



Instituto  
de arte  
contemporáneo

# El público quiere menos cultura y más solidaridad

Publicado 13-12-2008

Elisa Silió. *El País*, 13 de diciembre de 2008

**Que tiemblen iglesias y exposiciones: cuando el cliente decide, crece la inversión en obra social - La experiencia de la Caja de Ahorros de Navarra pone en evidencia el divorcio de prioridades.**

Sorpresa en el mundo de la banca. Y de la democracia. La decisión de la Caja de Ahorros de Navarra de dar a sus clientes voz y voto para elegir los proyectos en los que invertir ha dado un vuelco a las previsiones: no quieren tanta cultura, sino solidaridad. El divorcio entre dirigentes y opinión pública ha trastocado las cuentas de cientos de proyectos y ha puesto sobre la mesa el debate sobre las prioridades sociales.

En 2006, antes de que las hipotecas basura y los activos tóxicos hundieran la Bolsa de Wall Street, Jacques Attali, presidente de PlaNet Finance -la mayor organización mundial de microcréditos-, predijo la pérdida de confianza en las entidades bancarias. "Los bancos producen seguros, mercados de valores y todo este tipo de cosas que no son recursos muy útiles para gente que necesita agua potable. Si no se aproximan a esta nueva dimensión, van a tener problemas en el futuro", afirmó en EL PAÍS.

Y el futuro ha llegado cargado de recelos. Cada vez más gente se plantea qué hacen los bancos con su dinero. Por eso las entidades se centran hoy en vender la obra social de sus fundaciones y los minoritarios bancos éticos -que sólo prestan e invierten el dinero en iniciativas sociales, medioambientales y culturales- están de enhorabuena.

"La gente quiere saber si su dinero va en la misma dirección que sus ideales y valores", señala Esteban Barroso, director general de Triodos Bank, un banco ético que se estableció hace dos años en España. "En Europa crecemos un 20% anual y en España entre un 40% y un 50%. Tenemos ya 13.000 clientes".

Caja de Ahorros de Navarra (CAN) ha decidido que sean sus 650.000 clientes quienes dispongan a qué obras sociales se destinan 50,4 millones de euros -el 30% de sus beneficios-. Y se han dado cuenta de que durante décadas la reinversión en la sociedad no ha coincidido con lo que ésta quería. En manos de

los usuarios, el 28% de los fondos que iba a cultura se han convertido en un pírrico 5%, y el 35% de ocio, bienestar y deportes se ha quedado en un 15%. Mientras, medio ambiente ha aumentado su partida del 5% al 10% o la discapacidad -la más favorecida con el sistema de votación- del 11% del 34%.

"Este sesgo social y cultural tiene que ver con la mala conciencia. Es una forma de ganarse el cielo. La cúpula de Barceló es algo inútil frente a los geriátricos que tanto necesitamos", opina Enrique Gil Calvo, profesor de Sociología en la Universidad Complutense. "Igual que se entiende que los ricos paguen más, es una forma de redistribución de la renta a favor de los más desfavorecidos. Esta estrategia de las cajas recuerda al reparto de presupuestos de Portoalegre". En la ciudad brasileña los vecinos apoyan con su voto el gasto en alcantarillado, pavimentación y educación.

En Mutilva Baja, una localidad aledaña a Pamplona de 3.700 habitantes, buscan el apoyo económico de los clientes de la CAN el cura, que quiere reparar la iglesia; un grupo de vecinos que quiere más investigación de daños cerebrales o Joaquín Sevilla, cuya ONG necesita fondos para una nueva vacuna contra el cáncer de cuello uterino. Del sistema se han beneficiado en 2008 más de 3.600 proyectos de toda España. La caja lo inunda todo. Florián, a sus 80 años, tiene "tres trabajos" -en un comedor social, el Banco de Alimentos y un taller solidario de reparaciones-, y en todos está la CAN. "La gente piensa que la cultura es un deber de las administraciones públicas y priorizan las iniciativas sociales", sostiene Ignasi Carreras, ex director de Intermón Oxfam y director del Instituto de Innovación de Esade.

A José Etayo, presidente de la Asociación de Esclerosis Múltiple de Navarra (Ademna), no le extraña que el dinero que reciben de la CAN se haya multiplicado por cinco desde que los inversores decide dónde va su dinero. "La gente con esta patología cada vez se esconde menos y los medios de comunicación han ayudado a que se conozca". Para el próximo año se han propuesto también mejorar la vida de los enfermos de zonas rurales y para ello necesitan 100.000 euros suplementarios.

Las conclusiones del muestreo de la CAN -implantada en el noreste de España, Madrid y Valencia- probablemente se repetirían en el resto del país. Caixa Tarragona permite a los clientes elegir a qué dedicar el 20% de su obra social -se presentan unos 700 proyectos- y las líneas de trabajo son muy parecidas a las navarras: tan sólo un 26% de la parte consensuada por los clientes se reparte entre cultura y ocio. "El año que viene dejaremos en sus manos cerca del 30%, porque cada vez se presentan más programas y queremos dotarlos. Lo que constatamos es que en 2009 se van a presentar más proyectos de contenido social", explica Xavier Bas, su director de obra social.

"Existe una especie de despotismo ilustrado. Demos al pueblo lo que necesita pero sin saber qué es. Hay una falta de modernidad, con un estudio demoscópico lo sabrían", dice José Juan Toharia presidente de Metroscopia. "Hicimos una vez un estudio que demostraba que la gente no sabía que su caja hacía obra social. Con la mejor de las intenciones se da el dinero a quien presenta un proyecto viable, sin hacer luego un seguimiento de éste. Les vale, por ejemplo, con que

mucha gente visite la exposición".

Este trasvase del ocio a la obra social acaba de ponerse de manifiesto en Jun (Granada), donde los vecinos han decidido de forma casi unánime que se destine unos 5.000 euros a la contratación de varios desempleados del municipio, aunque suponga renunciar al alumbrado navideño.

"Lo que hacen estas dos cajas con su obra social es un paso interesante, pero habría que pedirles que tuviesen en cuenta a quién prestan el dinero. Generan dividendos sin preocuparse de los criterios sociales", afirma Jordi Marí, director general de Financiación Ética y Solidaria (Fest), una asociación compuesta por ONG, cooperativas y sindicatos. "Lo más coherente es la opción de la banca ética, que es muy minoritaria. Además, en los bancos y cajas se dan contradicciones. Puede que inviertan en una empresa que contamina en un valle y, a su vez, den dinero a los ecologistas que se manifiestan en su contra".

"Nosotros pensamos que el ahorro es un instrumento de transformación social", opina Emilio Viñuelas, de Banca Ética de Badajoz. En 2001 una red de voluntarios que trabajaba con inmigrantes sin papeles en esa provincia consideró la necesidad de crear una entidad que prestase dinero a esos indocumentados.

Desde entonces cuentan con pequeños ahorros de 50 personas -"el interés que consiguen es 0, pero tiene un gran valor social"- y los prestan para pagar un billete de avión o una operación en el país de origen. "Ahora se interesa por nuestro proyecto más gente, pero también tiene menos dinero ahorrado", cuenta Viñuelas.

"Las entidades con peso en la sociedad civil han hecho de las obras sociales su bandera de comunicación, aunque no se les exige. Y el caso de la CAN, posicionarse con la banca cercana, es una altísima herramienta de marketing y sus resultados son buenos", prosigue Carreras. En la entidad, claro, reconocen que con el boca a boca para sostener los proyectos confían en que se abran nuevas cuentas. Promover el "proselitismo económico". Cuando en 2000 se fusionaron Caja Navarra y Caja Pamplona se plantearon cómo competir en un sistema bancario de 45 cajas muy complejo. Y, tras encargar un estudio, constataron que la sociedad no sentía como suyas las obras sociales sufragadas con sus ahorros porque desconocía su finalidad. Hoy casi toda su clientela se implica en el reparto. Pero tomar la decisión de democratizar el uso del dinero no era fácil para la caja de ahorros. Implicaba que "los órganos de gobierno de la CAN renunciasen al poder de control y hacer tabla rasa con las obras sociales históricas, lo que luego ha supuesto que baje la actividad en las salas de exposiciones", recuerda Guillermo Catalán, director de comunicación de la CAN. Las goteras de la iglesia de El Salvador, de Pamplona, tendrán que esperar -sólo han conseguido el 8% de lo presupuestado-, mientras que el Orfeón y la Coral de Cámara de esta ciudad se tienen que conformar con un 25% de lo solicitado.

Además, la transparencia nunca ha gustado mucho al sistema financiero. Y no hay que ser muy avezado para calcular cuánto gana la entidad contigo, si ésta te indica el dinero con el que cuentas para distribuir en proyectos. De nuevo una sorpresa para la CAN. Encuestaron a 10.000 personas y lejos de escandalizarse,

casi todas opinaban que esta información inusual resultaba positiva. Es más, la red de voluntarios que acompañan los proyectos de la CAN no deja de crecer. Van por casi 10.000.

"Los bancos tradicionales nunca han sido transparentes, ni lo van a ser. Es el ansia de ganar más de los bancos y de los consumidores lo que les hace mirar a otra parte. Ante estas deficiencias nacen las iniciativas de ahorro ético, préstamos solidarios, para dar respuesta a una ciudadanía, cada vez más justa y responsable", razona Laura Rodríguez, de Ideas (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria).

La mezclanza es insólita. Hay asociaciones que solicitan a la CAN 1.300 euros para café y bollos para los bailes de la tercera edad, algo más para la conservación de la cigüeña negra en Tarifa o miles de euros para ambiciosas investigaciones de sida o con niños prematuros en el hospital Gregorio Marañón de Madrid.

Carreras, de Esade, remarca que esta atomización va en contra de la tendencia general de las empresas de concentrar el capital solidario en menos proyectos pero con mayor financiación. "Un comité de expertos debería hacer una preselección de proyectos de calidad contrastada y teniendo en cuenta el contexto social, y que luego que los clientes eligiesen", aconseja el directivo.

La CAN no veta ninguna candidatura, pero supervisa que el dinero sea bien gestionado y ha organizado más de 500 "rendiciones de cuentas", eventos en los que se explica a los clientes dónde va a parar su capital. El físico Joaquín Sevilla, de la Asociación de Investigación Solidaria El Sadar, pensó que nadie acudiría al encuentro en el que tenía que contar cómo se van a gastar los 800.000 euros que su ONG envió este año a la Fundación Instituto de Inmunología de Colombia (Fidic). "A la charla acudieron 25 personas muy interesadas en saber todos los detalles, con una exigencia moral que me parece muy buena. La gente no piensa igual que los expertos. No tienen las mismas connotaciones las personas y las piedras. Pero, claro, ¿ahora quién va a restaurar el puente romano?", se pregunta Sevilla.

De las arcas de la caja provienen más de la mitad del presupuesto del Fidic, en el que 100 investigadores dirigidos por Manuel Elkin Patarroyo -descubridor de una polémica vacuna contra la malaria- buscan una vacuna contra el cáncer de cuello uterino más barata que la actual, inaccesible para el Tercer Mundo. Por eso Sevilla, preocupado, pide que los clientes sigan apoyándoles. Para el año 2010 empiezan de cero y anima a visitar su web: [ww.investigacionsolidariasadar.org/](http://ww.investigacionsolidariasadar.org/). Además, Sadar diseña aplicaciones tecnológicas que favorecen la inserción laboral de los discapacitados intelectuales navarros. "Como nos va bien, cada vez más compañeros se animan a presentar un proyecto".

Y ante la temida crisis hay opiniones divergentes sobre la actuación social de las grandes empresas. "No se van a ver disminuidas en momentos de menor bonanza económica, porque se plantean desde objetivos de negocio y de resultados en la sociedad, no desde un área marginal dedicada sólo a gestionar un presupuesto

de donaciones", sostiene Francisco Abad Jiménez, director de la Fundación Empresa y Sociedad. Es más, confía en que la coyuntura anime a "debates como el del papel de las empresas ante la inmigración, la educación, la dependencia o el envejecimiento próximo y su efecto en el sistema de pensiones, el gasto sanitario o la atención a los mayores".

Carreras, de Esade, opina en cambio que los presupuestos de acción social se van a reducir, "sobre todo en las cajas que dedican a ésta entre un 10% y un 30% de sus beneficios que van a ser peores". Aunque con mejores ojos ve el comportamiento de las grandes empresas del Ibex 35, que dedican un 1% de sus beneficios a patrocinio. "Serán sensibles a las necesidades sin cubrir que afectarán cada vez a más personas". Quizá por fin sigan los consejos de Jacques Attali.