



Políticas culturales en la Argentina: mecenazgo y rol del Estado

Santiago Lima

(Universidad Nacional de Tres de Febrero)

Intervenir políticamente en la cultura, o sea hacer políticas culturales, es una materia compleja y delicada. Es como zurcir el mar con una aguja.
(José Joaquín Brunner, 1988)

Resurgimiento del Mecenazgo

La palabra *mecenas* hace referencia a aquella persona que, por contar con los recursos económicos suficientes, toma bajo su protección a un artista o científico para permitirle realizar su tarea y beneficiarse con ella de algún modo más o menos directo. El mecenazgo es entonces el establecimiento de este lazo que podría, en ciertos aspectos, ser comparado con la relación de vasallaje que existía en la Edad Media. Recibe su nombre del noble romano Cayo Cilnio Mecenas, consejero de César Augusto, que otorgó generosamente protección a artistas contemporáneos suyos.¹

Si bien el mecenazgo existió a lo largo de toda la historia -y sigue existiendo-, cuando hablamos de individuos con poder económico que estimulan la investigación científica o el desarrollo artístico. Este fenómeno fue muy característico del Renacimiento, en que muchos burgueses y aristócratas (principalmente de las florecientes ciudades de Italia) buscaban ser retratados en su importancia y magnificencia en un período en el que la representación de Dios y de los elementos cristianos había perdido centralidad. Gracias a la acción y aporte económico de los mecenas, quienes convocaban y pagaban a los artistas, el Renacimiento se convirtió en un de los períodos de más alto crecimiento artístico y cultural.

¹ Alejandro Tello Nerio Ravassi, "Roma: El Teatro como instrumento político", *Historia del Teatro Para Principiantes: Desde sus orígenes hasta el siglo XXI*; Buenos Aires, Argentina, Longseller; p. 22.



Los Médici, una importante y famosa familia proveniente de Florencia, son quizás la figura emblemática del mecenazgo renacentista, bajo cuya protección trabajaron numerosos artistas que luego serían mundialmente reconocidos por su talento.

A diferencia de este período, el actual Mecenazgo es una forma de financiar las actividades culturales a través de un régimen de incentivo fiscal, que en la Ciudad de Buenos Aires se denomina "Régimen de Promoción Cultural" y que consiste en la posibilidad de que los contribuyentes pueden destinar parte del pago del Impuesto Sobre los Ingresos Brutos a apoyar Proyectos Culturales.² De este modo, Personas jurídicas, entidades, titulares de los proyectos artistas u organizaciones sin fines de lucro, con domicilio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o que desarrollen la actividad objeto del proyecto en dicha jurisdicción, pueden presentar ante el Ministerio de Cultura sus propuestas, las cuales son evaluadas por el Consejo de Promoción Cultural.

Los proyectos pueden estar relacionados con la investigación, capacitación, difusión, creación y producción en las diferentes áreas del arte y la cultura, tales como artes audiovisuales, danza, teatro, circo, murga y mímica, literatura, artes visuales, artesanías, arte popular y diseño, música académica y popular, patrimonio cultural y publicaciones, radio, televisión y sitios de internet con contenido artístico y cultural. Es decir, el concepto de mecenazgo cultural incorpora hoy la idea de participación social en la conservación y el enriquecimiento del Patrimonio Histórico.

El mecanismo de patrocinio establece que los contribuyentes inscriptos en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos pueden aportar directamente a proyectos culturales a través del Mecenazgo. Quienes están adheridos al Régimen Simplificado podrán aportar el 100 % del monto de las cuotas que restan pagar hasta el fin del año calendario en el que se realiza el aporte. El resto de los contribuyentes puede aportar hasta el 2 % de lo pagado el año anterior en concepto de Impuesto Sobre los Ingresos Brutos.³ Para realizar aportes, los contribuyentes deben ingresar con su clave fiscal a la página Web de la AGIP

² Información disponible en la Oficina de Mecenazgo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/mecenazgo>

³ Por ejemplo: Si una empresa pagó \$ 50.000 en 2008 en concepto de Ingresos Brutos, en 2009 puede destinar a proyectos culturales \$ 1.000, sin importar en qué momento del año haga el aporte.



(Mecenazgo). Allí se les solicitan algunos datos, y luego pueden seleccionar directamente el proyecto al cual quieren aportar de la lista de proyectos aprobados. Los responsables de cada proyecto tienen la obligación de utilizar el dinero para la realización del proyecto presentado. Una vez cumplido el mismo, presentan una rendición de gastos y una memoria de proyecto al Ministerio de Cultura.

El responsable del funcionamiento cotidiano de este régimen de mecenazgo es el Consejo de Promoción Cultural de la Ciudad, bajo la supervisión del Ministerio de Cultura. De los seis miembros permanentes que integran este Consejo, tres elegidos por el Jefe de Gobierno y otros tres seleccionados por la Comisión de Cultura de la Legislatura. Su función consiste en evaluar el interés cultural de los proyectos presentados, aprobándolos o rechazándolos. Actualmente, las personas elegidas por el Poder Ejecutivo para integrar el Consejo son la librera Natu Poblet, dueña de la librería Clásica y Moderna, en calidad de Presidenta del Consejo; la coleccionista Marion Eppinger y el ex subsecretario de Gestión Cultural, Pablo Batalla. Mientras que los miembros designados por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires son Facundo de Almeida, Pedro Delheye y Lula Álvarez.

Por otra parte, existe, también, un cuerpo de Consejeros formado por figuras con reconocimiento dentro del campo específico de la expresión artística. Entre ellos se encuentran, por Danza: Ana Kamien, Mauricio Wainrot y Olga Ferri; por Teatro, Circo, Murga, Mímica y Afines: Ángel Elizondo, Claudio Yomaiel, Ernesto Schoo, Guillermo de la Torre y Roberto Perinelli; por Literatura: Ana María Shua, Jorge Lafforgue y Santiago Kovadloff.

En el año 2009 hubo una única convocatoria, de tres programadas, muy prolífica. De ésta se aprobaron 174 proyectos, de los cuales 25 están asociados al discurso teatral. Al respecto, es interesante rescatar que solamente se habían presentado 51 proyectos, lo que significaría que la mitad logró ser considerado de interés cultural para la Ciudad de Buenos Aires. En el general no se mantiene esta proporción dado que suele ser muy inferior la cantidad de proyectos aprobados en relación con los presentados.

Respecto a la adjudicación de los subsidios y sus respectivos porcentajes, dado que son los beneficiarios quienes deben entablar, por su cuenta, la relación con el benefactor y realizar los trámites *online* en la página de la AGIP, la obtención



de datos se vuelve un tanto confusa. Aún así, se conoce que son 17 los proyectos que ya han obtenido más del 80% del monto.⁴

La primera convocatoria para presentación de proyectos se llevó a cabo entre el 19 y el 30 de abril, de la cual aún no hay datos concretos.

En la Argentina, como seguramente sucedió en gran parte del mundo, la Ley de Mecenazgo significó una de las políticas culturales más importantes de los últimos años y, a la vez, sumamente controvertida y repudiada por diversos actores de la producción artística y cultural, sobre todo en estos momentos en que falta solo media sanción cameral para obtener una ley que sea nacional. Algunos sectores aseguran que

se trata de un proyecto de gran importancia porque establece la creación de un marco legal para incentivar las inversiones en proyectos, programas de desarrollo, capacitación y acciones culturales, tal como sucede en otras partes del mundo.⁵

En oposición, otros opinan que una ley dirigida solamente a grandes emprendimientos culturales o termina por implicar un esfuerzo inmenso, para los titulares de proyectos de menor escala, a la hora de obtener los recursos que, muchas veces, no acaban por acreditarse y, otras veces, trasmuta al interesado en "sabueso del AGIP" (o al menos así suelen sentirlo). Al respecto, Juan Manuel Bordón señala que:

Una vez que los proyectos seleccionados abren sus cuentas en el Banco Ciudad -cuentas cuyos fondos los titulares no pueden tocar hasta reunir el 80 por ciento del total solicitado-, los responsables de cada proyecto tienen dos años para atraer a esos "mecenazgos". Si no llegan al 80 en ese plazo o no recaudan nada en los primeros tres meses, el proyecto se da de baja. En ese aspecto, también arranca la confusión.⁶

Por último, es cierto que la actualidad del *mecenazgo* es compleja, pero también así ha sido siempre la tarea del diseño y la aplicación de políticas culturales, considerada muchas veces quimérica. Por esta razón, propongo un breve análisis acerca de las Políticas Culturales, principalmente en nuestro país, a fin de aportar una base sobre el cuál evaluar los alcances y efectos de esta ley.

⁴ Datos ofrecidos por la Oficina de Mecenazgo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

⁵ "A un paso de tener una Ley de Mecenazgo", en http://www.guiacultural.com/guia_regional/regional/argentina/ley_de_mecenazgo_.htm

⁶ Juan Manuel Bordón, "Sigue la confusión en torno de la Ley de Mecenazgo de la Ciudad", *Revista Ñ*, Buenos Aires, 10 de marzo de 2010.

Acercamiento a las Políticas Culturales

La Política Cultural puede ser definida como toda acción promovida por el Estado, en el sentido más estricto, y cualquier organización civil, en el sentido más amplio, a fin de producir un valor simbólico, tendiente a generar consenso, cubrir necesidades culturales y reforzar la identidad.

Esta concepción parece tener su génesis en el Renacimiento francés, como fruto de una preocupación constante de los poderes monárquicos o republicanos de acaparar, en nombre de la mística nacional, la protección de un patrimonio artístico, de animar su avance. También es el origen de una idea de responsabilidad política, jurídica y administrativa de los poderes públicos en el campo de las artes y de la creación.⁷

Fue Maquiavelo quien, en su obra *El Príncipe*, recomendaba a la monarquía que se revelara amante de la virtud y honrara a quienes se distinguieran en las artes y/o tratasen por cualquier medio de engrandecer la ciudad o el Estado.

Sin duda alguna, la puesta en marcha de Políticas Culturales conlleva al refuerzo de la identidad y del proyecto nacional y genera una fuerza unificadora única. De esta forma, es imposible proyectar el desarrollo de un país, por caso particular la Argentina, sin no existe un compromiso concreto en el impulso de la producción artístico-cultural. Seguramente esta gnosis estaba presente en el gobierno de Juan D. Perón, que hizo de la cultura y, en especial, de la producción teatral fuertes herramientas para lograr el consenso, la conciencia de clases, el reconocimiento nacional y la democratización de los espacios de participación, entre otros objetivos. Si bien sería necesario hacer referencia a los desarrollos culturales de las décadas del 40 y 50, período del que existe ya material suficiente, simplemente brindaremos un ejemplo cercano.

La socióloga Ana Wortman explica de este modo uno de los objetivos más importantes de las políticas culturales en Latinoamérica:

⁷ Eduardo Nivón Bolán, "La política cultura: una diversidad de sentidos", en *La política Cultural, temas, problemas y oportunidades*; México, Colecciones Intersecciones, CONACULTA, 2006; págs. 50-64.



...las políticas culturales en los setenta y ochenta en América Latina consistía en revalorizar identidades. En general se entendía por identidades a las identidades étnicas, las diferencias culturales, frente a cierto discurso cultural que consideraba jerárquicamente los bienes simbólicos de estéticas occidentales.⁸

Así lo muestra el documento final de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, *Mundiacult*, realizada en México en julio y agosto de 1982, donde se establece la identidad como:

el ámbito en que la cultura es vivida con subjetividad, en que la colectividad se piensa como sujeto. Si el patrimonio cultural contiene todo aquello que una cultura ha producido y continúa produciendo, la identidad cultural contiene, en potencia, todo lo que ésta es susceptible de producir... es el principio dinámico en virtud del cual la sociedad, apoyándose en su pasado, nutriéndose de sus propias virtualidades y acogiendo selectivamente los eventuales aportes exteriores, prosigue el proceso incesante de su propia creación.⁹

De esta forma, establecida la imposibilidad de separar la idea de cultura de la de identidad -entendiendo por tal no algo hermético u homogéneo, sino una construcción histórica a partir del reconocimiento de lo diverso, lo plural, lo heterogéneo- la preservación y promoción de la identidad cultural se convierte en el objetivo central de todas las políticas.

Política y Cultura de los 60 a la actualidad

La década del 60 está caracterizada por una gran actividad cultural, la formación de movimientos afines y la conexión entre lo artístico y lo social.

En esos años se configura una institucionalidad cultural, no sólo de en Argentina, sino también en gran parte de Latinoamérica, inspirada, por un lado, en

⁸ Ana Wortman, "El desafío de las políticas culturales en la Argentina", en D. Mato (comp.), *Cultura, política y sociedad*; Buenos Aires, Ediciones CLACSO, 2005; p. 208. En nuestro país, la cuestión de las identidades étnicas es una tarea que, a diferencia de la mayoría de los países de Latinoamérica, resultaba difícil y, muchas veces, contradictoria. La Argentina es el resultado, por un lado, del desplazamiento y exterminio de indígenas y, por el otro, de importantes afluentes inmigratorios correspondientes a diferentes momentos de su historia. El problema, aún hoy no resuelto, se complica al agregarse nuevas migraciones: poblaciones provenientes del sudeste asiático, de Europa del este, de los Balcanes y de países limítrofes al nuestro.

⁹ *Informe final de Mundiacult*; París, noviembre de 1982; p. 184.



el modelo económico basado en la sustitución de importaciones y la protección económica, y, por otro lado, en el del Ministerio de Cultura Francés y en el discurso de André Malraux¹⁰.

En nuestro país, una especie de racionalidad administrativa llevó a agrupar las bibliotecas, archivos, teatros, museos, conservatorios y otros espacios menores donde se generase arte y cultura bajo la protección de un organismo coordinador dependiente del Ministerio de Educación.¹¹ Sin embargo, treinta años después, el proteccionismo estatal es desplazado por un nuevo paradigma, el de la libertad de mercados. Los servicios básicos pasan a manos privadas y el Estado se reduce a la mínima expresión, de la que la institucionalidad cultural no queda exenta.

La cultura, que en los 60 se caracterizaba por un sentido asociado a la acción, tiene hoy clara una dinámica de consumo, sobre todo de nuevas tecnologías y de información. Es necesario establecer que entendemos por *información* un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Los datos se perciben, se integran y generan la información necesaria para producir el conocimiento que es el que finalmente permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas. De esta forma, nuestro conocimiento y nuestro accionar se ve fuertemente influido por la información que producen los medios de comunicación, los cuales condicionan la generación y consumo cultural. Por supuesto, esta concepción supone la inexistencia de cualquier tipo de *objetividad* posible: el reconocimiento del poder de configuración cultural plantea un debate, no sólo en Argentina, sino también en el resto de los países, acerca del rol de los medios de comunicación, su regulación y

¹⁰ En la vida de André Malraux (París, 1901-Créteil, 1976), personaje representativo de la cultura francesa, se confunden los elementos novelados del escritor con la expresión del hombre público, la propaganda del político y la realidad de los hechos históricos que vivió. Lo realmente importante es que en febrero de 1959 Charles De Gaulle por propuesta de Malraux creó el Ministerio de Asuntos Culturales. El 26 de julio de 1959, el *Journal Oficial* describe la relevancia de esta creación: "El Ministerio de Asuntos Culturales tiene como misión hacer que las obras maestras más grandiosas de la humanidad, y en especial las de Francia, estén al alcance del mayor número posible de franceses, llegar al mayor público posible con nuestro legado cultural y promover la creación de obras de arte y el intelecto que lo enriquezcan aún más". (en Hernán Lebovics, *La misión de Malraux. Salvar la cultura francesa de las fábricas de sueños*, Buenos Aires, Eudeba, 2000, p. 122)

¹¹ Sobre este tema se pueden encontrar más detalles en José Luis Mejía Arango, "Apuntes sobre las políticas culturales en América Latina (1987/2009)", en *Pensamiento Iberoamericano*, Segunda Época, n° 4, 2009.



su democratización (muchos son parte de grandes conglomerados económicos y, en algunos países, poseen una estructura monopólica).

La globalización produce un cambio radical en el imaginario social y cultural, condicionando el modo de apropiación de los bienes, en particular, artísticos. Por ejemplo, la televisión, espacio masivo y masificador por excelencia, termina por ganarle terreno al lenguaje teatral, al punto de insertar su discurso, cada vez con mayor participación y frecuencia, en el espacio destinado al discurso dramático; el público va en busca de una experiencia de mayor intimidad con las figuras, *estrellas televisivas*, de su programa predilecto. De esta forma, queda rezagada la argumentación en pos del *espectáculo*. Similares fenómenos aparecen en el campo literario respecto al cambio en el estilo de consumo: las figuras del librero y de la librería tradicional se ven suplantadas por las cadenas de librerías, o peor aún, estaciones de servicio y supermercados que exponen novedades, y por escritores (ahora marcas) de *best sellers*. Así también desaparecen los catálogos y los clásicos corren constantemente el riesgo de dejar de ser editados. El libro ya no perdura en el tiempo, tiene la vida deslumbrante y corta de la mariposa. Horacio Zabaljáuregui describe a las librerías como "albergues transitorios de novedades y, a los libros con fecha de vencimiento, como si fueran productos lácteos".¹²

Para una mejor comprensión de los procesos culturales e identitarios es necesario, también, reconocer el proceso de concentración mediática que se desarrolló en Argentina en los últimos veinte años, como resultado de los altos niveles de consumo cultural y las facilidades que brinda neoliberalismo para que se sucedan grandes transacciones comerciales.¹³

Por otra parte, a pesar de la exitosa configuración de esta nueva cultura hegemónica, homogeneizadora, la del consumo, apoyada en las nuevas tecnologías (Internet, televisión por cable, etc.), siguen generándose formas de cultura con identidad propia, de raigambre social, como la murga, el teatro callejero, el teatro

¹² Horacio Zabaljáuregui, en Malena Botto, "1990-2000. La concentración y la polarización de la industria editorial", *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1980-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006; p. 215.

¹³ Ana Wortman, "Procesos e imaginarios de la globalización cultural en la Argentina: entre el consumo y la exclusión social", en *La (indi) gestión cultural*; Buenos Aires, Ediciones Ciccus-La crujía, 2002; p. 173-190.



con forma de circo y otras expresiones que se dan lugar en espacios alternativos y que encuentran la posibilidad de autosustentarse.¹⁴

Pero, dentro de esta lógica de mercado, la citada Ana Wortman señala nuevos interrogantes:

¿Qué hacemos con aquello que no es industria? ¿Qué hacemos con la experimentación, las escuelas de arte, todo aquello que no es rentable, que no tiene lugar en el mercado, que no genera ganancias...?¹⁵

Todas estas preguntas deben encontrar respuestas en el diseño de nuevas políticas culturales que lleven a entender a todas las expresiones artísticas y culturales en términos políticos. Para esto será necesario reformular la función del Estado moderno, hoy interesado en propiciar las condiciones favorables para el desarrollo del libre mercado y en la aplicación de recetas económicas fundadas en el control del gasto y la regulación del déficit fiscal.

El Estado: desafíos de una nueva política cultural

Los Estados se encuentran hoy insertos en un mundo globalizado, de hegemonía neoliberal, sumergidos en la libertad de mercados. Este sistema propone el retraimiento del Estado, al punto de no participar ni propiciar las condiciones para la producción y el apropiamiento de la cultura. La excusa es impedir que las libertades de pensamiento, de expresión y de acción se vean condicionadas o coartadas por el poder estatal. De esta forma, la cultura se vive individualmente y ya no socialmente; todos compartimos el espacio sin participar en su construcción. Para graficar la posición de estos Estados actuales, el politólogo José Luis Mejía Arango utiliza una frase de un presidente de los años 90: "la ausencia de política cultural del gobierno, es la política".¹⁶

¹⁴ Se puede tomar como ejemplo la experiencia fundamental del grupo Catalinas Sur del barrio de la Boca.

¹⁵ Ana Wortman, "El desafío", ob. cit.; p. 211.

¹⁶ Juan Luis Mejía Arango, ob. cit.; p. 114.



En 1998, la UNESCO publicó el informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (declaración de Estocolmo), titulado *Nuestra diversidad Creativa* y conocido como Informe Pérez de Cuellar, con el objetivo de promover el accionar cultural para el desarrollo de los países. El trabajo plantea desarrollo cultura como un factor importante de la economía y remarca el impacto que tienen las industrias culturales. De esta forma, este informe se adapta a la constante de entender todos los factores y fenómenos sociales en términos financieros, relegando cualquier otra interpretación posible, suponiendo así que el desarrollo es sólo desarrollo económico. Ciertamente existen quienes consideran que estos estudios son positivos en la medida en que le otorgan peso específico a la cultura dentro de la economía. Por nuestra parte, consideramos en cambio que la cultura queda circunscripta dentro de la economía como una mercancía más, otorgándole al mercado el poder de regular las relaciones entre artistas y productores. Este argumento sirve también de excusa a los Estados para sustraerse de sus obligaciones presupuestales respecto de la producción cultural. Sobre este fenómeno, José Luís Mejía Arango dice:

Mientras las constituciones reconocen que la cultura es “fundamento de la nación”, mientras los movimientos sociales reivindican el papel fundamental de la cultura, mientras los documentos internacionales definen a la cultura como “el fin último del desarrollo” (informe Pérez Cuellar), la institucionalidad cultural se ve debilitada económica, conceptual y políticamente.¹⁷

Este escenario es el más propicio para la reaparición de la idea de *mecenazgo*, proyectos de ley, de estímulo tributario, para el desarrollo de la cultura que se debaten en todas las latitudes del globo. En la Argentina, la ley de mecenazgo de alcance nacional ha obtenido ya media sanción. Para entender sus potenciales efectos es ineficiente tomar la experiencia de la aplicación en la Ciudad de Buenos Aires, aunque seguramente algunos se repitan, como ser el predominio de los proyectos de Alta Cultura y empresas patrocinantes de gran envergadura¹⁸,

¹⁷ Juan Luis Mejía Arango, ob. cit.; p. 113.

¹⁸ La fundación YPF. ha sido el gran patrocinador de la mayoría de los proyectos, en forma avasallante.



por lo que proponemos tomar como referencia la experiencia de Brasil con la aplicación de una ley muy similar, a Ley 8.313/91 o Ley Rouanet.¹⁹

En Brasil, la aplicación de esta ley ha fortalecido las expresiones de alta cultura (ópera, ballet, música clásica) en detrimento de las manifestaciones populares y ha profundizado los desequilibrios regionales y las desigualdades sociales, debido a la concentración de capitales en la zona que conforma el triángulo de São Paulo, Rio de Janeiro y Belo Horizonte. En este sentido, nuestro país también tiene una concentración del capital similar, al menos podemos hablar de provincias con una economía perceptiblemente más fuerte que la de las otras, por lo cual se estará favoreciendo la producción cultural de forma inequitativa.

Esta situación difícilmente se daría si el Estado, recaudador de impuestos, decidiera asignar fondos al impulso de la creación artística, asumiendo el protagonismo en la generación de cultura. De ninguna forma esto impediría que los capitales privados participen voluntariamente en el financiamiento de la actividad artística, ya sea por afinidad con los creadores o como estrategia de imagen, aspectos que quedan fuera de toda discusión, permitiendo una libre relación entre los agentes que no signifique dependencia.

Por último, quisiéramos aclarar que si bien nuestro análisis que pretende dar un panorama de un fenómeno o problemática, creemos necesario reconocer que, más allá de todas las discusiones y de las diferentes posiciones sobre el tema, se verifica una presencia, aunque acotada, del Estado en el fomento de la producción cultural. Son ejemplos de esto la existencia de organismos como el Instituto para la Protección y Fomento de la Actividad Teatral no Oficial de la Ciudad de Buenos Aires (PROTEATRO) y el Instituto PRODANZA, el cual otorga subsidios con el objeto de propiciar, fomentar y proteger la actividad de la danza no oficial también en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

Otro aspecto es reconocer que la globalización no sólo ha producido efectos negativos, sino que también ha dado origen a formas de cooperación cultural, como en el caso del teatro con el Fondo Iberoamericano de ayuda *Iberescena*, creado en noviembre de 2006, sobre la base de las decisiones adoptadas por la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Montevideo

¹⁹ Nombre de su autor, Sergio Rouanet, entonces Secretario de Cultura de Brasil.



(Uruguay), relativas a la ejecución de un programa de fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas. También aparece la Red Informal de Políticas Culturales (RIPC), surgida por iniciativa del ministerio de Patrimonio Canadiense. Juan Luís Mejía Arango define de este modo la tarea de la RIPC:

Uno de los temas centrales del debate en el RIPC era la llamada excepción cultural, medida tendiente a proteger las industrias y mercados culturales de las tendencias globalizadoras que tienden a monopolizar los mercados y, por tanto, homogeneizar los consumos culturales en contravía de los procesos identitarios nacionales y regionales.²⁰

En conclusión: en este siglo, donde los nuevos estados modernos son el resultado de una reconfiguración basada en el reconocimiento de la diversidad, lo multiétnico, lo pluricultural, lo plurinacional y lo intercultural, el fomento de la vida cultural debe ocupar un papel central dentro de las funciones de un Estado que no entienda como una opción delegar la gestión en manos de un *mecenazgo*, más o menos ilustrado, que entienda al arte como una mercancía u como posibilidad e beneficios económicos.

santiago_zl@yahoo.com.ar

Abstract:

The implementation of patronage as the law raises a discussion about the role the state should take in promoting art and culture against a global scenario that turns everything into merchandise and values all production for its economic performance.

Palabras Claves: Mecenazgo – Política - Cultura - Arte – Estado

Keywords: Sponsorship - Politics - Culture - Art - State

²⁰ Juan Luis Mejía Arango, ob. cit.; p. 126.