aragonés- y en Murcia en 1988 en el VII Congreso Español de Historia del Arte con el título de *Patronos, promotores, mecenas y clientes*. En el primer caso, tras discutirse el alcance del término mecenazgo, se amplió el título hasta convertirlo en *Clientela, promoción y mecenazgo en el arte aragonés*; en el segundo, nada se aportó en el orden metodológico general para la época barroca. El profesor Yarza desglosó y distinguió los diferentes términos para la época medieval, no existiendo ponencia alguna para el arte de la Edad Moderna o Antiguo Régimen.

Las dificultades para obtener resultados aceptables, en estas últimas líneas de investigación, crecen por el tipo de fuentes documentales que utilizamos, en la mayor parte de los casos de carácter oficial (cuentas, contratos, tasaciones), y por la escasez de la correspondencia entre el artista-cliente, que suele tener otras connotaciones y puede dar enormes posibilidades. Por lo demás, en ninguna de aquellas fuentes se especifica ni se aclara prácticamente nada respecto a la diferenciación entre los distintos modos de promoción de las artes. En la práctica totalidad de los casos, se limitan a constatar que tal o cual obra se ha hecho bajo sus expensas, a su costa o por su donativo. Se hace necesario, por tanto, que el historiador del arte extraiga conclusiones tras el estudio de la abundante documentación y clasifique los distintos tipos de promoción de las artes, a la luz de las relaciones entre el artista y el cliente y los gustos de éste último.

En líneas generales, aún se sigue considerando que cualquier relación entre el que encarga y el artista es mecenazgo, dejando de lado todas las cuestiones que afectan al tipo de contacto entre ambos, cliente y artífice; a los motivos que llevan a alguien a encargar una obra; a la posibilidad de que exista un cierto gusto

o algún tipo de preparación por parte de quien encarga obras. Sencillamente, un estudio tras otro se limitan a presentar una documentación según la cual un personaje destacado, sin saber por qué, encarga una serie más o menos importante de obras a uno o varios artistas, sin que tampoco se mencione si existe una elección consciente de ese artista.

Con la palabra promotor podemos denominar a quien promueve, incluso al que financia o el que consigue los medios de financiación; en definitiva, al que gestiona algo en aras a la realización de una obra. Es un término amplio que no excluye y lleva implícita una idea de iniciativa, por lo que podemos incluir gran parte de las donaciones, tan abundantes en el periodo, del mismo modo que permite decir de algunos promotores que se constituyen en mecenas.

El vocablo patrón o patrono se utiliza con un claro sentido en la documentación de la época aludiendo al que ostenta patronato (*iure proprio patronus*). Implica superioridad (moral, de autoridad...) y protección y es perfectamente aplicable a aquellos nobles, eclesiásticos o instituciones que gozaron de derecho de patronato sobre edificios de la iglesia. El patronato tuvo su origen en el reconocimiento por parte de la Iglesia a un particular, noble, pueblo o institución de una serie de derechos que también lleva consigo unas obligaciones contractuales. Por lo general, se instituía en el mismo momento de la construcción del edificio. Entre los derechos del patrono figuraban la presentación de cargos eclesiásticos, preferencias o precedencias en los momentos de la incensación, ofrenda o paz y derecho de colocación de escudos nobiliarios en paredes y retablos. Las obligaciones se centraban en la tutela y la vigilancia de la disciplina eclesiástica, así como del edificio y su exorno.

La labor de promoción desarrollada por los reyes y reinas, obispos y cabildos eclesiásticos, instituciones civiles así como personajes navarros que ocuparon puestos destacados en la Corte de Madrid o en América y que amasaron elevadas fortunas es analizada y valorada en este libro que espero sea interesante para nuestros lectores.

De esta manera, la Cátedra contribuye por medio de la investigación a un mejor conocimiento del patrimonio navarro actualizado por nuevos enfoques y enriquecido por nuevas perspectivas.

María Concepción García Gaínza
Directora de la Cátedra de Patrimonio y Arte Navarro
Universidad de Navarra