CMI Higher Education
CONSCIOUS MANAGEMENT INSTITUTE
JOURNAL

ISSN 2792-5404 · Vol. 2, Núm. 1 (2022)
https://journal.cmi.es
Acceso abierto diamante · CC BY 4.0

ARTÍCULO

Integración de la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa en centros culturales de arte contemporáneo: el caso del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA)

Integration of Sustainability and Corporate Social Responsibility in Cultural Centres of Contemporary Art: The Case of the Barcelona Museum of Contemporary Art (MACBA)

Encarni Melgar

PUBLICADO
24 de mayo de 2022

CÓMO CITAR
Melgar, E. (2022). Integración de la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa en centros culturales de arte contemporáneo: el caso del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA). *Conscious Management Journal*, *2*(1), Artículo 3. https://doi.org/10.52066/cmi.v2i1.16

LICENCIA
© 2022 los autores. Artículo de acceso abierto bajo licencia Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

NOTA
El artículo se reproduce tal como se publicó originalmente; esta portada y la página «Frases clave para citar» se añadieron por la revista en 2026.

Conscious Management Institute Journal
Vol.1, Nº. 5, 245 - 292, published online June 18th 2021
(www.cmi-journal.com)

INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN CENTROS CULTURALES DE ARTE CONTEMPORÁNEO
EL CASO DEL MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE BARCELONA (MACBA)

Encarni Melgar

Resumen:

Conocer la situación actual de la Sostenibilidad y de la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito de los centros de arte contemporáneo en España. Análisis de la industria cultural y creativa en España, centrado en los centros culturales y/o de arte contemporáneo, haciendo especial hincapié en la sostenibilidad cultural en todas sus variables y en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Investigación de las buenas prácticas realizadas en estos centros, en lo que se refiere a Informes de Información No Financiera, las áreas de transparencia y los sistemas de certificación. Desarrollo del modelo actual de gestión del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA) en lo que se refiere a Responsabilidad Social Corporativa, Sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible, como ejemplo de una buena gestión.

Palabas clave: *Responsabilidad Social Corporativa - Sostenibilidad - Objetivos de Desarrollo Sostenible - Cultura - Museos*

Sobre la autora:

Estudios realizados de Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO) y Master en Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad

Frases clave para citar / Key Quotes for Citation

Clasificación temática / Classification codes:

- **JEL Classification:** M14, Z11, Q56
- **OECD FOS Code:** 5.02 (Economics and Business) / 6.04 (Arts)

¿Cómo citar este artículo? / How to cite this article:

Melgar, E. (2022). Integración de la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa en centros culturales de arte contemporáneo: el caso del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA). *Conscious Management Journal*, *2*(1), Artículo 3. https://doi.org/10.52066/cmi.v2i1.16

Frases clave / Key Quotes:

- **Margen de mejora en RSC cultural / Room for improvement in cultural CSR:**
  «En España, los centros y museos de arte contemporáneo presentan un amplio margen de mejora en responsabilidad social corporativa, sostenibilidad y aplicación de los ODS, pues son pocas las organizaciones de la industria cultural y creativa que aplican planes de RSE y sostenibilidad.» — Melgar (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "In Spain, contemporary art centres and museums show wide room for improvement in corporate social responsibility, sustainability and SDG implementation, as few organisations in the cultural and creative industries apply structured CSR and sustainability plans."

- **Brecha de reporte no financiero / Non-financial reporting gap:**
  «La mayoría de los centros culturales y de arte contemporáneo en España no alcanzan los umbrales de la Ley 11/2018 de información no financiera y reportan mediante memorias de actividades voluntarias, cuya diversidad, cantidad y calidad de información es muy heterogénea.» — Melgar (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "Most cultural and contemporary art centres in Spain fall below the thresholds of Law 11/2018 on non-financial reporting and instead disclose through voluntary activity reports whose scope, volume and quality of information vary widely."

- **MACBA: RSC estructurada con lagunas / MACBA: structured CSR with gaps:**
  «El caso del MACBA (Barcelona), que apostó por la RSC en 2017, muestra un sistema estructurado —código ético, análisis de materialidad, diez grupos de interés y gestión ambiental basada en ISO—, aunque sin medidas visibles para empleados ni mención de los ODS en su web.» — Melgar (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "The case of MACBA (Barcelona), which embraced CSR in 2017, shows a structured system—an ethics code, materiality analysis, ten stakeholder groups and ISO-based environmental management—yet no visible employee measures and no mention of the SDGs on its website."

- **ODS como puerta de entrada / SDGs as an entry point:**
  «Dado que muchos centros de cultura contemporánea dependen de organismos públicos que vinculan sus acciones a los ODS, la Agenda 2030 se perfila como una vía idónea para iniciar acciones de responsabilidad social y programar proyectos y exposiciones en estos centros.» — Melgar (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "Because many contemporary culture centres depend on public bodies that align their actions with the SDGs, the 2030 Agenda emerges as a suitable pathway for initiating social responsibility actions and for framing projects and exhibitions in these centres."

Comunicadora con experiencia en Marketing, Relaciones Públicas, Eventos, Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación Corporativa en diferentes sectores y compañías. Formadora de Comunicación y Marketing.

Dato de contacto: *melgardoble@gmail.com*

1. El momento actual de la RSE

La Responsabilidad Social Corporativa comenzó en los años cincuenta del siglo pasado, por lo que en la actualidad lleva una andadura importante en el tiempo. Como cualquier movimiento que tiene más de setenta años de vida, se encuentra en un momento en el que el conocimiento del mismo empieza a ser cada vez más notable. Si bien es cierto que en España no ha tenido el mismo recorrido, ni en el tiempo ni en el propio desarrollo del concepto, igualmente aquí es cada vez más reconocido por la sociedad y más generalizado en las empresas.

Empezó siendo algo que concernía a pocas empresas o incluso un concepto completamente desconocido en el ámbito empresarial y limitado a las grandes multinacionales. El público en general no sabía de qué se trataba y por supuesto no buscaba información sobre esta cuestión, ni la requería o le preocupaba a la hora de formalizar una compra.

Pero no sólo ha habido un cambio por el propio hecho de que el tiempo ha pasado y el reconocimiento ha aumentado, sino que ha evolucionado la manera en que se ha estructurado la política de Responsabilidad Social Corporativa dentro de las propias compañías, cambiando así la consideración de la misma.

Esto ha significado que pasara de ser algo percibido como una herramienta de marketing, una ventaja competitiva de las compañías que tenían un departamento de RSC con respecto a otras que no lo tenían, generando retornos únicamente en el área reputacional. Sin embargo, actualmente la podemos encontrar en la estrategia corporativa de muchas compañías, es realmente una estrategia, algo que forma parte de los activos del negocio y es necesario planificar y medir porque aporta valor. Incluso son cada vez más las compañías que nacen con la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad en el core business del negocio, integrado en su propósito y como una más de las líneas corporativas desde su nacimiento.

A parte de estas reflexiones podemos encontrar muchas circunstancias que nos indican el cambio de los últimos años, pues efectivamente la evolución ha sido más rápida en los últimos momentos. A partir de finales de los años 90 fue cuando realmente en España se notó la ebullición del mundo de la Responsabilidad Social Empresarial.

En el año 1994 se puso en marcha la Fundación ÉTNOR (ética de los negocios y las organizaciones), dirigida por Adela Cortina, Catedrática de Ética de la Universidad de Valencia, con el espíritu de reflexionar sobre las cuestiones éticas implícitas en las actividades económicas y empresariales. Igualmente, a nivel nacional y al amparo de la organización europea, aparece EBEN (Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones). Poniendo en ambos casos las bases para una nueva manera de entender y de gestionar los negocios.

Otra gran institución como Forética nace en el año 1999, organización cuya misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones.

Este organismo, entre otras actividades, publica informes sectoriales y otro tipo de publicaciones, incluso algunos que estudian precisamente la evolución de la Responsabilidad Social Corporativa, como su último Informe de Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista.

Dicho informe realiza una fotografía del sector, pero además refleja las tendencias, los caminos por los que está transitando la Responsabilidad Social Corporativa en la actualidad y que tienen visos de continuar en el futuro, aunque en un entorno tan competitivo y que se mueve tan rápido como el que tenemos en la actualidad, es complicado realizar predicciones. Aún así, este estudio es una buena base para comprobar lo que está sucediendo y es un buen punto de partida para un análisis más detallado.

También es interesante comentar qué tipo de profesionales trabajan en los Departamentos de RSC y Sostenibilidad de las empresas. En este campo disponemos de otra organización de referencia en España, DIRSE, la asociación española de profesionales de Responsabilidad Social, que, tras cinco años de andadura, ha publicado un informe del Estado de la Profesión en España en 2019 , del que podemos extraer un retrato robot de las personas que están trabajando en este sector:

Esta profesional sería una mujer de entre 40 y 50 años, con formación universitaria y un posgrado o máster específico en el ámbito de la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad y que lleva unos diez años trabajando en la empresa. Su función es exclusiva o está integrada en Comunicación y Recursos Humanos, depende directamente del máximo ejecutivo de la empresa y es parte del Comité de Dirección (o tiene representación).

En este informe se indica que existe una creciente profesionalización y que se va hacia una feminización de la profesión. Y se refleja que la Responsabilidad Social está en una

tendencia de ganar relevancia en las empresas, se habla textualmente de optimismo, tal como también aparece en el informe de Forética.

Forética también constata que ha crecido tanto el tamaño como la influencia de los equipos de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad durante los últimos quince años. En este cambio en el que se considera que la RSE aporta valor a las compañías, las mayores contribuciones que se le reconocen a la misma se refieren a la estrategia, la mejora de las operaciones y la gestión de riesgos. Otra tendencia es la que tiene que ver con las competencias multidisciplinares, pues se están iniciando procesos de integración con otras áreas de las empresas para potenciar esa creación de valor.

Hay otro dato que también se ha modificado en los últimos años y que refleja esa profesionalización de los equipos de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, y es el número de posgrados y estudios específicos que se ofrecen actualmente en España en esta área.

Si bien no existen actualmente grados universitarios que sean específicos de RSC, como por ejemplo sí los hay en otros países, ya cada vez más estudios universitarios que tienen diferentes enfoques empiezan a incluir asignaturas que están relacionadas con esta área, con la ética, con la gobernanza, con la responsabilidad social y, por supuesto, relacionadas con cuestiones medioambientales (aunque en esa área sí que existen grados específicos de la materia).

DIRSE ha contabilizado 16 másteres, tres cursos de especialización y 12 más de experto en temas relacionados con RSC en España, como respuesta a las necesidades del mercado y a lo que demandan los profesionales, ya que no existe esa formación de grado universitario. Además, se ha constatado que hace unos años, este tipo de formación complementaria era solicitada por altos directivos o por personas ya introducidas en el sector, pero actualmente también la solicitan personas que terminan su formación universitaria y quieren enfocar su desarrollo profesional a la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social, en respuesta a la demanda de estos puestos que se está observando.

Este aumento del reconocimiento, de la demanda de profesionales, de los cambios estratégicos y corporativos en las empresas tienen mucho que ver con la voluntariedad del mercado, de la sociedad, de las propias compañías, pero no debemos olvidar la obligatoriedad legal que ha empujado a muchas empresas a realizar cambios.

Los estándares internacionales supusieron un primer e importantísimo paso, con un hito importante en el Informe de John Ruggie, que derivó en los Principios Rectores Marco Proteger,

Respetar y Remediar sobre las Empresas y los Derechos Humanos en el año 2011. Por supuesto la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que nació en 2015 ha sido un aglutinador de proyectos y ha espoleado a la sociedad civil y a las empresas, por lo que lo analizaremos más adelante.

Pero la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, que venía precedida por la La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, es la que ha marcado en España la obligatoriedad de presentar información no financiera o relacionada con la responsabilidad social corporativa para muchas compañías. En concreto, para todas aquellas que superen en 500 el número medio de trabajadores durante el ejercicio anual, que tengan la consideración de entidades de interés público, o que a la fecha de cierre se den al menos dos de las circunstancias siguientes:

- Que el total de las partidas del activo consolidado sea superior a 20.000.000 euros.
- Que el importe neto de la cifra anual de negocios consolidada supere los 40.000.000 de euros.
- Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio sea superior a doscientos cincuenta.

Esta circunstancia legal ha contribuido, sin lugar a dudas, a que muchas empresas hayan tenido que asumir como necesario la puesta en marcha de ciertas políticas que tal vez no estaban consolidadas como algo planificado y medido. El hecho de tener que hacer un reporte, reunir la información, hacer un seguimiento y establecer medidas que se puedan medir y controlar es un paso muy importante para la integración de la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad.

Otro agente muy importante en la evolución de la RSC es la ciudadanía, el consumidor, la sociedad. Habitualmente se piensa en las empresas como agente principal del mercado, que efectivamente lo es, agente central y agente activo, por lo que son las empresas las que deben dar los pasos necesarios para afrontar las políticas de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, para considerarlas como estratégicas y para situarlas en el centro del negocio. Pero no debemos olvidar que un motor importante de ese cambio es que la empresa perciba que el cliente valora este esfuerzo de la compañía. Es cierto que cada vez más empresas comienzan desde su nacimiento con esta vocación, con un propósito, pero a su vez este propósito tiene siempre que ver con el cliente, con la persona a la que va dirigida el servicio o el producto. Y, en el caso de las empresas que han ido integrando la RSE sin que fuese parte de su ADN desde el principio, todavía con más razón, la integran siempre que afecte a la mejora de la valoración del producto o servicio, a la mejora de la reputación social.

Por este motivo, el cliente, el consumidor, la sociedad en su conjunto es motor de cambio. Forética en su estudio Informe de Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista , en su parte de Ciudadanía, hace un análisis más profundo de lo que denomina el consumidor consciente, al que define como “un consumidor informado, que presta una atención, cada vez mayor, a atributos no estrictamente competitivos -como serían precio o calidad- y para el que la puesta en valor de la RSE, por parte de las empresas, puede ser un factor crítico de atractivo y fidelización de la marca”

Esta definición es interesante porque hace referencia a la información de los clientes, pues actualmente demandamos y poseemos más fuentes de información y es mucha más fácil y accesible poder saber qué compramos y a qué empresas le otorgamos nuestra confianza. Y, por otra parte, menciona algo importante y es que ya, como consumidores, no sólo tenemos en cuenta atributos como la calidad o el precio, sino que otros atributos están en juego.

Forética publica los resultados obtenidos tras un estudio de mercado, llevado a cabo en una muestra representativa de ciudadanos en España, sobre hábitos de vida y consumo sostenible, del que podemos obtener una serie de conclusiones.

Aumenta el grado de reconocimiento espontáneo del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (notoriedad) y se entiende mejor su significado (nitidez) entre la ciudadanía.

Cada vez hay mayor disponibilidad de opciones asequibles y disponibles para mejorar nuestros hábitos de vida sostenible. Las empresas pueden ofrecer soluciones a estas preocupaciones que tienen los consumidores para llevar un estilo de vida más sostenible y ecológico. Y dichos consumidores tienen más facilidad para optar a ellas.

A medida que el conocimiento de la RSE aumenta también lo hace el nivel de exigencia y de las expectativas que tienen los clientes, afectando también al grado de credibilidad que las empresas les ofrecen. Estos consumidores opinan que el comportamiento responsable ante la sociedad y el medio ambiente por parte de las empresas debe ser algo principal y además aporta valor añadido. Los ciudadanos creen que las empresas son más competitivas y son mejor valoradas por ellos cuando incorporan aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno a nivel estratégico.

Sin embargo, con respecto al consumo responsable de productos y servicios, aunque va en aumento la concienciación, es cierto que todavía no al mismo nivel la compra de los mismos. En este sentido, podemos contemplar tres conceptos. El primero es el de la discriminación negativa: “dejar de comprar productos o servicios por provenir de empresas que consideran poco éticas o irresponsables”. Desde esta perspectiva, la tendencia va en aumento

y en la encuesta de Forética encontramos que el 68,5% de los ciudadanos declaran haber dejado de comprar algún producto o servicio por este motivo, castigando así a determinadas empresas.

El segundo concepto sería el de la discriminación positiva: “el cliente se decanta por comprar un servicio o producto por ser más responsable con la sociedad y con el medio ambiente”. En este sentido, el 89% de los encuestados afirma que, entre dos productos iguales, compraría el más responsable. Y de ellos el 63,9% estaría dispuesto a pagar un precio mayor, mientras que un 25% lo compraría si los precios fuesen iguales.

A partir de los enfoques anteriores, se deriva el tercer concepto, al que Forética define como el “gap de la doble moral del consumidor”, pues existe una importante discrepancia entre el consumo declarado y el proyectado. Se observa una posición de autocomplacencia a nivel individual frente a la crítica al ciudadano medio.

Por otra parte, disponemos de un indicador notable que son las ventas de productos de comercio justo en España. La Coordinadora Estatal de Comercio Justo publicó un informe sobre el Comercio Justo en España en 2018.

En dicho informe, podemos observar que las compras de productos de comercio justo en España ese año 2018 representaron 77 millones de euros con un 53% de incremento con respecto al año 2017, si bien venía en ascenso desde el año 2014, ese último año se produjo la subida más importante de un año respecto a otro. El gasto medio por persona en este tipo de productos fue de 166,78 euros.

Sin embargo, en la comparativa europea que aporta este mismo informe, comprobamos que somos los penúltimos en este consumo con respecto al resto de la Unión Europea, sólo Polonia está por debajo de España.

Así que, aunque vemos una parte positiva en este nuevo consumidor que está naciendo, todavía existen barreras de diferente tipo: las económicas, la escasez en el mercado de productos sostenibles y la dificultad para identificarlos como tal, por el lugar en el que se compran o por el propio etiquetado. Todo esto unido al problema de la desconfianza hacia las marcas que venden estos productos.

Estamos viendo ciertas tendencias en la Responsabilidad Social Corporativa y la Sostenibilidad que están marcando estos momentos en los que ya el sector ha adquirido una madurez.

Una de esas tendencias es la economía circular, que viene también marcada por normativas europeas, pues ya desde 2015 la Comisión Europea adoptó un plan de acción para contribuir a acelerar la transición de Europa hacia una economía circular. Y es que la actual economía lineal que viene lastrada por la falta de recursos y por la gran cantidad de desechos que se generan es un tema que se está teniendo muy en cuenta en las empresas y sus estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, porque además se cree que va a ser un nicho de empleo y una oportunidad económica para las empresas, uniendo la parte operativa con la corporativa.

Otra circunstancia que está sucediendo en la actualidad es el aumento de los reportes. Tras la ley de reportes no financieros, como comentábamos anteriormente, son muchos los informes que se publican y se solapan. El estándar de GRI sigue siendo el más usado y el que tiene más empresas certificadas con terceros y que siguen su modelo, pero hay otras muchas opciones. Lo que quiere decir que, a día de hoy, los modelos son múltiples, pero todos distintos entre ellos, se solapan en los datos, en los tiempos. Esto hace que en ocasiones las empresas publican dobles informes, siendo además muchos de estos informes de difícil comprensión para el público general o para personas que no procedan del sector. Por todos estos motivos, se piensa que con el tiempo quizás habría que estandarizar los informes, sobre todo para que sean comparables unos con otros y para que ayuden tanto a inversores como a consumidores a tomar decisiones.

El hecho de tener que declarar la Información No Financiera y en muchas ocasiones seguir en paralelo con los informes que ya se venían realizando, tipo GRI, ha supuesto que las compañías han querido abarcar demasiadas cosas y al final las políticas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social se han visto diluidas porque no se concentraban los esfuerzos.

Si algo está ayudando a las empresas a centrar sus esfuerzos actualmente es la tendencia total en relación con la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) por parte de las empresas, entendidos como marco para sus estrategias de Responsabilidad Social Empresarial. A través de este enfoque en los ODS, muchas empresas han conseguido aportar un mayor impacto en sus acciones, focalizarse y, junto con los análisis de materialidad más afinados, enfocarse en los temas que realmente pueden ser relevantes y dedicarse a menos temas, pero que sean temas que pueden abarcar.

Un cambio que ha surgido en los últimos meses y que tiene que ver con el auge de la Agenda 2030 y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ha sido el nombramiento de una Vicepresidencia Segunda y Ministro de Derechos Sociales y Agenda 2030 por parte del nuevo Gobierno de España. En el día de hoy todavía no disponemos de información práctica, por

ejemplo del organigrama completo y de sus organismos públicos, vinculados o dependientes, pues estamos a la espera de la publicación del real decreto de estructura de este nuevo ministerio.

No podemos aventurar qué va a suponer este paso por parte del Gobierno, pero sí que significa que los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza van a estar probablemente más presentes en la agenda.

2. El sector cultural en España

2.1 Definición de cultura

La cultura es un concepto muy amplio y muy dependiente del contexto en lo que a definición se refiere. El territorio, el entorno social, el entorno económico, las circunstancias personales, de género, de nacionalidad y de otro tipo pueden influir sobre la definición de cultura, por ese motivo ésta debe ser muy abierta y debe poder acoger en su descripción muchos matices. La definición que aportó la Unesco en su Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural creo que cumple con estos requisitos:

La cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Esta abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. La cultura se encuentra en el centro de los debates contemporáneos sobre la identidad, la cohesión social y el desarrollo de una economía fundada en el saber.

Para la Unesco se trata de un conjunto de rasgos, entre los que nombra a la espiritualidad, lo material, lo intelectual y la afectividad, pues todas estas características pueden denominar hechos culturales, pueden ser obras materiales o intelectuales, pero también podría ser algo espiritual o afectivo. Estos rasgos son propios de una sociedad o grupo social, refiriéndose a las personas que viven en un espacio común. Y, lo más importante, hace alusión tanto a las representaciones artísticas y literarias, que sería el primer concepto que asociaríamos a la cultura, como a la convivencia, los valores, las tradiciones y las creencias de un grupo humano.

Yo añadiría a esta definición que es inherente al ser humano, pues prácticamente desde el principio de la humanidad existen vestigios de formas de cultura, de arte, de grupos humanos

que comparten gestos espirituales. En definitiva, desde mi punto de vista, la cultura es un aspecto clave que nos representa como especie, por encima de otras características.

2.2 Normativa cultural

La Declaración Universal de Derechos Humanos, que fue proclamada por la Asamblea General de Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, ya incluía la cultura en sus resoluciones:

Artículo 27

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

En este artículo aparece el concepto de la comunidad, que podría ser ese grupo humano, pero que definido de esta manera puede incluir desde grupos muy pequeños a otros más grandes. Además, reúne arte y ciencia en el mismo artículo y hace hincapié en el hecho de la autoría y del reconocimiento de la misma.

En la Organización de las Naciones Unidas hay nueve órganos creados en virtud de tratados de derechos humanos que supervisan la aplicación de los principales tratados internacionales de derechos humanos. En el caso de los aspectos culturales, se creó el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CESCR, por sus siglas en inglés) en 1985. Es un órgano compuesto por 18 expertos independientes que supervisan la aplicación del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales por sus Estados partes.

Este Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de Naciones Unidas entró en vigor en 1976, siendo ratificado por España en 1977. En él encontramos las siguientes referencias:

Artículo 15

1. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a:

a) Participar en la vida cultural

b) Gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones

c) Beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

2. Entre las medidas que los Estados Partes en el presente Pacto deberán adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho, figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura.

3. Los Estados Partes en el presente Pacto se comprometen a respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora.

4. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen los beneficios que derivan del fomento y desarrollo de la cooperación y de las relaciones internacionales en cuestiones científicas y culturales.

En la primera parte del Artículo repite lo que ya habíamos visto en la Declaración de los Derechos Humanos, pero en la segunda parte se amplía con tres conceptos más: la necesidad de adoptar medidas para que se cumpla este derecho, que se pueda ejercer en libertad y el reconocimiento del beneficio que conlleva la cultura para una sociedad.

Por tanto, este pacto va más allá, pues insta a los Estados a tomar medidas para el fomento de la cultura (y la ciencia) y para que vele porque se pueda crear en libertad, pues se entiende que es un derecho de la ciudadanía, tanto disfrutar de la cultura como ser un agente cultural; sobre todo, teniendo en cuenta que le otorga beneficios sociales y que le reconoce el bien que supone para una comunidad el hecho de que fluya la cultura (y la ciencia).

La Constitución Española recoge en su Tomo 1, dentro de los principios rectores de la política social y económica el Artículo 44, que dice así:

1. Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho.

2. Los poderes públicos promoverán la ciencia y la investigación científica y técnica en beneficio del interés general.

Al estar incluido en el Tomo I, que corresponde a los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos, se prohíbe la adopción de cualquier Decreto-Ley que afecte a los derechos, deberes o libertades recogidos en dicho Título. Esto nos indica la importancia que se le da

también en nuestra Constitución y vemos también que nombra a la ciencia y que proclama el beneficio que conlleva la cultura.

2.3 Definición de industria cultural y creativa

La Unesco define la industria cultural y creativa como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”.

En el año 2013, el Parlamento Europeo y el Consejo establecieron para el periodo 2014-2020 el Programa Europa Creativa, a través del cual se otorgan ayudas a las industrias culturales y creativas.

En el Reglamento de este programa encontramos una definición más amplia referida al sector cultural y creativo como “todos los sectores cuyas acti-vidades se basan en valores culturales o expresiones artísticas y otras expresiones creativas, independientemente de que dichas actividades estén orientadas al mercado o no y del tipo de estructura que las lleve a cabo y sin tener en cuenta el modo de financiación de dicha estruc-tura. Entre estas actividades se cuentan el desarrollo, la creación, la producción, la difusión y la conservación de los bienes y servicios que encarnan expresiones culturales, artísticas u otras expresiones creativas, así como otras tareas afines, como la educación o la gestión; los sectores cultural y creativo incluyen, entre otros: la arquitectura, los archivos, las bibliotecas y los mu-seos, la artesanía artística, los audiovisuales (incluidos el cine, la televisión, los videojuegos y los multimedia), el patrimonio cultural material e inmaterial, el diseño, los festivales, la música, la literatura, las artes escénicas, la edición, la radio y las artes visuales”.

El punto en común que tienen tanto estas definiciones como la propia industria cultural es la creatividad. La creatividad es el punto central y lo que da origen a todos los bienes y servicios que surgen de este sector.

A su vez, tiene un nexo común con conceptos más materialistas y aplicables a todo tipo de sectores como serían los de industria, riqueza, empleo o economía. Esto último se estructura a través de la propiedad intelectual y los derechos de autor, pues son los que vehiculan la creatividad como producto y los hacen llegar al cliente y al mercado.

Sin embargo, la relación con la economía no es sólo la que se menciona anteriormente, sino que también hay que incluir a los gestores y difusores de la cultura o de las manifestaciones artísticas y patrimoniales.

En definitiva, en este conjunto de actividades conviven sectores que se dedican a la reproducción y distribución de productos, sea a pequeña o gran escala, con otros que se dedican a la mera difusión o conservación de bienes culturales, artísticos y patrimoniales.

En la definición del Parlamento Europeo se nombran prácticamente todas las manifestaciones culturales que podemos entender como tal, pues incluso se ha incluido todo lo que tiene que ver también con el ámbito digital, que puede ser de lo más novedoso que podemos encontrar ahora mismo.

2.4 La industria cultural y creativa en España

La industria cultural y creativa en España tiene bastante dependencia de Europa, siguiendo el modelo legislativo actual de nuestro país como miembro de la Unión.

Actualmente en el marco europeo se entiende que esta industria es estratégica para la economía de la región, “debido a su carácter dinámico, a su contribución estructural a la producción y al empleo, y a su potencial de crecimiento en los próximos años”.

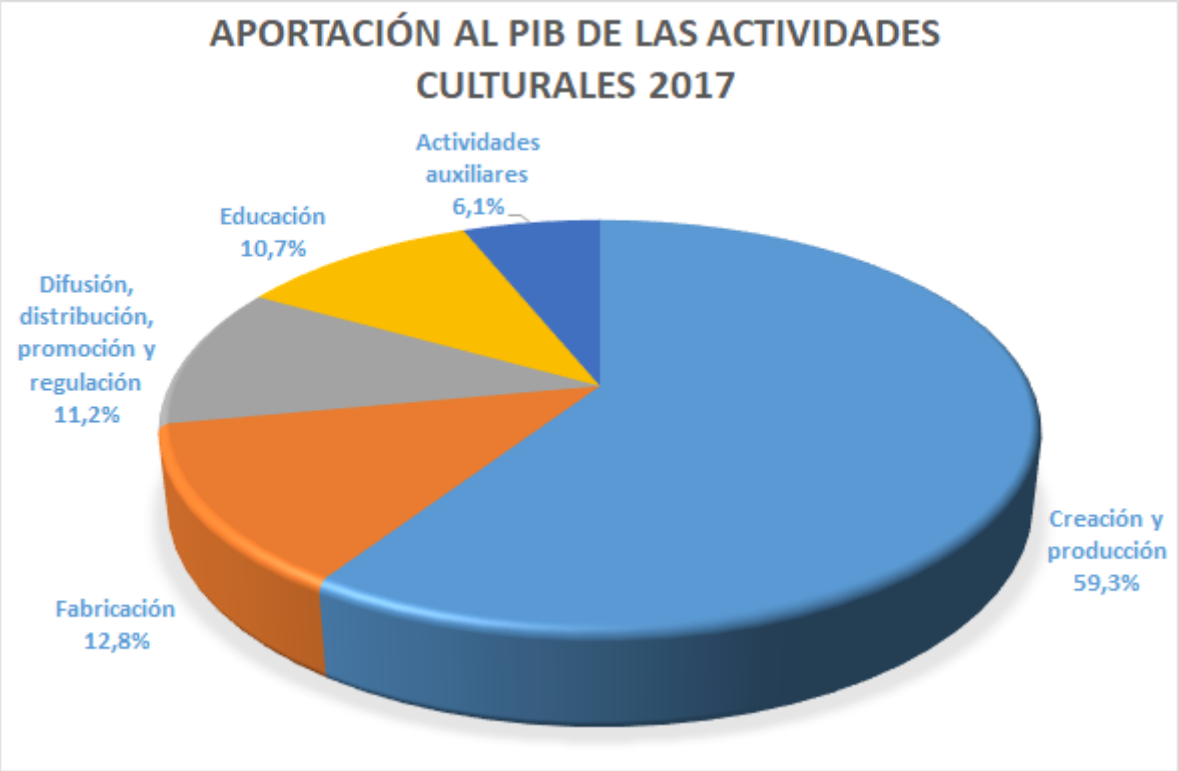
Por ejemplo, en lo que respecta al empleo, se ha observado una tendencia creciente, pues desde 2012 a 2017 se ha incrementado en 544.000 empleos, un 6,7 % más que se dedican profesionalmente a este sector. En el año 2017 en la Unión Europea un 3,8 % de la población con empleo lo ejercía en las Industrias Culturales y Creativas, alcanzando cerca de 8,7 millones de puestos de trabajo en el sector cultural. Por estos mismos motivos, se considera estratégico y de importancia creciente en España, lo cual ha supuesto que se hayan planteado diversas Políticas de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas del Ministerio de Cultura y Deporte.

Desde hace quince años, el Ministerio de Cultura y Deporte publica un Anuario de Estadísticas Culturales, en el que se recogen todos los datos de la Industria Cultural y Creativa. En el del año 2019 se indica que editan este documento para que “aporte una panorámica asequible y rigurosa, que sirva como instrumento para conocer mejor el valor social de la cultura y su carácter como fuente generadora de riqueza y de desarrollo económico en la sociedad española.”

Este anuario aporta todo tipo de datos de la cultura en España. Para esta investigación se usarán sólo los más generales, con el objetivo de ofrecer una visión global de la industria cultural y creativa en España. Por otro lado, en las subdivisiones del Anuario que hace este documento no se encuentra ningún apartado que recoja los centros culturales como tal. Estos datos también son mostrados por el Ministerio de Cultura y Deporte a través de internet en el sistema denominado CULTURABase.

El Ministerio de Cultura y Deporte, junto con el Instituto Nacional de Estadística, ha establecido la Cuenta Satélite de la Cultura en España, que proporciona un sistema de información económica a partir del cual se estima el impacto de la cultura en el conjunto de la economía española. A partir de estos datos, se calcula que en el año 2017 la aportación del sector cultural al PIB español fue de 2,4%, 27.778 millones de Euros. En lo que se refiere a las actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual, sería del 3,2%, 37.651 millones de Euros.

En el aporte de cada actividad al PIB del sector cultural podemos observar en el gráfico que la aportación principal viene de la creación y producción, con un poco más de la mitad del total. La difusión, distribución, promoción y regulación, junto con la fabricación y la educación presentan una distribución bastante similar. Y un poco por detrás tenemos las actividades auxiliares vinculadas al sector.



En relación al número de empresas vinculadas al sector cultural, el Instituto Nacional de Estadística dispone de un Directorio Central de Empresas (DIRCE), en el que en el año 2018 encontramos 122.673 empresas del sector cultural y creativo. Esto supone un 3,7% del total de empresas recogidas en el DIRCE. También observamos que desde el año 2013 este número ha ido creciendo, con una tendencia alcista que nos lleva, entre otras cosas, a esa concepción de que la industria cultural y creativa es un sector estratégico.

La mayor parte de estas empresas que recoge el DIRCE, un 82,2% (100.874), son empresas de la industria cultural y de servicios (por ejemplo, bibliotecas, archivos, museos, cinematográficas, de vídeo, de radio, de televisión, de arte y de espectáculos), siendo el resto 21.799, un 17,8%, empresas dedicadas al comercio o alquiler de bienes culturales.

La Comunidad de Madrid, con un 22% de empresas, es donde se concentra el mayor número de estas compañías, seguida por Cataluña, con un 20,1%. En tercer lugar, encontramos a Andalucía con un 13,2% y un poco más atrás a la Comunidad Valenciana con el 9,6% de las empresas culturales.

El dato del empleo en esta industria es reseñable. Se calcula a partir de la información recogida en la Encuesta de Población Activa de 2018 y se tienen en cuenta las empresas dedicadas a actividades culturales (edición, bibliotecas, archivos, museos, cinematográficas, vídeo, radio, televisión, artísticas o de espectáculos) y los profesionales con una dimensión cultural, tales como escritores, artistas, archivistas, bibliotecarios, etc.

Con estas consideraciones, un 3,6% del empleo total en España está vinculado al sector cultural, 690.000 personas aproximadamente. Si profundizamos en el perfil de estos profesionales, podemos decir que estos son más hombres que mujeres. En concreto, el 60,9% son hombres, algo que no sucede en el conjunto del empleo en España. Por otro lado, cabe destacar también que en este sector la proporción de jóvenes ocupados es superior a la de otros sectores. Por último, otro dato relevante es que la formación académica de los profesionales del sector es superior a la media nacional.

El Instituto Nacional de Estadística realiza la Encuesta de Presupuestos Familiares, de donde se pueden obtener datos del gasto en bienes y servicios culturales realizado por los hogares españoles.

En 2018, el gasto de los hogares españoles en bienes y servicios culturales fue de 12.714,3 millones de Euros, lo que supone el 2,3% del gasto total estimado en bienes y servicios. El gasto medio en cultura por hogar fue de 682,5 Euros y el gasto medio por persona se situó en 274,6 Euros. Este gasto se materializa en su mayoría en servicios de móviles y

relacionados con Internet, un 22,5%, seguido por los libros, que representan un 14,7%; finalmente el 12,8% de ese gasto se destina a espectáculos, como cine y teatro.

Estos datos tienen una concordancia con los de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en su edición 2018-2019, que muestran que las actividades culturales más frecuentes entre la población española son:

- escuchar música: 87,2%
- leer: 65,8%
- ir al cine: 57,8%
- visita a monumentos: 49,3%
- asistencia a espectáculos: 46,8%
- asistencia a museos: 40,5%
- asistencia a conciertos de música actual: 30,1%
- asistencia a exposiciones: 29,8%
- asistencia o acceso por internet a bibliotecas: 26,8%.
- asistencia al teatro: 24,5%.

3. Marco teórico Sostenibilidad, Cultura y ODS

3.1 Concepto de Sostenibilidad

En el año 1987 se publica el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de Naciones Unidas, titulado "Nuestro futuro común" , también conocido como Informe Brundtland.

Esta Comisión, que se venía reuniendo desde hacía tres años y estaba presidida por la Primera Ministra de Noruega en aquel momento, Gro Harlem Brundtland, precisó por primera vez el concepto de sostenibilidad, de desarrollo sostenible en realidad. Dicha comisión definió el término sostenibilidad como “aquel que logra satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

Aunque el concepto como tal no estuviera institucionalizado, ya desde los años 70 se venía hablando del desarrollo sostenible, pues en 1972 se publicó “Los límites del crecimiento” , que más tarde se materializó en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano como la “Declaración de Estocolmo”. Dicha conferencia celebrada en Estocolmo en 1972, concluyó que “si se mantienen las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial,

industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y agotamiento de los recursos, este planeta alcanzará los límites de su crecimiento en el curso de los próximos cien años."

Con este enfoque, la sostenibilidad empezó siendo un concepto totalmente ambiental, relacionado con los recursos naturales y refiriéndose siempre en términos preocupantes de lo que sucederá con nuestro planeta si seguimos los mismos sistemas económicos, productivos, poblacionales, de extracción de recursos y de contaminación ambiental. Esta descripción sigue siendo muy actual, aplicable a los días en que vivimos, incluso habiendo pasado más de cuarenta años, por lo que debemos seguir pensando en estos términos ambientales y de planeta cuando pensamos en desarrollo sostenible.

Sin embargo, la definición de Brundtland, junto con el cambio social que se está produciendo, ha abierto el campo a poder aplicar la sostenibilidad con una visión más amplia y no sólo la que se refiere al ámbito ambiental, pues hablamos de satisfacer necesidades de cualquier tipo, sin comprometer que las siguientes generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades, sean estas del tipo que sean.

Por tanto, es posible aplicar este concepto a otros muchos temas. En nuestro caso, en lo que refiere a la cultura, podríamos hablar de sostenibilidad cultural.

En este sentido, podríamos hablar en estos términos en relación con la cultura o a otros ámbitos si seguimos avanzando en el concepto de desarrollo sostenible y tenemos en cuenta las actuales tres dimensiones de la sostenibilidad: social, económica y ambiental. Estas tres dimensiones nos facilitan mucho el análisis de cualquier cuestión que queramos abordar.

Por otra parte, el hecho de que esta primera definición no sea demasiado concreta ha supuesto que existan muchas interpretaciones de la misma y cientos de definiciones que podrían encajar dependiendo de la aportación de cada uno de los estudiosos o teóricos que se ocupen del tema.

Otra consecuencia de esta primera aproximación al tema fue el hecho de que después del Informe Brundtland los organismos internacionales, las esferas políticas, la sociedad civil y las empresas comenzaran a hablar de desarrollo sostenible, a tenerlo en cuenta, a teorizar sobre ello y a querer encontrar soluciones.

Desde la perspectiva normativa, reafirmando la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano de Estocolmo de 1972, y tratando de basarse en ella, se celebra en 1992 la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro.

Esta cumbre asienta el concepto de Desarrollo Sostenible y es germen de organismos y actuaciones que resultarán decisivas en el futuro. Sobre el propio concepto comienza afirmando:

3.1.1 Principio 1

Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

Ésta es una novedad interesante, porque por primera vez se pone al ser humano en el centro, como receptor de las políticas de desarrollo sostenible y reconociendo su derecho a una vida saludable.

Sin embargo, por otra parte, si avanzamos sólo hasta el Principio 3, puede también interpretarse que responsabiliza al ser humano de ese desarrollo sostenible.

3.1.2 Principio 3

El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras.

Al hilo de la lectura del principio 3, se plantean cuestiones como: ¿quién ejerce ese desarrollo sino la propia humanidad? ¿Quién puede responder ante las generaciones futuras sino la propia generación actual de seres humanos?

Es interesante este enfoque, pues presenta la dicotomía principal del desarrollo sostenible: el ser humano es el responsable de conseguir un desarrollo justo para la humanidad y, a su vez, ha sido el principal actor en la desigualdad de sus congéneres y en el daño al medio ambiente. Por último, son igualmente las personas las que tienen el derecho a vivir de manera saludable y a ser tenidas en cuenta como generaciones futuras.

Esta Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD), conocida también como Cumbre de Río o Cumbre de la Tierra, fue la base de la Agenda 21. El germen de su nacimiento está en su declaración, pues se firmó durante la propia cumbre.

En la Agenda 21 se hablaba ya de la triple dimensión del desarrollo sostenible, ya que en la Sección I se incluyen las dimensiones sociales y económicas y en la Sección II la medioambiental, que titulan como conservación y gestión de recursos.

Es en esta última sección donde se hace más hincapié, porque la Agenda 21 supone un compromiso hacia la mejora del medio ambiente y, como consecuencia, una mejora en la calidad de vida de las personas. Lo más relevante de la Agenda 21, desde mi punto de vista, es que nace con la cualidad de ser llevada a la práctica de manera local, implicando a todos los sectores de una comunidad.

En este sentido, la Agenda 21 fue suscrita por 172 países miembro de Naciones Unidas, los cuales se comprometían a aplicar políticas ambientales, económicas y sociales en el ámbito local con la finalidad de lograr un desarrollo sostenible. Es decir, cada región o población desarrollaría su propia Agenda 21, en la que participarían ciudadanos, empresas, organizaciones, asociaciones y todo el tejido social.

La Comisión para el Desarrollo Sostenible (CDS) también se creó tras la Cumbre de la Tierra, en diciembre de 1992, precisamente para hacer el seguimiento y la revisión de los progresos de dicha cumbre a nivel local, nacional, regional e internacional. Actualmente sigue siendo un organismo clave para promover el desarrollo sostenible.

La concienciación ciudadana y social ha corrido en paralelo hasta llegar a la actualidad, cuando quizás el concepto de desarrollo sostenible está bastante manido y lo usamos en muchas ocasiones sin tener conocimiento concreto de aquello a lo que nos estamos refiriendo o si usamos el término con total concreción y de manera adecuada.

3.2 Concepto de Sostenibilidad cultural

La sostenibilidad aplicada a la cultura puede verse en tres vertientes diferenciadas, que no son totalmente independientes, sino que se encuentran interrelacionadas:

La sostenibilidad en nuestro sector se puede aplicar a la propia gestión cultural. En este caso, estaríamos hablando de aplicar criterios y una mirada más sostenible a todo lo que tiene que ver con las propias acciones de gestión y que pueden ser aplicables a la administración de cualquier organismo: medidas medioambientales, sociales y económicas que mejoren la gestión a todos los niveles.

Existe una peculiaridad del mundo cultural, relacionado con la gestión sostenible de exposiciones, muestras culturales y exhibiciones temporales de todo tipo o festivales y eventos culturales que tienen una duración determinada. En este tipo de celebraciones y exhibiciones pueden ser muchos los materiales de un sólo uso, los residuos que se generen, el impacto en lugares naturales, el CO2 generado y otras muchas consecuencias que han de tenerse en

cuenta. La gestión sostenible en este caso podría considerarse de una manera independiente y particular.

> Otra acepción de la sostenibilidad en la cultura sería la que tiene que ver con la creación de contenidos sostenibles y la difusión de los mismos, pues la cultura tiene un papel muy interesante y notorio para poder ser un transmisor perfecto de nuevos valores. Esta vertiente puede ser clave para transmitir valores relacionados con la sostenibilidad.

La cultura, y los centros culturales de todo tipo de manera específica, son un gran factor educativo en la sociedad. Podríamos incluso destacar que tienen esta responsabilidad con el público, pues deben tener esa vertiente educativa como parte de su labor habitual, no sólo por las propias colecciones o patrimonio que estemos poniendo en valor, sino también con otros aspectos anexos a nuestro contenido propio. En este contexto, podríamos incluir la sostenibilidad.

Los contenidos propiamente dichos que sean dedicados a la sostenibilidad son una parte a tener en cuenta, pero también es interesante el poder comunicar y crear contenidos sobre los cambios realizados en aras de una mayor sostenibilidad.

Partiendo del hecho de que el desarrollo sostenible y la sostenibilidad son temas que están presentes en la sociedad, que preocupan a nuestro público o que puede atraer un público potencial, es muy relevante el papel que la cultura puede adoptar como un transmisor de estos valores, pudiendo difundirlos de manera que calen en la sociedad, que tengan un impacto y que la sociedad los adopte como propios a través de unos caminos novedosos y creativos.

> La tercera vertiente de la sostenibilidad en la cultura sería la que tiene que ver precisamente con la creatividad, con la capacidad de investigar y detectar métodos creativos para apoyar el desarrollo sostenible, para realizar cambios y poder afrontar el nuevo mundo que se nos presenta hoy en día.

En este caso, estaríamos hablando sobre cómo los artistas, los creadores, las personas que piensan el mundo en una clave creativa pueden aportar determinados pensamientos y creaciones que aporten nuevas visiones y soluciones al mundo de la sostenibilidad, siendo capaces de encontrar maneras de transmitir la preocupación por la sostenibilidad y de dar soluciones a determinados aspectos a través de la cultura. Con estas aportaciones, si bien no estarían solucionando el problema de la sostenibilidad, al menos sí serían capaces de poner el foco en lugares donde a través de otras disciplinas no se suele hacer, donde normalmente no miramos o lo hacemos pasando por alto determinados detalles que pueden ser cruciales.

Con respecto al aspecto normativo, en el año 1996 se publica el Informe "Nuestra diversidad creativa", también llamado Informe Pérez de Cuéllar, pues Javier Pérez de Cuéllar era el presidente de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo que lo desarrolló. Dicha Comisión de la UNESCO nació en 1992 para profundizar en la relación entre cultura y desarrollo, con el siguiente objetivo:

> "Nuestro objetivo es mostrarles cómo la cultura moldea nuestro pensamiento, nuestra imaginación y nuestro comportamiento. La cultura es la transmisión de comportamiento tanto como una fuente dinámica de cambio, creatividad y libertad, que abre posibilidades de innovación. Para los grupos y las sociedades, la cultura es energía, inspiración y enriquecimiento, al tiempo que conocimiento y reconocimiento de la diversidad."

En el Informe se plantean aspectos que entonces se consideraban prioritarios y que a día de hoy siguen siendo de total actualidad: ética global; pluralismo; creatividad y empoderamiento; mujeres, género y cultura; los niños y los jóvenes; el patrimonio cultural al servicio del desarrollo; cultura y medio ambiente.

Además, se indica que las conclusiones deben ir orientadas hacia la formulación de políticas, planteando así un llamamiento a la acción en determinados ámbitos. Declaran con total claridad que pretenden ser un punto de partida:

> "Esto sería apenas el comienzo de la labor de delimitación de nuevos territorios que suscitaría la toma de conciencia de la amplitud de las cuestiones culturales en que debe fundarse el desarrollo humano. Estamos poniendo los cimientos. Esperamos que otros continúen avanzando y edifiquen sobre ellos."

En el año 2001 se produce la Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural, en la que se vuelve a incidir en la identidad, diversidad y pluralidad y en la relación entre la diversidad cultural y los derechos humanos, la creatividad y la solidaridad internacional. En este último punto se incide en forjar colaboraciones entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil. Este es un aspecto recurrente en la normativa internacional, especialmente desde la ONU, donde se lucha por conseguir esta unión entre todos los sectores para conseguir todas las metas, tal y como se nombra y persigue en todos sus documentos y declaraciones. Además, en esta declaración se reseña también la ligazón entre la cultura y la consecución de la paz en el mundo, a través del diálogo intercultural.

Es en el año 2004 cuando se empieza hablar de la Agenda 21 de la cultura, a través de la organización internacional Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) y durante el primer

Foro Universal de las Culturas. No fue hasta 2007 cuando la Unión Europea adoptó esta idea poniendo en marcha su "Agenda Europea para la Cultura". Esta entidad sigue funcionando en la actualidad y ha sido el marco más importante en este campo hasta que los Objetivos de Desarrollo Sostenible han atraído gran parte de la atención en todo tipo de ámbitos, incluida la cultura.

Desde ese mismo año ya funcionaba la Red de Ciudades Creativas de la Unesco, desde la que se plantea que la creatividad es un factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. Éste es el germen para comenzar a pensar en las ciudades como centros culturales de referencia en un mundo en el que el entorno urbano tienen un peso muy destacable

De hecho, en el año 2017, la Unesco publicó Cultura: futuro urbano. Este documento presenta un informe mundial sobre la cultura para el desarrollo urbano sostenible, pues se indica que más de la mitad de la población mundial vive actualmente en ciudades. En él se presenta un informe de la situación actual de la cultura, reflexiones temáticas y unas conclusiones y recomendaciones para el futuro, siguiendo la estela de los otros informes de los que hemos hablado.

3.3 La cultura y los ODS

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, "una guía para que los países, las empresas y los organismos de todo tipo emprendan nuevos senderos para mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás, para hacer un mundo mejor entre todos". La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas que abarcan los grandes retos de la humanidad en la actualidad.

Ninguno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible tiene que ver directamente con la cultura, algo que ha sido muy criticado a posteriori y que ha supuesto un debate, aunque en la propia declaración de la Agenda 2030, se indica que:

36. Nos comprometemos a fomentar el entendimiento entre distintas culturas, la tolerancia, el respeto mutuo y los valores éticos de la ciudadanía mundial y la responsabilidad compartida. Reconocemos la diversidad natural y cultural del mundo, y también que todas las culturas y civilizaciones pueden contribuir al desarrollo sostenible y desempeñan un papel crucial en su facilitación.

En línea con esta declaración, hay algunos de los ODS que tienen bastante relación con la cultura.

El objetivo número 4 trata de garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos. La educación está íntimamente ligada a la cultura, por lo que no sorprende que una de las metas de este objetivo, indique lo siguiente:

4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible

Esta meta es especialmente relevante porque une dos puntos que ya veníamos observando en la normativa internacional y en los estudios sobre la cultura. El primero de ellos es el desarrollo sostenible y cómo la cultura puede ser un instrumento importante para conseguir el desarrollo sostenible. El segundo tiene que ver con el aporte de la valoración de la diversidad cultural como algo igualmente necesario para 2030.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 11 está definido como lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. En la definición no aparece la cultura, pero sí en la explicación de este objetivo: “las ciudades son hervideros de ideas, comercio, cultura, ciencia, productividad, desarrollo social y mucho más. En el mejor de los casos, las ciudades han permitido a las personas progresar social y económicamente.”

Y en la meta **11.4** de este ODS se concreta que es necesario “redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo”. Esta meta sí que estaría más relacionada con esa parte de la cultura más ortodoxa, mientras que el resto de las metas de este objetivo se corresponden con temas de sostenibilidad, movilidad o reciclaje.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible número 17: revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, desde mi punto de vista, también tiene mucha relación con la cultura, pues la cultura es un punto de encuentro y puede promover el diálogo y el intercambio de ideas. Este objetivo proclama que “un programa exitoso de desarrollo sostenible requiere alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas construidas sobre principios y valores, una visión compartida, y metas compartidas, que colocan a la gente y al planeta en el centro, son necesarias a nivel global, regional, nacional y local”.

Dos de sus metas hacen mención explícita a este intercambio de ideas y al hecho de que sociedad civil y organismos públicos deben ir unidos en esto:

17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo.

17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas

Hay otros objetivos que, a primera vista, quizás no tienen una relación tan directa con la cultura, pero que en alguna de sus metas también hacen referencia a ella:

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. En principio, podemos entender que el trabajo es un tema relevante, sobre todo si hablamos de las Industrias Culturales y Creativas, pues tal como comentamos, es un yacimiento de empleo que ha venido aumentando en los últimos años y que se considera va a seguir creciendo y ofertando nuevos empleos. Tal vez por ese motivo se consigna la meta 8.9, que en realidad habla de un turismo sostenible, pero haciendo hincapié en que promueva la cultura.

8.9 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

Por último, el Objetivo 12, que garantiza modalidades de consumo y producción sostenibles, secunda esa meta 8.9, pero refiriéndose a los instrumentos para lograr ese turismo sostenible.

12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

En conclusión, en el sector cultural, en relación con los ODS, está sucediendo como en todos los sectores, pues se están usando para enfocar sus acciones con diferentes objetivos aunque no tengan relación directa con su actividad. Es decir, se puede estar trabajando en el Objetivo 5 de Igualdad de Género desde un Centro de Arte si se promueven una serie de medidas que contribuyan a ese objetivo, pues es una manera de enfocarse hacia una finalidad

concreta y concentrar los recursos y los esfuerzos en eso, como comentábamos en las tendencias.

4. Datos de centro culturales y Museos de Arte Contemporáneo

4.1 Concepto de Arte Contemporáneo

La RAE define el adjetivo contemporáneo como:

1. Existente en el mismo tiempo que otra persona o cosa.
2. Perteneciente o relativo al tiempo o época en que se vive.
3. Perteneciente o relativo a la Edad Contemporánea.

En el caso del arte contemporáneo, podríamos aplicar la segunda definición como válida, siendo éste el arte perteneciente a nuestra época, el que se ha producido en nuestro tiempo. Es decir, el arte actual.

En clave artística, hay diferentes criterios para determinar a partir de cuándo se denominarían como contemporáneas las expresiones artísticas de nuestro tiempo. Probablemente, la que más consenso despierta es la que considera que el fin de la Segunda Guerra Mundial, en 1945, sería el momento en que comienza el arte contemporáneo de nuestra era.

Existe otro momento muy relevante y determinante en la Historia del Arte, que podría marcar también el principio de lo que hoy denominamos arte contemporáneo, vinculado a la aparición de las vanguardias en el principio del siglo XX. Algunas personas lo consideran como el principio cronológico del arte de nuestros días, pero incluso si no lo consideramos así, sí que es el momento en el que comienzan las vanguardias. Esto cambia totalmente el mundo del arte, pues se empieza a romper con los cánones establecidos, los artistas abren su perspectiva, comienzan a experimentar y empiezan a ir por delante de sus coetáneos y de la sociedad imperante, que sólo entiende sus obras cuando pasa el tiempo, en muchos casos años. Además, a partir de ese momento, se empiezan a considerar muchas nuevas manifestaciones artísticas que antes no eran tenidas en cuenta como tal.

Con la llegada del siglo XXI ha habido otra circunstancia que ha cambiado notablemente el panorama del arte contemporáneo: la llegada de la digitalización, del mundo globalizado y del acceso a la información a través de internet y su impacto en nuestra sociedad y, como

consecuencia, en al arte. A partir de este momento, podemos decir que el concepto de arte contemporáneo es bastante más amplio.

4.2 Concepto de Museo

El Consejo Internacional de Museos (ICOM en sus siglas en inglés) es un organismo no gubernamental que pretende representar a la comunidad museística mundial. Se creó hace más de 60 años y está formado por Museos y por profesionales. Su finalidad es aumentar la conciencia cultural pública y transmitir a la sociedad el patrimonio cultural y natural mundial. Para ello, establecen estándares profesionales y éticos, disponen de foros de expertos, hacen recomendaciones sobre cuestiones relacionadas con el patrimonio cultural y promueven el conocimiento.

ICOM define a los museos como “una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo.”

Han mantenido esta definición desde el año 2017, pero ya se ha iniciado un proceso de reflexión, a partir del cual se ha propuesto una nueva definición que será discutida en una próxima reunión y dirimida mediante un modelo colaborativo con todos sus socios. Esta es la nueva definición que proponen:

> “Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.”

No sabemos cuál será el resultado de la discusión, pero creo que efectivamente la definición que tienen actualmente vigente resulta un poco simple, aunque por supuesto nada de lo que dice es incorrecto. Ciertamente, la nueva definición es mucho más amplia y da

respuesta a lo que a día de hoy entendemos como un museo, que actualmente es algo más abierto y no es inamovible como era hace unos años.

De esta nueva descripción, es destacable, desde mi punto de vista, que se haga referencia al diálogo crítico, pues son muchos los museos que hoy en día acogen investigaciones, jornadas, conferencias, nuevos enfoques, etc., que probablemente se basan en el diálogo crítico. Me parece interesante también el que se mencionen los pasados y los futuros. Es decir, que ambos pueden ser múltiples y que un museo por supuesto mantiene y muestra el pasado, pero también preserva el futuro y trabaja por las generaciones futuras.

Por otro lado, considero que son destacables dos conceptos, en mi opinión, clave: participación y colaboración. Estas ideas son fundamentales en la sociedad actual y han significado recientemente un gran cambio en los museos, generando como resultado los llamados museos interactivos.

Los verbos que se usan en la definición también me parecen muy adecuados: coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo. Abarcan todas las motivaciones que puede tener un museo, sobre todo ampliar la comprensión del mundo. Y, por último, especialmente interesante es la referencia a la igualdad, la dignidad, el bienestar y la justicia social, todas menciones que abren la puerta a esa parte de responsabilidad social de los museos, trabajando por la sociedad y por el planeta.

4.3 Concepto de Centros de Arte Contemporáneo

La pregunta a día de hoy es ¿hay alguna diferencia en la actualidad entre un museo y un centro de arte? Probablemente no. La terminología es muy similar, las administraciones públicas no hacen diferencia, las asociaciones de profesionales tampoco, el cliente quizás puede pensar en los museos como un establecimiento más “serio”, aunque a día de hoy esa creencia está prácticamente superada y la gran mayoría de la audiencia no hace gran diferencia entre ellos.

Tradicionalmente se establecía una diferencia entre museos y centros de arte contemporáneo en el sentido de que estos últimos disponían de exposiciones temporales, que iban cambiando por lo tanto cada cierto tiempo. Sin embargo, los museos tenían colecciones permanentes, que no se modificaban. En ambos casos, las circunstancias han cambiado, pues los museos como sabemos muestran muchas exhibiciones temporales y actividades de todo tipo con duración determinada y con muchos cambios. Por otra parte, muchos centros de arte contemporáneo disponen de una colección propia, que es permanente, y que se va intercalando

con las que realizan de manera temporal, junto con ciclos, muestras temáticas y diferentes actividades.

Por este motivo, esta dicotomía en la actualidad no está operativa y podemos entender que es prácticamente lo mismo un centro que un museo de arte contemporáneo, sólo tiene la diferencia en la nomenclatura.

4.4 Concepto de Centro Cultural

Si las diferencias entre museos y centros de arte contemporáneo son en la práctica inexistentes, ¿qué similitudes tienen con los centros culturales?

Los autores Georgina DeCarli y Luckner Christophe establecieron dos categorías para centros culturales:

- Centro Cultural (universitario o de un país).

Son edificios amplios que cuentan, en general, con un auditorio con escenario para teatro o cine, biblioteca y videoteca, sala de ordenadores, salones para actividades académicas o talleres, laboratorio de idiomas, galerías y, a veces, memorial o exposición permanente.

- Centro Cultural Comunitario o Casa de Cultura.

Son espacios más modestos, ubicados normalmente en edificios públicos. Cuentan con biblioteca, área para talleres y pequeñas presentaciones culturales y sala para exposiciones temporales. Son de gran importancia para la comunidad, sobre todo en zonas rurales, por ser el único espacio para promover actividades culturales.

Me parecen interesantes estas dos posibles acepciones para centros culturales. Sin embargo, es importante destacar que estos autores son de Costa Rica y Haití, respectivamente, y están estableciendo una realidad que tiene su origen en las sociedades caribeñas y latinoamericanas. Probablemente, en nuestro contexto, a lo que ellos denominan centro cultural comunitario, lo llamaríamos centro cívico, es decir, esos centros que están más enraizados en un barrio o en una pequeña comunidad.

Con respecto a la primera definición me parece que puede ser una base interesante para lo que denominamos centros culturales, pues efectivamente disponen de diferentes opciones culturales, con talleres, exposiciones de diferente tipo, conferencias, proyecciones,

conciertos, centros de estudio, centros de trabajo, son dinamizadores culturales, acogen jornadas y cursos, etc. A estas cuestiones yo añadiría que también están muy arraigados a su comunidad, sin ser centros cívicos, y suelen ser centros que cambian la zona en la que se instalan, tanto a nivel arquitectónico en muchas ocasiones, como a nivel social y como aglutinador de ideas y de conceptos, con lo que eso supone en un área concreta. Podríamos decir que irradian esa cultura en todo su alrededor. Y, por último, prácticamente todos los centros culturales ponen precisamente su foco en el arte contemporáneo, o, mejor dicho, en las manifestaciones culturales actuales.

4.5 Datos de Centros Contemporáneos y Museos de Arte Contemporáneo en España

El Ministerio de Cultura de Deporte dispone en su página web de un Directorio de Museos y Colecciones Museográficas de España, afirmando que “es la mayor y más exhaustiva base de datos de museos y colecciones museográficas existente en España, desarrollada con la colaboración de todas las Comunidades Autónomas”.

La finalidad de este Directorio, que contempla cerca de 1600 centros en toda España, es que los ciudadanos conozcan estos centros y de esta manera incentivar su visita. Los museos y colecciones incluidos en él son los reconocidos oficialmente por las Comunidades Autónomas, cada una con su propia legislación y definición de museo y colección museográfica y otros criterios, por lo que se pueden haber quedado fuera de este listado algunos centros relevantes.

Según esta clasificación, en España disponemos de 125 museos y colecciones de Arte Contemporáneo, de los cuales 95 son museos y 30 son colecciones museográficas, que se distribuyen por Comunidades Autónomas de esta manera:

Número de Museos y Colecciones Museográficas en España (Directorio)			
Comunidad	**Museos**	**Colecciones Museográficas**	**Total**
Castilla La Mancha	10	8	18
Andalucía	16	1	17

Comunidad de Madrid	8	5	13
La Rioja	12	0	12
Islas Baleares	10	1	11
Aragón	8	2	10
Castilla y León	6	4	10
Canarias	6	4	10
Cataluña	5	0	5
Galicia	4	1	5
Extremadura	4	1	5
Comunidad Valenciana	4	1	5
Navarra	4	0	4
Principado de Asturias	3	1	4
País Vasco	2	0	2
Murcia	1	0	1
Ciudad de Melilla	0	1	1
Ciudad de Ceuta	0	0	0
Total España	**95**	**30**	**125**

Hay algunos datos interesantes en este listado, como el hecho de que la comunidad autónoma con más museos y centros de arte contemporáneo es Castilla La Mancha, con 18 centros. Sin duda, este dato es llamativo y poco conocido, pues la gran mayoría de personas no tiene la percepción de que ésta sea una Comunidad Autónoma en la que el arte contemporáneo sea de tanto interés. La comunidad que le sigue es Andalucía, con 17 centros; algo que parece más previsible, por ser una gran receptora de turismo. Sin embargo, cabe destacar que sólo una es colección museográfica, siendo los otros 16 museos. Algo parecido sucede en La Rioja, Comunidad Autónoma en la que los 12 centros que tiene son museos.

A pesar de estos datos puntuales mencionados anteriormente, en total son muchas menos las colecciones museográficas existentes en la actualidad en relación con los museos.

Por otra parte, en la parte baja de la tabla vemos que la Ciudad Autónoma de Ceuta no tienen ningún centro de arte contemporáneo. Murcia y la Ciudad Autónoma de Melilla tienen sólo uno y el País Vasco sólo dos.

5. Buenas prácticas del marco teórico en los Centros de Cultura Contemporánea, Centros Culturales y Museos de Arte Contemporáneos

La evolución de la Responsabilidad Social Corporativa en los últimos tiempos, tal como hemos analizado en esta investigación, unida al movimiento que se ha creado en la empresas y organizaciones tras la publicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ha supuesto también una diferencia en la Industria Cultural y Creativa, realizando diferentes acciones y medidas encaminadas a poner en práctica estrategias de Responsabilidad Social Empresarial amparadas en los ODS .

Otros sectores se han incorporado hace tiempo al ámbito de la RSC y los ODS y, quizás con un poco de retraso sobre otros, el mundo de la cultura también ha acabado realizando sus estrategias en este sentido, implementando acciones de todo tipo para mejorar en este apartado.

A parte de las buenas prácticas concretas, con determinadas acciones en materia de Objetivos de Desarrollo Sostenible y en políticas de Responsabilidad Social Corporativa, esta preocupación y este cambio en el pensamiento estratégico se ha traducido en algunos procedimientos inducidos por la legislación y por los cambios en el ámbito empresarial. Un ejemplo son los Informes de Información No Financiera, las certificaciones de diferente tipo o los portales y las áreas de transparencia.

5.1 Informes de Información No Financiera

Como se reseñó anteriormente en este estudio, en España en la actualidad la legislación ha cambiado y obliga a determinadas compañías a ofrecer información no financiera o de responsabilidad social de su negocio.

Como también se ha indicado anteriormente, la Industria Cultural y Creativa en España es muy diversa y extensa, por lo que es probable que alguna de las empresas que la forma esté obligada a presentar dichos informes en base a los requisitos que establece la Ley.

En lo que se refiere a la parte de centros culturales y de centros de arte contemporáneo, a partir de la información analizada, no he encontrado ningún centro que deba presentar dicha información.

Esto se debe a que la mayoría de estos centros no cumplen con los criterios que exige la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, para presentar dichos informes, pues para estar incluidas en esta legislación deben ser compañías con un tamaño relativamente grande, bien en lo que se refiere al personal que tienen contratado o bien con respecto a su facturación, si no a ambas.

Muchos de estos tipos de centros son organizaciones sin ánimo de lucro y muchos de ellos son centros pequeños, con pocos trabajadores, por lo que en su gran mayoría no podrán ser considerados como grandes empresas.

Sin embargo, son muchos los centros que ofrecen un documento o una zona en sus páginas webs en la que reportan sus actividades, memorias de actividades o memorias anuales, siendo el contenido bastante similar.

En estos documentos se indican las actividades realizadas durante todo el año con unos datos que son muy parecidos a los que se reportarían en un Informe de Información No Financiera. La principal diferencia y dificultad es que al no estar obligados legalmente a realizar estos informes, la diversidad, cantidad y calidad de la información sobre la que se reporta es muy amplia.

5.2 Áreas de transparencia

La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, con vigencia en nuestro país desde el año 2014, ha supuesto un gran cambio en la información de todo tipo que tienen que mostrar los organismos públicos.

Esta Ley sólo obliga a las entidades públicas a mostrar los datos y a las privadas que se benefician de importantes subvenciones públicas, pero el grueso de la obligatoriedad corresponde a la administración. Sin embargo, en mi opinión, ha supuesto una tendencia importante en lo que a mostrar la información se refiere.

Muchos de los centros culturales y de arte contemporáneo son públicos o tienen un componente público importante, bien vía subvenciones o bien vía patronatos. Algunos de estos centros disponen de portales de transparencia propios o de áreas web con esa información disponible para quien la quiera consultar.

No obstante, en la gran mayoría de los casos lo que sucede es que esos organismos públicos de los que dependen deben mostrar en sus propios portales de transparencia cuánto presupuesto se destina a ellos, cuántas personas trabajan en ellos, datos sobre gastos de todo tipo, inversiones, a quién se adjudican las obras y los detalles que requiere la Ley de Transparencia. Por tanto, si se quiere conocer la información sobre los centros culturales se deberá acudir al organismo público del que dependen, en lugar de a los propios centros. Aunque la ley realmente obliga a que sea la organización que recibe las subvenciones la que habilite un portal de transparencia donde dar cuentas de estas ayudas.

A pesar de esto, lo que me parece más relevante para esta investigación, es la tendencia, la necesidad o costumbre que este compromiso con la transparencia genera en la sociedad en su conjunto.

Cuando no se daba esa información siempre había grupos que lo requerían, pero desde el momento en que comienzas a ofrecer datos las expectativas crecen y es difícil frenar la tendencia.

Esto hace que actualmente demos por hecho que podremos obtener esa información y, por lo tanto, la requerimos. Además, las propias organizaciones comienzan a implantar medidas para que se conozcan sus datos y aportan más de los que la propia ley les requiere porque se ven dominadas por esa corriente o por la propia inercia de ofrecer información, al margen de la necesidad de hacerlo.

5.3 Sistemas de certificación

Existen en el mercado diferentes certificaciones que son ofrecidas por organismos privados. Son sistemas para organizar el trabajo en materia de sostenibilidad y Responsabilidad

Social Corporativa, para sistematizarlo y disponer de indicadores que nos permitan conocer la evolución de las medidas que tomamos. Algunos de ellos permiten seguir su sistema sin certificarlo luego, es decir, puedes usar los indicadores de GRI o contestar a las preguntas que te ofrece B-Corp sin necesidad de enviar el resultado de las mismas a dichas entidades.

En el caso de GRI (Global Reporting Initiative), que es el sistema de estándares que a nivel internacional tiene más relevancia en la actualidad, hay organizaciones que elaboran sus memorias siguiendo su metodología con los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. Se puede simplemente reportar a GRI y enviarles dicha memoria. En España son 583 organizaciones las que constan en su base de datos. Dicha base de datos puede ser consultada en su página web y se pueden descargar todas esas memorias.

Si una organización quiere mostrar que un organismo independiente ha verificado que la información aportada en esas memorias es real debe hacerlo al margen de GRI, con empresas que se dedican a esa tarea. Esto se hace normalmente por un tema de credibilidad, en el mercado económico especialmente, pero también de cara a otro tipo de públicos.

GRI no dispone de un epígrafe de búsqueda en su base de datos para empresas culturales, educativas, artísticas o alguna otra opción que pertenezca a la industria cultural y creativa, pues no es un sector que tradicionalmente, como hemos visto, se haya relacionado con estos estándares. Por tanto, no podemos saber si alguna de estas empresas se ha certificado con ellos o les han enviado sus memorias.

B-Corp es un sistema de certificación con menos tiempo en el mercado. Es una metodología que se ocupa del desempeño social y ambiental y va dirigido a empresas con un propósito de generación de impacto positivo en la sociedad, De este modo, las empresas B Corp tienen en cuenta tanto los beneficios económicos como el impacto social de su organización. Se preguntan cuestiones sobre los trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente.

B Corp pone a disposición de todo el mundo una herramienta gratuita online, con la que se puede medir lo que denominan el Impacto B. Además de este uso, que puede servir para autoevaluarnos y trabajar en los aspectos que consideremos más relevantes, hay compañías que se certifican bajo el sistema B Corp. Según su memoria del año 2018 en aquel momento eran 57 las llamadas Empresas B.

De esas empresas, clasificadas por sectores, podemos ver que varios epígrafes coinciden con actividades que pertenecen a la Industria Cultural y Creativa, con un total de 10 compañías vinculadas a este sector:

- Producción Audiovisual: 1 empresa
- Comunicación y Marketing: 4 empresas
- Educación y Formación: 3 empresas
- Medios de Comunicación: 1 empresa
- Publicaciones Impresas: 3 empresas

Otro gran sistema de certificación, probablemente el más conocido en todos los sectores, es el de las normas ISO. Esta entidad dispone de diferentes normas que certifican todo tipo de aspectos empresariales, siendo especialmente conocidos los estándares de calidad e impacto ambiental. Adicionalmente también disponen de normas relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa.

Una diferencia fundamental de la ISO 26000, que es la que desarrollo los aspectos relativos a la Responsabilidad Social, es que ésta, frente a otras normas ISO existentes en el mercado, no es certificable. Es decir, se puede aplicar y existen los estándares para su integración, pero no es certificable externamente por ninguna entidad.

En el caso de la certificación 14001, bajo la cual se desarrolla el sistema de gestión ambiental, la certificación sí que se realiza a través de organismos independientes, que son los que comprueban que la información que aportan las empresas es real.

6. Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACB)

6.1 El museo

El Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA) nació en noviembre del año 1995, aunque ya desde el año 1959 el escritor y crítico de arte Alexandre Cirici Pellicer abogó por tener un museo de arte contemporáneo en la ciudad. Él mismo, junto a otras personalidades, comenzaron a reunir obras para la que debía ser la futura colección del museo. Durante varios años organizaron diferentes exposiciones con artistas del momento, pero en 1963 tuvieron que dejar de hacerlo como consecuencia de la dictadura. En este momento, parte de los fondos fueron a parar al Museo Víctor Balaguer.

Con la llegada de la democracia se retomó el proyecto, pero no se materializó hasta que en 1987 se creó la Fundación Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, presidida por el empresario Leopoldo Rodés, lo que supuso que la iniciativa privada se incorporaba también a la idea. En 1988 se creó el Consorcio del Museo de Arte Contemporáneo, formado por la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona y la propia Fundación. La inauguración del MACBA fue el 28 de noviembre de 1995. Desde el año 2007 el Ministerio de Cultura también pertenece al Consorcio. En la actualidad, desde el año 2005, el director del museo es Ferran Barenblit.

El Museo se ha consolidado internacionalmente como un modelo a seguir en arte contemporáneo. La colección está formada por obras de artistas catalanes, españoles e internacionales, que principalmente datan desde 1960 hasta la actualidad. Dichas obras están realizadas con todo tipo de técnicas artísticas: pintura, escultura, dibujo, collage, ensamblaje, objetos, instalaciones o grabaciones audiovisuales y sonoras, entre otros.

A parte de mostrar la colección propia, elaboran exposiciones temporales. Por otro lado, el MACBA ha fomentado la investigación y la reflexión en torno al arte contemporáneo.

6.2 Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad en el MACBA

Se ha elegido este gran Museo como modelo de estudio, no por su colección o por sus actividades paralelas realizadas por el MACBA, siendo ambas de gran notoriedad, sino por el hecho de que este centro es el que tiene el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad más desarrollado, público y de fácil acceso. El MACBA tomó la decisión de apostar por la Responsabilidad Social en el año 2017 y desde entonces es uno de sus ejes de trabajo.

En cuanto entramos en la página web del museo www.macba.cat observamos en la parte superior de la izquierda una pestaña denominada *Sobre el MACBA*. Es en este apartado donde vamos a encontrar información detallada de los siguientes puntos:

- El museo
- Responsabilidad Social
- Accesibilidad
- Medio Ambiente y Sostenibilidad
- Proyecto Social
- Trabaja en el MACBA

- Transparencia
- Perfil del contratante
- Facturación electrónica
- Equipo
- Prensa
- Contacto

Como vemos, todo el espectro de lo que abarcaría un buen programa de Responsabilidad Social Corporativa y de Sostenibilidad está presente en este apartado titulado *Sobre el museo*. Observamos un epígrafe propiamente denominado Responsabilidad Social y otro igualmente denominado Medio Ambiente y Sostenibilidad. A parte de estos dos apartados, vemos otros que podríamos encajar en otros ámbitos de la RSC, como la Transparencia, el Proyecto Social, la Accesibilidad, la parte económica (Facturación electrónica) y la parte de los stakeholders (Trabaja en el MACBA, Perfil del contratante, Equipo y Prensa). Iremos viendo cada uno de los puntos por separados, pero me gustaría reseñar la facilidad para encontrar cada uno de ellos y acceder a toda la información, tanto en catalán como en español o en inglés, aunque habrá documentos sólo disponibles en catalán.

6.2.1 El museo

En este punto se incluye la historia de la colección, que ya se ha comentado en la introducción, y del espacio y la arquitectura del edificio que alberga el museo. En realidad el MACBA consta de tres espacios diferenciados: el Edificio Meier, el Auditorio y el Convento de los Ángeles.

El Edificio Meier, es denominado así por el arquitecto norteamericano Richard Meier, que lo proyectó en 1990. El auditorio, que se encuentra en el sótano, se habilitó en el año 2004 para disponer de un espacio para las actividades propias.

Por último, el Convento de los Ángeles aporta otro espacio expositivo al MACBA. Su capilla de estilo gótico, construida entre 1562 y 1566, se usa como centro de exposiciones. Parte de las instalaciones del convento, que se construyó para albergar a una comunidad de terciarias dominicas que estaban en ese lugar desde 1497, alberga el centro de estudios y documentación.

En este apartado se reseñan también cuatro puntos muy importantes en la política de Responsabilidad Social Empresarial: misión, visión, estrategia y el Consorcio del Museo.

Respecto a este último punto, el Consorcio, me parece muy relevante porque es uno de los stakeholders más importantes del MACBA o de cualquier otro organismo que dependa de

consorcios. En el caso de este museo, como ya se indicó, el consorcio lo forman la Fundación MACBA y las administraciones local, autonómica y estatal (Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Cataluña y Ministerio de Cultura). En el apartado web que le dedican podemos ver cuál es el objeto de dicho consorcio según los estatutos del MACBA vigentes, las personas que forman el Consejo General, de las cuales se pueden descargar los curricula, aunque sólo en catalán. También se pueden descargar los estatutos, que datan del año 2015.

La misión del MACBA está definida como "hacer vivir el arte contemporáneo y, con una especial atención, el arte contemporáneo catalán. Mediante la investigación, la generación de conocimiento y la difusión, quiere provocar el disfrute y el interés por el arte y la cultura contemporánea desde una voluntad e incidencia transformadora de las personas y la sociedad. El MACBA quiere participar en la construcción de una sociedad más libre y con espíritu crítico." Es una misión muy completa, que está alineada con todo lo que vemos en la web, con lo que nos transmiten y difunden y con las actividades que realizan.

En cuanto a la visión, la describen como "el MACBA es una institución que fusiona la responsabilidad de mirar hacia el pasado reciente —del arte— con la construcción de su futuro. Trabaja desde el arte y desde las experiencias artísticas, renunciando a lecturas unívocas y hegemónicas." Está relacionada con la visión en cuanto a la preocupación por el arte y las experiencias artísticas, no se cierra a lo que pueda considerarse como arte en el futuro y resalta su empeño en el espíritu crítico de la misión, rechazando las lecturas unívocas. Además, me parece muy interesante que se refieran al arte contemporáneo como pasado reciente del arte y teniendo siempre a la vista su futuro.

6.2.2 Responsabilidad Social

Como se ha señalado anteriormente, desde el año 2017 el MACBA está trabajando en un sistema de responsabilidad social, con el objetivo de "impulsar las buenas prácticas en términos de sostenibilidad en todos los ámbitos –social, ambiental, laboral, económico y de buen gobierno– y reforzar el estilo de gobernanza abierto a sus grupos de interés." Para poner en marcha este proyecto se constituyó la Mesa de Responsabilidad Social formada por los mediadores, se elaboró un código ético (que se puede descargar en este apartado) y se definió el Plan de Acción.

En la actualidad, el Museo ha establecido una Estrategia 2022, así que la RSC debe seguir los objetivos planteados por dicha Estrategia, que ha apostado por "implantar un modelo transparente en la gestión, que implica funcionar bajo parámetros de mejor autocontrol y dar impulso a la participación como herramienta de gobernanza que lo conecta con su entorno y la sociedad." Del mismo modo, también hay una apuesta clara por desarrollar "un museo

accesible, comprometido socialmente y con el entorno es un museo más eficaz en el desempeño de su misión y más capaz de ser sostenible."

En realidad, para una política de Responsabilidad Empresarial y Sostenibilidad, el primero de los objetivos es totalmente aplicable, pues la transparencia y la buena gobernanza deben estar presentes siempre en un plan de acción de RSC. El segundo aspecto que pone a la sostenibilidad como una de las metas, todavía más. Finalmente, en lo que se refiere a la accesibilidad y al compromiso social también está totalmente alineado, pues son términos y conceptos que deben estar presentes en nuestro plan de acción de RSE.

Tras los primeros pasos en la Responsabilidad Social y siguiendo esta Estrategia 2022, sus esfuerzos se centran ahora en los grupos de interés. Ya se había realizado un diagnóstico, un análisis DAFO y, a través de un proceso participativo con el personal del MACBA, se hizo un análisis de materialidad.

Se han identificado diez grupos de interés: usuarios, administración y consorcio, alianzas, comunidad artística, equipo, medio ambiente, medios de comunicación, proveedores, sector educativo y sociedad. Cada uno dispone de un mediador y actualmente están trabajando en formalizar y consolidar los canales de comunicación con estos grupos.

A parte de estos pasos más estratégicos, ya tenían en marcha diferentes acciones que se están ahora formalizando e incluyendo en el Plan de Acción de RSC. Ellos mismos destacan algunos de las acciones claves de ese plan:

- Política propia de compra responsable
- Sistema de gestión ambiental
- Plan de accesibilidad
- Plan de mejora de la experiencia del visitante
- Mejora del ambiente de trabajo y de la comunicación interna (conciliación laboral y familiar, plan de formación y desarrollo, y plan de prevención del acoso)
- Refuerzo de las relaciones y acciones con nuestras comunidades (sobre todo con la comunidad artística, el sector educativo y el barrio del Raval).

Veremos que algunos de estas medidas tendrán reflejo en lo que ellos publican en su web, mientras que otras, sin embargo, no se están ejecutando todavía o, al menos, no se están comunicando. Sí que es cierto que todas ellas tienen su propio apartado en esta parte de Responsabilidad Social de la web, pero al clicar en ellos te llevan a las zonas web correspondientes, sin aportar más información. Es decir, por ejemplo, el plan de mejora de la experiencia del visitante te lleva a la zona donde se prepara la visita, o la de mejora del ambiente

de trabajo a la zona donde se publican las ofertas de trabajo, no a apartados independientes donde se indique que se está realizando en ese plan en concreto.

El MACBA no publica una Memoria de RSC, pero sí un documento al que llaman Memoria. La del año 2019 está colgada en su web, al igual que las de años pasados, y se puede acceder a ellas fácilmente. En esta memoria, la Responsabilidad Social es sólo un apartado de la misma, que consta de tres páginas y en la que no se da más información que lo que se indica en la web, añadiendo sólo el gráfico del análisis de materialidad. En relación con el resto de los aspectos, como los artísticos o administrativos, la memoria es bastante exhaustiva, puesto que es más una memoria de actividades.

Por último, se informa de que el Museo forma parte de la red Barcelona + sostenible, del programa Barómetro Social de los Museos de la Generalitat de Cataluña, como museo piloto del mismo, y está adherido al Compromiso Biosphere de turismo sostenible de la ciudad de Barcelona. Estas certificaciones también aparecen en el apartado de Medio Ambiente y Sostenibilidad.

6.2.3 Accesibilidad

Este apartado comienza con una declaración de intenciones realmente muy interesante: “Creemos que el arte debe actuar como motor de reflexión y transformación social. Por ello, impulsamos un programa de accesibilidad con la voluntad de promover el acceso de todos los colectivos al arte contemporáneo; y también con el deseo de acoger y articular nuevos debates y coyunturas críticas en el ámbito del arte y la diversidad funcional”.

Efectivamente, su trabajo en promover que todos los colectivos puedan acceder al MACBA es impecable, como veremos más adelante, pero van más allá con su vocación de promover una unión, un debate, entre arte y diversidad funcional, lo que se posiciona como parte de su misión que era generar siempre un espíritu crítico y como parte también de sus objetivos de la Estrategia 2022 del museo.

En cuanto al hecho de que todos los colectivos pueden acceder a las exposiciones, disponen de medidas de accesibilidad de todo tipo: auditivas, visuales, físicas, cognitivas (en referencia a la discapacidad intelectual) e incluso disponen de una visita prevista para personas con autismo, en un concepto que denomina otros. Estas medidas, además, no son puntuales e incluso en la mayoría no necesitas planificar tu visita o avisar de que alguien con alguna de estas diversidades va a acudir al museo, ya que son medidas definitivas y que se encuentran siempre en el museo (como los libros en braille, los bucles magnéticos o los platos con agua para perros de asistencia, por ejemplo)

6.2.4 Medio Ambiente y Sostenibilidad

Desde que en el año 2017 establecen las políticas de Responsabilidad Social, el factor medioambiental se presenta como uno de los ejes del proyecto y como parte de los objetivos de la Estrategia 2022, estableciéndose un sistema propio de gestión ambiental.

Resulta de interés que la información del MACBA indica que se pretende “disminuir el impacto negativo de nuestra actividad sobre el entorno, con el objetivo de ser un museo más sostenible, concienciar a la sociedad y frenar el cambio climático.”

Esta declaración indica la seriedad con la que afrontan este ámbito, ya que siguiendo la teoría de la responsabilidad social primero hablan de reducir los impactos negativos y después de la sostenibilidad del museo. Dicha sostenibilidad hace también referencia a la que analizamos anteriormente, que es la de concienciar a la sociedad sobre el reto medioambiental, uno de los tipos de sostenibilidad que vimos que la industria cultural y creativa podía adoptar, además de la propia de frenar las consecuencias del cambio climático.

El sistema de gestión ambiental se ha materializado, tras un diagnóstico inicial que ha durado dos años, en un sistema con base en las normas ISO. El Museo venía desde 2014 realizando medidas ambientales, como las referidas a la renovación tecnológica con opciones menos contaminantes o la sustitución de productos de uso del MACBA por alternativas más sostenibles en todos los campos: productos más eficientes, de proximidad y/o con certificación de origen.

En este apartado sobre sostenibilidad se nos indican algunos proyectos concretos en los que están trabajando, como la economía circular (alargan la vida de los materiales, bien dándole otros usos o mediante intercambios con otras entidades de la ciudad); un plan de movilidad para reducir la huella de carbono; la gestión de residuos a través de la recogida selectiva en todas las instalaciones del MACBA y la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a sus actividades públicas e internas.

6.2.5 Proyecto Social

El MACBA se encuentra situado en el barrio de El Raval y tiene relación con su entorno, considerado como el propio barrio y la ciudad de Barcelona. Esta es la parte que se cuenta en el Proyecto social.

En primer lugar, haciendo referencia al punto relacionado con la accesibilidad, que se considera dentro de este proyecto social, éste se amplía con su participación en Apropa Cultura, una red de teatros, auditorios, festivales y museos que ofrecen espectáculos y actividades culturales a precios asequibles para personas en riesgo de exclusión social o con discapacidad. Haciendo referencia también a su política de precios, es importante destacar que dispone de ciertas entradas gratuitas y puertas abiertas los sábados por la tarde.

Creo que esta explicación de Apropa y de los precios debiera estar también incluido en la parte de accesibilidad, puesto que si no se hace difícil de encontrar, al estar sólo en esta zona de la web.

Por otra parte, siguiendo con su vocación de generar diálogos sobre la actualidad, incluyen aquí su espacio de Participación y Ccolaboración, en el que muestran su acuerdo con la ONG Refugee Friendly. Gracias a esta colaboración, ayudan a integrar a los refugiados recién llegados en sus actividades. A través de la iniciativa de Black Barcelona, dedicada a la comunidad afrodescendiente, realizan una programación conjunta. También a través de la colaboración con Barcelona Tech City, con quien organizan visitas al museo y a El Raval para emprendedores recién llegados a la ciudad.

Aparte de estas iniciativas, en relación con el barrio tienen varios proyectos concretos en marcha: uno que involucra a todos los vecinos de todas las edades en torno a la gastronomía, que se llama La Cocina, y otro enmarcado en sus proyectos educativos, que tienen varios programas en marcha, uno de ellos enfocado de manera específica al público más joven que se llama Los niños y niñas del barrio.

6.2.6 Trabaja en el MACBA

En este apartado no disponen de mucha información, sólo hacen referencia a su oferta pública de empleo y a su programa de prácticas. No disponen, por ejemplo, de una presentación del equipo (la veremos en el punto 10 Equipo, pero sólo con los nombres de las personas) ni de los programas internos que puedan tener con respecto a sus propios trabajadores, algo que creo que podría ser interesante.

Lo que más llama la atención es que tampoco están reflejados estos datos en el punto 10 de Equipo ni, lo que es más llamativo, en su memoria de actividades.

A partir de este análisis, podemos pensar que no disponen de ningún programa concreto. Sin embargo, si tenemos en cuenta todo su desarrollo en RSC, es llamativo que no dispongan de ninguna medida para sus empleados, lo cual suele ser una estrategia fundamental en todos los programas de RSE y además es una de las medidas claves reseñadas en su Plan de Acción de Responsabilidad Social del museo.

Solamente encontraremos información sobre contrataciones y sobre el plan de formación, pero será en el siguiente punto, relativo a la transparencia.

6.2.7 Transparencia

Desde al año 2015, la Fundación Compromiso y Transparencia considera al MACBA como un museo transparente y como uno de los mejores en este ámbito junto al Museo Guggenheim de Bilbao.

Las áreas de las que se aporta información se han dividido en: Información institucional y organizativa, Acción de gobierno, Gestión económica y administrativa, Información de relevancia y jurídica y Acceso a la información pública.

En todos los puntos reseñados se pueden descargar fácilmente los documentos, la mayoría de ellos en catalán. Si necesitas una información concreta en el último punto se accede a la zona de transparencia de la página web del Ayuntamiento de Barcelona, desde la que se puede acceder a una solicitud de información.

6.2.8 Perfil del contratante

Este apartado está muy ligado al portal de transparencia, pues en él se difunden y se gestionan las licitaciones, las adjudicaciones y todo tipo de contratos. Hay cuestiones que las tramita el MACBA a través de sus regulaciones internas propias, como la Normativa de aplicación (que remite a los estatutos del centro), la Normativa de pago y la Coordinación de la actividad empresarial. Sin embargo, las licitaciones se remiten a la Generalitat de Cataluña y la Compra Pública Responsable. Si bien tiene normativa propia, es espejo del Ayuntamiento de Barcelona, por la dependencia del museo de dicho consistorio.

6.2.9 Facturación electrónica

Este apartado está independiente del anterior, pero tiene mucha relación con él, pues es un sitio para gestionar toda la facturación del Museo. Se puede consultar el estado de las facturas y comunicar los cambios de datos fiscales o bancarios. Incluso disponen de un área de preguntas frecuentes.

6.2.10 Equipo

Podemos ver un organigrama, sin nombres, en el que se relacionan los departamentos. Clicando en estos departamentos veremos el nombre del puesto de los que consta cada departamento y el nombre de las personas, junto a los correos electrónicos. Como señalábamos en el punto 6 de este apartado, no existe ni presentación personal ni ningún programa de conciliación, de retribución ni de ningún otro tipo en relación con los propios empleados.

6.2.11 Prensa

Como cualquier organismo que tiene relación con los medios, el MACBA dispone de un Departamento de Prensa con el que se debe contactar para pedir información de cualquier tipo. En la web se cuelgan las notas de prensa y fotografías para uso de los medios que lo requieran.

6.2.12 Contacto

Igualmente este apartado es el clásico para poder conocer direcciones postales y de correo electrónico si quieres contactar con el museo.

6.3 El MACBA y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En la página web del Museo no aparece ninguna mención de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Sin embargo sí que aparecen repetidas menciones en la Memoria del MACBA.

En el índice de dicha Memoria aparecen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con su icono correspondiente y su título, acompañados de la siguiente explicación: *La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible plantea 17 objetivos de desarrollo sostenible con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental.*

En este índice se detallan, como es habitual, cada uno de los puntos a tratar en el documento. Será en esos puntos donde encontraremos, al principio de cada uno, qué Objetivos de Desarrollo Sostenible concretos se vinculan al tema tratado.

Por ejemplo, si observamos el epígrafe número 10. Públicos, se nos indica al principio del apartado, con los iconos, que los ODS vinculados con ese punto son los números 8, 9 y 10, y se da debajo la explicación de la razón por la que esos Objetivos son los elegidos:

- *Alianzas para garantizar el acceso de todos los públicos a nuestra programación*
- *Nueva estrategia digital, centrada en los usuarios y su diversidad, con herramientas abiertas a la interacción*
- *Formatos y lenguajes innovadores al servicio de la accesibilidad y el acercamiento entre el museo y sus comunidades*
- *Desarrollo de redes sociales que faciliten el acceso a nuestro patrimonio y a la programación del museo*
- *Participación en campañas de sensibilización social y medioambiental*

Todos los epígrafes disponen de sus correspondientes ODS y de las explicaciones de su uso, por lo que podemos entender que en la parte organizativa y administrativa del museo se está teniendo en cuenta la Agenda 2030 y es una propuesta que están teniendo en cuenta para sus estrategias y acciones. No obstante, al menos en la parte digital, no está teniendo visibilidad pública.

7. Conclusiones

La principal conclusión de este trabajo es que los centros de arte contemporáneo, sean museos o centros de cualquier tipo, tienen un amplio abanico de mejora en responsabilidad social corporativa, en sostenibilidad y en la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La Industria Cultural y Creativa, como hemos venido indicando en repetidas ocasiones, es muy extensa y siempre habrá excepciones, pero es un sector que aún puede mejorar mucho en este ámbito, pues son pocas las empresas que aplican planes de RSE y Sostenibilidad.

Por otra parte, la sostenibilidad y la responsabilidad social son conceptos que parecen tener una íntima ligazón con la cultura, en diferentes niveles. De manera especial, cabe destacar su vertiente pedagógica y de comunicación social, pues pueden ser un excelente medio para transformar la sociedad hacia un mundo más sostenible y responsable.

La cultura es un vehículo original y a través del que se pueden traspasar las capas conscientes de la población para calar en el alma social de la misma, ya sea como una manera de mostrar nuevas formas de entender y de enseñar la sostenibilidad o ya sea como actor de investigación descubriendo nuevos caminos.

En lo que se refiere a la propia gestión de los centros culturales, son muchos los pasos que se pueden dar hacia la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad, porque no sólo se trata de realizar planes completos de responsabilidad social, sino incluso de ir poco a poco dando pasos y estableciendo medidas que vayan en esa senda, pues mejoraría su relación con respecto a la sociedad. De este modo, se beneficiarían de todas las ventajas de reputación y de mejora de su imagen con respecto, no sólo a la comunidad sino también a su público, consiguiendo la implicación de éste y su fidelidad.

En la actualidad, con la prevalencia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los medios de comunicación y la constante alusión a ellos por parte de agentes políticos y de otros grupos sociales, cada vez es mayor el conocimiento que las empresas y el público en general tienen de éstos, por lo que es una gran vía para comenzar con medidas de responsabilidad social y sostenibilidad.

En el caso de los centros de cultura contemporánea, sean museos o no, muchos dependen de organismos públicos y estos están hoy en día estableciendo vinculaciones con los ODS en todas sus acciones. Por tanto, la Agenda 2030 y sus metas y objetivos pueden ser una manera perfecta para empezar a ejercer acciones de pequeño o gran calibre en dirección a la responsabilidad social empresarial, usando los Objetivos de Desarrollo Sostenible como una manera de preparar proyectos en los centros, de vincular los proyectos ya en marcha o incluso de programar actividades o exhibiciones en los centros con este argumento.

Hemos visto que el público se encuentra en un momento en el que demanda que las marcas se preocupan por la sostenibilidad medioambiental y por otros temas sociales candentes, que estarían dispuestos a decantarse por un producto o servicio que ellos perciban que van en ese sendero, por lo que debemos entender que no tiene por qué ser diferente en cuanto a los consumidores de cultura.

Incluso se podría ir un poco más allá y pensar que este público puede ser más exigente que otros, pues su nivel educativo y cultural puede ser más alto. La RSC debe ser un elemento diferenciador que incline la balanza en la toma de decisiones de los consumidores, diferenciando a las diferentes propuestas de valor de su competencia.

Otro agente del mercado que, desde mi punto de vista, también debiera tener más en cuenta a la Industria Cultural y Creativa, es el de la industria de las certificaciones. El hecho de que ni GRI ni B-Corp dispongan de un apartado relativo a este sector indica que no muchos de sus clientes o de los organismos que se certifican o evalúan con ellos pertenecen al mismo.

Podría pensarse, por tanto, que existe un nicho de mercado importante y su desarrollo podría incidir en este sector e intentar que se unan a estos movimientos.

En el plan de Responsabilidad Social del MACBA vimos como ellos se apoyaban en el sistema ISO para desarrollarlo. Las normativas ISO son ampliamente conocidas, debido a su penetración en el mercado a través sobre todo de los métodos de calidad, pero GRI y B-Corp tienen cada uno sus propios estándares e idiosincrasia, y es posible que puedan encajar mejor con el mundo de la cultura.

En resumen, creo que como existe en la actualidad poco desarrollo específico en relación con la responsabilidad social y sostenibilidad cultural, podríamos pensar que es un campo en el que se pueden llevar a cabo múltiples y cuantiosas acciones.

Queda mucho por hacer y se puede pensar que el futuro en este campo es alentador, que existen muchas posibilidades para explorar y para poder trabajar sobre ellas.

8. Referencias

Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. (1997). Nuestra diversidad creativa. Recuperado de https://oibc.oei.es/uploads/attachments/125/nuestra_diversidad.pdf

Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de Naciones Unidas. (1987). Nuestro futuro común. Recuperado de https://observatoriorsc.org/nuestro-futuro-comun/

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2018). El comercio justo en España. Recuperado de https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Comercio-Justo-2018-def-pdf.pdf

DeCarli G. y Christophe L. (2012) ¿Museo, centro cultural o ambos? Cultura y Desarrollo, 8, 17-21 Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219726

Díaz Amunárriz C. La gestión de las galerías de arte. Recuperado de https://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Publicaciones%20AECID/La%20gesti%C3%B3n%20de%20las%20galer%C3%ADas%20de%20arte.pdf

DIRSE. (2019). II Estudio de la función dirse en la empresa española. Recuperado de https://www.dirse.es/ii-estudio-la-funcion-dirse-la-empresa-espanola-2019

Forética. (2018). Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista. Recuperado de https://www.foretica.org/informe_foretica_2018.pdf

García Haro M. (2017). Impulsando una cultura más sostenible. Conectando Audiencias, 12, 4-8 Recuperado de http://asimetrica.org/wp-content/uploads/2018/02/Conectando-Audiencias-12.pdf

Ministerio de Cultura y Deporte, (2019). Memoria de Políticas de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas. Recuperado de https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:87dfd2bb-b456-40f3-b164-83f850596654/memoria-politicas-fomento-icc-2019.pdf

Negri M. (2011-2012). La aparición del concepto de sostenibilidad en el ámbito de los museos de Europa. Posibles directrices para la evolución de los museos como organizaciones sostenibles. Museos.es, 7-8, 34-43 Recuperado de http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:a8dd2767-edd4-4401-86ae-c21e577a68f7/aparicion-concepto-sostenibilidad.pdf

Porcedda A. (2011-2012). El Museo de la Civilización de Quebec: la cultura como componente central del desarrollo sostenible. Museos.es, 7-8, 72-89 Recuperado de http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:23c4f148-3aeb-48ce-bb58-24294186e894/museo-civilizacion-quebec.pdf

Reglamento (UE) Nº 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2013 por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020) (2013)

Unesco. (2009). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf