

EL PATRIMONIO CULTURAL: REFLEXIONES SOBRE SU TRATAMIENTO EN CUESTIONES DE MECENAZGO Y PATROCINIO

M^a Carmen Sánchez del Peral López

El mecenazgo en materia de cultura es un concepto “nuevo” en nuestro entorno, para la mentalidad de nuestro ámbito, en el cual y por desgracia, el que se dedique dinero y el que se hable de “finanzas” respecto a lo cultural no está ni arraigado ni bien visto. La rentabilidad del Patrimonio Cultural debería ser un objetivo económico a tener en cuenta por parte de todos, y sin embargo siguen existiendo quienes opinan que es muy frío hablar en términos económicos de los elementos integrantes de nuestra herencia cultural. Nada más lejos de la realidad puesto que, bien pensado y dejando a un lado consideraciones en exceso románticas, veremos que si se lograra la autofinanciación y el desarrollo sostenible de dichos elementos podríamos salvar a muchos de ellos de una pérdida lamentable o de un deterioro irreversible, o de muy difícil y costosa subsanación.

Un papel fundamental en la función de ayuda al sostenimiento de nuestro legado cultural lo tendrían el mecenazgo y la esponsorización o patrocinio. Y digo “tendrían”, y no “tienen”, porque la triste realidad es que no se les concede la suficiente importancia ni se les potencia en demasía.

Podemos empezar por definir y diferenciar los conceptos de mecenazgo y patrocinio: “En la apreciación general, el Mecenazgo se distingue de la esponsorización porque el primero se realiza con cierto ánimo de gratuidad, mientras la segunda persigue recuperar lo invertido mediante la publicidad”. El mecenazgo cultural *se basa en la apreciación de que un cliente potencial se decidirá a comprar un producto o a utilizar los servicios de aquella empresa que presente mejor una imagen de pureza y servicio a la sociedad.*¹ En los tiempos de los grandes mecenas en la Italia de los Medici, *la munificencia hacia los artistas era un modo de crear una corriente de comunicación, para obtener un consenso popular favorable*². Hoy en día, ¿por qué vamos a pensar que es algo pernicioso que alguien haga de mecenas de otro y saque provecho de ello a niveles de prestigio en el mercado y ante la sociedad? No es nada desconocido, precisamente llegó a sus más altas cotas en una época en que, gracias precisamente al mecenazgo, vieron la luz algunas de las más gloriosas obras de arte que han creado los seres humanos. En lo social existen unas interacciones fortísimas, todo influye en todo; la sociedad, la economía, la legislación, etc., todo se ve claramente interrelacionado. *El mecenazgo está alimentado por el estímulo y el deber de socialización de una*

¹ CAMPILLO GARRIGÓS, Rosa, *La Gestión y el gestor del Patrimonio Cultural*, Murcia, 1998, p.128

² Íbidem

*parte de los beneficios, tratando de devolver a la sociedad algo de lo que ella ha dado. Una ayuda al crecimiento cultural de un pueblo, en cuyo espacio actúa cualquier entidad, es una contribución al crecimiento mismo de esa entidad*³. Las entidades interesadas en invertir en Patrimonio Cultural no deben perder de vista en ningún momento que es deseable, a todos los efectos, una grandeza intelectual y no una mera ganancia estrictamente lucrativa y a corto plazo. Es muy normal que las empresas que sponsorizan quieran ver fruto y traducción en sus arcas de un esfuerzo económico realizado en aras de la cultura, pero merecería la pena que mirasen también, o principalmente, si lo que han cedido ha producido unos efectos benéficos para el objeto cultural sponsorizado.

Según estudios realizados por encargo del Ministerio de Cultura años atrás, se vio que los patrocinadores españoles prefieren hacer de mecenas del deporte a serlo de otras manifestaciones culturales, y las multinacionales extranjeras que desarrollan sus actividades en España manifiestan más interés por los programas de patrocinio cultural que las españolas. Esto es harto preocupante, porque denota por un lado que no se tiene la suficiente sensibilidad hacia los asuntos culturales y por otro que, con toda probabilidad, los incentivos fiscales y la legislación no son todo lo favorables que sería preciso. Un 52% de las empresas españolas no se ha planteado la posibilidad de ejercer el patrocinio en cultura ni siquiera en el futuro y un 55'7 % de los empresarios considera que la fiscalidad en España es desfavorable para quienes quieren invertir en cultura.⁴

Con respecto a la legislación de nuestro país, hay que decir que por desgracia es más restrictiva que incentivadora en materia de Patrimonio Cultural. La Constitución de 1978, en sus artículos 44 y 46, recoge la idea de la obligación de conservación y enriquecimiento del Patrimonio Histórico y Cultural. El desarrollo de este mandato lo lleva a cabo la Ley de Patrimonio Histórico Español y su Reglamento de 1986. La legislación recoge la necesidad de colaboración entre poderes públicos y privados, entre el Estado y la sociedad para salvaguardar y enriquecer el Patrimonio Histórico, el cual debe verse siempre con una idea traspasada y suprapartidista, para hacerlo llegar en las mejores condiciones posibles a las generaciones venideras. La experiencia demuestra que las normas puramente intervencionistas o prohibitivas no han dado resultado en ningún sitio. Quien mejor ha definido el estado de la cuestión es Álvarez Álvarez, exponiéndolo de la siguiente manera: *La única forma de salvar y promover nuestro Patrimonio es despertar y ordenar las fuerzas de la sociedad. Un Patrimonio mobiliario e inmobiliario tan inmenso como el español sólo se puede conservar si la sociedad se incorpora a él y si él se incorpora a la sociedad para su uso. ... para lograr esa incorporación a la sociedad, los medios más eficaces son ...: a) una política fiscal que favorezca la tenencia y adquisición de esos bienes y la inversión en ellos; b) una promoción del*

³ Íbidem, p. 129

⁴ CAMPILLO GARRIGÓS, ROSA, *La gestión y el gestor del Patrimonio Cultural*, Murcia 1998, p. 129

*mecenazgo, no sólo de las personas físicas, sino sobre todo de las personas jurídicas; y c) una política de ayudas y créditos para la conservación y utilización de esos bienes, de promover las iniciativas sociales y la eliminación de la persecución de los titulares de esos bienes presentándoles como privilegiados, cuando son colaboradores del Estado y de la comunidad*⁵. La política fiscal favorable se ha demostrado que, lejos de costarle un esfuerzo económico al Estado ha redundado en el beneficio de todos, revelándose como el elemento más dinámico y eficaz para luchar contra la degradación y el abandono de los inmuebles históricos y fomentar la conservación del Patrimonio. En cuanto a la promoción del mecenazgo, ha de decirse que es una de las líneas de defensa del Patrimonio que se han demostrado más útiles. El mecenazgo es la colaboración y participación de la sociedad en la tarea de conservación y promoción del Legado Cultural. Es una idea que parte de los países anglosajones, en los cuales se ha desarrollado esta forma de participación al comprender tanto coleccionistas particulares, como fundaciones y empresas, el prestigio público que alcanzan con esas actividades.

En los artículos 70 (para las personas físicas) y 71 (para sociedades) de la Ley de Patrimonio Histórico Español de 1985, (en la cual y desde un punto de vista fiscal hubo grandes avances, pero no tantos como serían deseables), se limitan los beneficios fiscales a las inversiones realizadas en Bienes de Interés Cultural (BIC), y no en todos los restantes bienes del Patrimonio.

Los particulares podrán obtener una deducción en el pago del Impuesto sobre la Renta de la Personas Físicas que en ningún caso podrá sobrepasar el 30 % de la base imponible, por la adquisición, conservación, restauración, reparación, difusión y exposición de bienes declarados de interés cultural. De la misma forma, podrán obtener una deducción del 20 % (con un máximo de un 30% de la base imponible) cuando realicen donaciones de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español a favor del Estado y demás entes públicos, instituciones, asociaciones o fundaciones, declaradas de utilidad pública (art. 70 LPHE).

Las sociedades podrán asimismo obtener una deducción máxima de un 30% de la base imponible de lo que hayan dedicado a adquisición, restauración, conservación, etc. en bienes del PHE en el Impuesto sobre sociedades. En el mismo sentido se pronuncia el artículo 25 de la Ley de dicho impuesto al tratar sobre las bonificaciones sobre las cantidades que se destinen a estos menesteres. (art. 71 LPHE)

La Ley de Fundaciones e Incentivos fiscales (Ley 30/1994 de 24 de noviembre) es la que regula en la actualidad determinadas cuestiones del régimen de incentivos fiscales a la participación privada en actividades de interés general. En su exposición de motivos, esta ley ya reconoce la necesidad de estimular la iniciativa privada en la realización de actividades de interés general. Esta necesidad

⁵ ALVAREZ ALVAREZ, José Luis, *Estudios sobre el Patrimonio Histórico Español*, Madrid, 1989, p. 34

es ineludible dado que existe una dificultad por parte de los poderes públicos de atender plenamente este interés general. "Tanto una regulación actualizada sobre fundaciones como un régimen de incentivos fiscales a la participación privada en actividades de interés general, son soluciones a un mismo problema: dotar al campo de las actividades altruistas de una base jurídica fomentadora y ajustada a la actual demanda que la sociedad presenta" (Exposición de motivos I, Ley 30/1994). "En las sociedades democráticas desarrolladas constituye una realidad la participación, junto al sector público de personas entidades e instituciones privadas en la protección, el desarrollo y el estímulo de actividades de interés general, en las diversas manifestaciones que éstas pueden revestir, desde lo puramente benéfico y asistencial, hasta lo cultural y artístico" (Exposición de motivos VI, Ley 30/ 1994). Se alude a las actividades a las que se concede un régimen fiscal ventajoso entre las cuales figura la constitución de entidades que persigan fines educativos, culturales, etc.; En la participación e intervención directa de las empresas en la consecución de los fines se enmarcan medidas que encajan en el concepto general de mecenazgo, como la llamada "oferta de donación de obras de arte", y el tratamiento previsto para determinados gastos derivados de la realización de actividades de tipo cultural, entre otras. Dice el expositivo VIII de la Ley que "si importante es para los objetivos de esta ley la adecuada tipificación y ordenación de los beneficios fiscales, resulta igualmente trascendente la aportación que en este campo cumple la colaboración individual de muchas empresas y entidades en el desarrollo de los mismos fines". Esta colaboración más generalmente conocida como actuación de patrocinio o mecenazgo la desarrollan las disposiciones específicas del capítulo III del Título II.

Existe a su vez un Real Decreto de desarrollo de esta Ley, que es de fecha 5 de mayo de 1995, y que se estructura en tres capítulos:

El primero de ellos se dedica a los procedimientos precisos para el disfrute por las entidades sin fines lucrativos que cumplan los requisitos previstos en la Ley de los beneficios fiscales previstos en la misma.

El segundo, a los procedimientos necesarios para la deducibilidad por empresarios y profesionales, personas físicas y jurídicas, de las cantidades destinadas a la realización de actividades de interés general y de fomento de determinadas artes.

El tercero, a la comprobación de la ejecución de las actividades y programas prioritarios de mecenazgo.

Las "*entidades que sean titulares de participaciones mayoritarias en sociedades mercantiles*" deben acreditar ante el Ministerio de Hacienda su existencia, así como que ese hecho coadyuva al mejor cumplimiento de sus fines y no supone vulneración alguna de sus principios fundamentales.

El correspondiente escrito se ha de presentar ante el órgano de protectorado al mismo tiempo que se comunica dicha titularidad de las participaciones. Si se trata de "asociaciones de utilidad pública" el escrito se presentará ante el Ministerio del Interior, antes de que finalice el ejercicio en el que se desea que surta efectos.

El cumplimiento de los requisitos legales se acredita con la presentación de los siguientes documentos:

Documento fehaciente en el que conste la adquisición de la participación, el importe y la fecha de la misma.

Una memoria en la que se describa y justifique la contribución a los fines de interés general de las participaciones.

Justificación de los ingresos derivados de estas participaciones.

El órgano de protectorado o el Ministerio remiten dicha documentación en un plazo de tres meses al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Tributaria, acompañada de un informe de idoneidad.

Para disfrutar de los beneficios fiscales las "entidades sin fines lucrativos" se dirigirán a la Agencia Tributaria para acreditar su condición y presentar los documentos necesarios:

Certificación en la que se acredite su inscripción en el Registro correspondiente.

Memoria en la que se detalle el cumplimiento de los requisitos que especifica el artículo 42 de la Ley.

En el caso de las asociaciones declaradas de utilidad pública, copia de la notificación mediante la cual se otorgue tal calificación.

El reconocimiento de los beneficios fiscales surtirá efectos desde la fecha de la correspondiente comunicación.

Las entidades o instituciones que reciban las aportaciones como consecuencia de la inclusión expresa de las actividades que realicen como programas prioritarios de mecenazgo, están obligadas a remitir, al Ministerio competente por razón de la actividad realizada, una relación de las actividades financiadas en el ejercicio con cargo a dichas aportaciones, en un plazo de dos meses.

Las entidades que cumplan los requisitos exigidos por la Ley, gozarán de exención en el Impuesto sobre Sociedades por los resultados obtenidos en el ejercicio de actividades que constituyan su objeto social o finalidad específica, así como por los incrementos patrimoniales derivados tanto de adquisiciones como de transmisiones a título lucrativo (art. 48 de la Ley 30/1994).

El artículo 55. 2 de la Ley 40/1998 de 9 de diciembre del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, recoge las deducciones por inversiones y gastos realizados en Bienes de Interés Cultural. Tendrán derecho a deducción el 15% de las inversiones realizadas en la adquisición de bienes que estén inscritos en el Registro General de Bienes de Interés Cultural, siempre que el bien permanezca en el patrimonio del titular durante un periodo de tiempo no inferior a tres años y que se formalice la comunicación de la transmisión al citado Registro. Igualmente tendrán derecho a la deducción del 15% el importe de los gastos de conservación, reparación, restauración, difusión y exposición de los bienes que cumplan los requisitos establecidos. En estos casos la base de la deducción no podrá exceder del 10% de la base liquidable del contribuyente (art. 56).

La Ley reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (Ley 37/1992 de 28 de diciembre) establece en sus artículos 138 y siguientes el Régimen especial de los objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, los cuales tienen a estos efectos la consideración de bienes usados, por las entregas y adquisiciones intracomunitarias de los cuales los sujetos pasivos revendedores que hayan optado por este régimen especial tendrán una base imponible de un 30% de la contraprestación determinada con arreglo a la ley.

Como se puede observar, los trámites y los articulados son farragosos y no se dan demasiadas facilidades a las entidades que dedican su tiempo y su actividad a los fines de interés general y al mecenazgo. No se caracteriza la legislación española por la amplitud de miras en este aspecto. Lo más lógico y práctico sería que se diesen facilidades, tanto a nivel de beneficios como a nivel de plazos y simplificación de trámites, para que participaran y se implicaran con el mecenazgo cuantas más entidades mejor. *La política fiscal favorable ha demostrado en todos los países donde se ha puesto en marcha que no le cuesta nada al Estado, sino que redundo en su beneficio.*⁶

Un principio básico que debe inspirar toda la política fiscal de los bienes culturales es que los beneficios fiscales se establecen para fomentar el cumplimiento de los deberes y compensar las cargas que se les imponen; y esas cargas no son actos de liberalidad o privilegios concedidos por el legislador, sino derechos inherentes a esos bienes por su naturaleza.

Está precisamente en la naturaleza de esa clase de bienes la función social que la propiedad debe cumplir, sin que ello signifique una negativa a la titularidad privada, es la de devolver el efecto cultural y artístico a la sociedad de la que surgieron, y esto no puede producirse sin conservarlos y hacerlos visibles. De ahí la importancia del mecenazgo como elemento corrector de la imposibilidad del Estado y del sector público en general de atender a las necesidades de todos los bienes del acervo cultural. Hay que procurar que se den las condiciones necesarias para que los entes privados puedan desarrollar la faceta de colaboradores y benefactores del Patrimonio Cultural.

⁶ ALVAREZ ALVAREZ, José Luis, Op. Cit., p. 34

Ni qué decir tiene que el tema de la rentabilidad ocupa un lugar central en el planteamiento de los problemas que afectan a la moderna gestión del Patrimonio Cultural. La posibilidad de que exista una “economía de la cultura” es algo que debería tenerse en cuenta más seriamente. Es perfectamente factible que los bienes patrimoniales culturales se conviertan en una fuente de riqueza y desarrollo de los pueblos, un objetivo que se puede alcanzar mediante una gestión adecuada de los mismos. Tan sólo habría que pararse a meditar cómo se puede sacar un rendimiento económico que sea realmente respetuoso con unas fuentes de riqueza tan sumamente valiosas pero a las que no se puede ni se debe proteger de manera estática. Es la idea de dinamizar el Patrimonio Cultural la que debe prevalecer en la gestión entendida de manera avanzada. Hay que arriesgarse a presentar la gestión del Patrimonio como *un intento serio de conservarlo, promoverlo y enriquecerlo convirtiéndolo en rentable.*⁷

El hecho de que los bienes culturales tengan mayor reconocimiento económico repercute positivamente sobre los mismos procurando más ventajas que inconvenientes. Esta apreciación económica redundará en beneficio de la conservación y puesta en valor del Patrimonio Histórico y Cultural. Se libera al Estado de gastar parte de su presupuesto cultural en ayudar a esos bienes al asumirse esa acción por otras fuerzas sociales (particulares, empresas, fundaciones, etc.) con lo que ese presupuesto puede dedicarse a otros bienes que no tienen la posibilidad de hacerse más rentables, asegurando así el mantenimiento de la totalidad del Patrimonio Cultural.

Hay que dar lugar a que los particulares y sociedades se impliquen de manera constante, no ocasional, con la promoción y dinamización del Patrimonio. Eso se puede lograr, viniendo a reiterar las anteriores reflexiones, con una política cultural favorable a la participación mediante el mecenazgo y la esponsorización y aumentar las facilidades a los propietarios y poseedores privados de los bienes para que puedan hacer de ellos unos elementos culturales que se autofinancien y que puedan subsistir con la dignidad adecuada a su altísimo valor intrínseco y material. *La colaboración social se logra por tres vías fundamentales:*

Aumento del prestigio y la revalorización cultural del Patrimonio Histórico y Cultural.

Estimulando con prestigio y reconocimiento público a quienes colaboran en la conservación del Patrimonio.

*Con un trato fiscal favorable a los que dedican esfuerzos a estos fines.*⁸

En todo ello también es importante la Comunicación, la publicidad que se le pueda dar a todo lo concerniente al Patrimonio Histórico y Cultural, incluidas las facilidades y beneficios que pueden

⁷ CAMPILLO GARRIGÓS, Rosa, Op. Cit., p. 131

⁸ ALVAREZ ALVAREZ, J.L., Op. Cit., p. 648

derivarse de la participación en actividades de interés general en materia de cultura. Sería deseable que, por parte de los Organismos Públicos, se informase a los particulares personas físicas y jurídicas sobre las posibilidades de mecenazgo y patrocinio y sobre las ventajas que de ello se deriven. En una sociedad como la nuestra, en la era de las telecomunicaciones, parece increíble las pocas noticias y poca información con respecto al legado cultural que se emiten. Da la sensación de que es algo que no interesa, cuando la realidad es que el interés por estas cuestiones va creciendo y un país como el nuestro, en el cual gran parte del producto interior bruto deriva del turismo, no se puede permitir abandonar ni descuidar estas materias. La comunicación es fundamental para que se conozcan las implicaciones y las necesidades del Patrimonio Cultural, y para que éste se vea como algo propio, como algo que tiene mucho que decir en la sociedad. Sólo hay que darle la oportunidad de ser transmitido. *Comunicación y Cultura son dos conceptos inseparables... J. Aspers llegó a decir que "aquello que no se realiza en comunicación, no existe". Y eso es lo que ocurre con nuestro Patrimonio, que como no se le introduce en un programa de comunicación, no existe*⁹. Al final, hay que afirmar que conocemos lo que nos comunican y eso es lo que generalmente tenemos más presente. Lo que nos presentan en los medios de comunicación ejerce una poderosísima influencia en nosotros. La utilización de los medios de comunicación social sería otra manera positiva de dar a conocer la importancia del Patrimonio Cultural en todas sus amplias y ricas facetas, lo que conllevaría sin lugar a dudas su puesta en valor y la ayuda a su salvaguarda, conservación y enriquecimiento, y la concienciación necesaria para crear los cauces de una moderna economía de la cultura.

En el Patrocinio se dan una serie de principios que son sus líneas definatorias:

El *principio del beneficio mutuo*: patrocinador y patrocinado han de admitir sin reservas que ambas partes buscan un beneficio que cada una ha de cuantificar.

El *principio del realismo o de la complementariedad*: se ha de intentar conocer con realismo las características de ambas partes para evitar efectos indeseables, como por ejemplo distorsiones en el mensaje que se intenta transmitir.

El *principio de profesionalidad*: para gestionar eficazmente una entidad o un proyecto dedicado al mecenazgo de la cultura y concretamente del Patrimonio Histórico es necesario el dominio de las técnicas de gestión cultural.

El seguimiento de los mercados: Las entidades patrocinadoras han de esforzarse por descubrir lo excelente del mercado del sector de Patrimonio Cultural y valorarlo como se merece por su segura rentabilidad.

⁹ Íbidem, p. 131

La preparación de ofertas adecuadas tanto por los patrocinadores como por los interesados en ser patrocinados, han de presentar sus ofertas con la mejor preparación posible.

Comunicación y relaciones fluidas con los medios de prensa y relaciones públicas.

Ha de adoptarse el *principio de la paciencia*, porque normalmente en gestión cultural se obtienen resultados a largo plazo. *“Bien gestionadas, las empresas culturales que afectan al Patrimonio permanecen con los bienes patrocinados y son mucho más rentables”*¹⁰.

El *principio de reversión para la sociedad* es la esencia misma de la existencia del mecenazgo, y a su vez inspira igualmente el patrocinio de las entidades regionales para destinar los medios disponibles para promover las actividades culturales más características de la región y con mayor acogida popular. Aún respetando este criterio de territorialidad que a veces propugna el patrocinio de actividades populares en detrimento de la conservación y restauración de elementos integrantes del Patrimonio, hay que afirmar que *“el mecenazgo es un elemento corrector de la falta de criterios de mercado”*; *“el mecenazgo ofrece a las empresas la posibilidad de lanzar un mensaje distinto del meramente comercial”*. No se debe buscar en estos temas el beneficio a corto plazo, ni solamente el beneficio espiritual, y tampoco el meramente económico puesto que es perfectamente defendible la idea de que *“Las manifestaciones artísticas, la recuperación, conservación y restauración del Patrimonio no son inmediatamente monetizables, pero el prestigio es también a la larga rentable. Salvar nuestro Patrimonio y gestionarlo bien es un servicio a la sociedad que no sólo repercute en las dimensiones espirituales de la vida ciudadana, sino también en los aspectos económicos como son el empleo y el desarrollo regional”*¹¹. La puesta en valor de los bienes mediante su aprovechamiento o su cambio de uso, producen en las zonas donde los proyectos culturales se llevan a cabo, unos efectos benéficos innegables tanto en el aumento del empleo por la creación de puestos de trabajo estables como en la recuperación de los enclaves rurales, evitando así su abandono y los éxodos de población.

La idea que bien podría servir de conclusión a estas reflexiones sería la de que se debería generar una dinamización para que pueda incorporarse el Patrimonio Cultural a la sociedad, para que ésta lo viva como algo cercano. Se valora lo que se conoce bien. De esta forma, promocionando y comunicando la cultura, los particulares tendrían noción de los que significa y representa su legado histórico y cultural. Esto, a su vez tendría como consecuencia que se quisiera participar positivamente en el sostenimiento del mismo, lo que sería mucho más factible con una política de ayudas adecuada. La experiencia demuestra que los particulares están más dispuestos a dar

¹⁰ Íbidem, p. 134

¹¹ Íbidem, pp. 134 y 135

directamente para que se invierta en lo que ellos creen conveniente que en dar al Estado para que éste lo invierta después.

Una vez más reiterar la idea de que las políticas de fomento siempre han dado mejores resultados que las de restricción y prohibición. Promover lo positivo (estímulo y reconocimiento) siempre trae mejores resultados que imponer lo negativo (sanción o prohibición). Está comprobado que el Estado obtiene más remesas de la sociedad impulsando la colaboración con la cultura que gravando los bienes culturales. *“Es a través de este cambio de disposición de los ciudadanos como se puede modificar la situación del Patrimonio, y una Ley moderna lo tendría que conseguir a través de las medidas de fomento”¹².*

La *promoción del mecenazgo y del patrocinio* forman parte de esas medidas positivas de fomento que se deberían potenciar al máximo mediante una política fiscal favorable a todos aquellos, personas físicas y jurídicas, que estén interesados en apoyar de una u otra manera la promoción, conservación y enriquecimiento de nuestro legado quizá más importante y menos reconocido que es el Patrimonio Histórico y Cultural. Tal vez, y esperamos que sea lo más pronto posible, todas las fuerzas sociales confluyan en la creación de una legislación, de una ideología, de una mentalización, de una compromiso en definitiva, que favorezca la protección y mejora de las condiciones existenciales de algo cuya importancia no está todo lo reconocida que merece.

Esperemos que se materialicen estos deseos, que los mecenas y patrocinadores se animen realmente a invertir en Patrimonio Cultural, porque le merece la pena a la sociedad en general, porque repercutirá en beneficio de todos. No se prometen resultados millonarios, ni a corto plazo, pero las consecuencias son más que apetecibles en todos los sentidos.

Los nuevos mecenas están esperando para actuar que se les den las condiciones suficientes para desarrollar su tarea. Corresponde a los poderes públicos promover las mejoras fiscales, los incentivos y la potenciación de la conciencia de la sociedad hacia su legado histórico, artístico y cultural. Y es cometido de los particulares ejercer un mecenazgo activo si se les conceden las ayudas suficientes puesto que el concepto jurídico de “patrimonio” se hace más que nunca verdad en la dimensión cultural. El Patrimonio que tiene un país como España, merece la pena conservarlo y rescatarlo de un deterioro que a veces no sólo es debido al tiempo, sino más bien a la pasividad.

La Cultura es un gran mundo, que está en expansión y que está por descubrir en su faceta económica y en sus aspectos comunicativos. Sería algo muy positivo que entre todos contribuyéramos a mejorarlo y potenciarlo como fuerza económica y social. Una buena gestión ayudaría en gran medida a su mejora en el resto de sus aspectos. Los aspectos económicos

¹² ALVAREZ ALVAREZ, J.L., Op. cit., p. 529

también pueden potenciar los aspectos artísticos, etnológicos, interpretativos, de investigación, etc. si se articulan los sistemas adecuados y todas las fuerzas sociales aúnan esfuerzos en la misma dirección y con el único objetivo de promover la conservación, enriquecimiento, restauración, difusión e investigación del Patrimonio Cultural. La tarea no es fácil pero es apasionante y se deben estudiar las posibilidades del concepto de "economía de la cultura", no podemos obviar este concepto por más tiempo. De ello depende la protección de los bienes culturales y de que se pueda pasar el testigo dignamente a las generaciones venideras, puesto que *Cada generación es simplemente depositaria y usufructuaria de ese Patrimonio, pero su obligación es conocerlo, empaparse de él, disfrutarlo y enriquecerlo, pero podríamos considerar, empleados símiles civilistas, que la nuda propiedad no le pertenece, que tiene derecho de usar, pero no de abusar de él, y que tiene una obligación de restitución o entrega a los que le sucederán*¹³.

¹³ *Ibíd*em, p. 89