
El método de los nuevos patrocinadores (*commanditaires*)

Cécile Bourne

A petición de la revista *Periférica*, tengo el placer de presentar la Asociación para la Mediación Cultural (AMC) que fue creada hace ya casi un año. Esta asociación está impregnada del método de trabajo de los "Nuevos Patrocinadores de la Fundación de Francia", que comenzó su andadura hace 15 años bajo los auspicios de François Hers, su creador. Más de 150 proyectos han sido llevados a cabo tanto en Francia como en otros países europeos.

Si existen distintas formas de concebir un proyecto cultural, "el método de los nuevos patrocinadores", desea poner en un primer plano las acciones de los ciudadanos en tanto que actores de su propio desarrollo cultural, proponiéndoles convertirse en patrocinadores. En el campo cultural, este concepto es conocido en países como Italia, donde el patrocinador está tradicionalmente asociado a prácticas sociales de carácter familiar o conglomerados. El término *commanditaire* no existe en la lengua española, de modo que nosotros lo hemos asociado a la noción de "patrocinador" o colectivo solicitante, puesto que dicho método implica la responsabilidad social y financiera de los patrocinadores.

Numerosas son las nuevas instituciones, bienales o festivales que han tenido lugar en España en los últimos años, con la colaboración de entidades tanto públicas como privadas. Sería pues lógico que determinadas entidades colectivas pudiesen también reivindicar su identidad y su deseo de que su *savoir-faire* fuese reconocido; este trabajo tendría sin duda más perennidad que el de un sólo acontecimiento. Por otra parte, las bienales o festivales estimulan un deseo creciente de compartir colectivamente su contemporaneidad en plena mutación. Sería sin duda esencial participar en una auténtica construcción cerca de las per-

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2004.i5.09>

sonas, ayudándoles así a poder formular sus deseos y acompañarlos en la consecución de sus proyectos.

En la actualidad el paisaje de la provincia de Cádiz se transforma permanentemente, las carreteras nacionales se multiplican y las zonas de paso de las aves migratorias son invadidas por centrales eólicas. Nada parece corresponderse con el pasado más inmediato, sin embargo la rueda de la fortuna gira en torno a un continente en el que cada año miles de cuerpos se encallan clandestinamente en las hermosas costas europeas. La zona del Estrecho de Gibraltar es un espacio histórico, culturalmente mítico donde confluyen Hércules, la emigración y el comercio de todo tipo. Si existen necesidades de identificación ¿cómo limitarlas sin justificación regionalista? ¿Qué queremos desarrollar, guardar para hoy y para mañana, cómo adaptar nuestros deseos?, éstas son las preguntas que la AMC plantea a los habitantes de la provincia de Cádiz.

Las poblaciones que viven en la provincia de Cádiz provienen de diferentes culturas cuyas huellas a menudo han sido destruidas, ya sea por convicciones religiosas o políticas, o por la tradición de emigrar hacia los centros urbanos o los países del norte. Esta ausencia de transmisión participa del deseo de reconocimiento de una historia en construcción que necesita ser tenida un poco más en cuenta. Incluso si gran parte de este *savoir-faire* ha pasado a formar parte ya del folklore turístico que reduce la propia noción de cultura a un fondo de comercio bien sustentado. En esta situación rural el AMC desea revalorizar este espacio de crecimiento rico, con objeto de situar la demanda cultural por encima de la oferta, proponiendo a los ciudadanos convertirse en los actores de su propio desarrollo. La dinámica que propone el AMC es la de trabajar en conjunción con los patrocinadores, ya se-



Liam Gillick

an colectivos, asociaciones, institutos o empresas privadas. Todos están convencidos de la necesidad de valorizar sus preocupaciones contemporáneas, su patrimonio colectivo, ya sea por medios visuales, plásticos, filmográficos o sonoros.

¿Qué piden los Nuevos Patrocinadores?

Las demandas de los Nuevos Patrocinadores, tanto en su contenido como en su forma, pueden tener cualquier tipo de naturaleza.

Es importante encontrar el sentido de la demanda que se recibe ya que algunas veces se expresa con palabras muy simples algo que en realidad es más complejo. De cualquier forma las inquietudes que subyacen a las demandas, responden a tres tipos:

- Una necesidad de expresar el mundo a través de formas simbólicas, adaptadas a la experiencia contemporánea. Una necesidad de tener en cuenta aquello que tiende a ser rechazado u oculto: la creación de gestos y formas de concebir las relaciones humanas, el sufrimiento, la muerte; el nexo con la Historia; pero es la construcción de una identidad de la persona con el lugar en el que vive, una de las preocupaciones más frecuentemente expresadas, junto con aquella que busca promover el medio ambiente como fuente de sensaciones y placer.

- Un deseo de implicarse profundamente en la vida de la ciudad, contribuyendo de una forma tan significativa y exigente como puede ser el arte.

- Una voluntad de hacer triunfar la cultura como un medio para participar en el desarrollo económico de personas y territorios, manifestando una resistencia a la normalización y a la exclusión que este desarrollo puede acarrear.

El método de los Nuevos Patrocinadores

El programa de los Nuevos Patrocinadores proviene de un concepto establecido por François Hers, método que ha sido mantenido por la Fundación de Francia desde 1991.

Este método se basa en una dinámica de producción de obras contemporáneas con tres actores principales: los patrocinadores, el mediador y el artista. El éxito de este método ha permitido que se extienda a otros países, por ejemplo a Italia con la Fundación Adriano Olivetti (www.fondazioneadrianolivetti.it), a Bélgica con la Fundación del Rey Baudoin, e incluso a Finlandia y a Suecia en dos de sus universidades, y por supuesto a Francia con el CCC de Dijon y con el Bureau des Compétences et Désirs (www.bureaudescompetences.org) de Marsella, y en París con 3ca (www.3ca.com). La finalidad es pues conseguir una estrecha colaboración con una estructura local para llevar a buen puerto los proyectos patrocinados. En nuestro caso, la AMC ha sido acogida en las oficinas de la Fundación Nmac/Montenmedio que constituye desde hace 4 años una colección privada de arte contemporáneo abierta todo el año (www.fundacionnmac.com).

No se trata de transplantar un método, sino de introducir en España, mediante el Programa de los Nuevos Patrocinadores, una nueva fórmula para suscitar la demanda, un modo de concentrarse en la noción de participación ciudadana, una manera de acoger lo artístico en lo cotidiano sin necesidad de grandes demandas estructurales.

Llegados a este punto podemos destacar el proyecto de Matali Grasset: una respuesta a la petición de una asociación de criadores tradicionales de palomas mensajeras para construir un nuevo palomar. La estructura fue creada gracias al talento de una joven arquitecta especializada en la realización de prototipos inéditos. Este proyecto fue llevado adelante con la financiación de fondos privados y públicos (aportacio-



Annette Messenger

nes de la propia región y de los fondos Feder). Son numerosos también los proyectos realizados en zonas rurales, por ejemplo los realizados para rehabilitar lavaderos tradicionales en la región de Dijon. Liam Gillick ha elegido incorporar en su trabajo un elemento complementario: dejar entrar la luz en este espacio cargado de historia que es el lugar de Bure-les-Templiers. En cuanto a Annette Messenger, ella decidió trabajar en Vanvey, sobre el imaginario que evoca la función de estos sitios en los cuales las mujeres se reunían (www.leconsortium/lavoirs.html).

También forma parte de este tipo de proyectos la construcción de un tanatorio en el hospital des Calmettes en Marsella como un lugar para pensar. Esta pieza concebida por Michelangelo Pistoletto en forma de flor, permite cobijarse y en el centro del espacio ha instalado un cubo invertido de espejos invertidos, que reflejan una imagen al infinito.

El papel del Mediador

La AMC se preocupa por el lugar de los individuos en la sociedad, así organiza encuentros con artistas durante estancias cortas. Este tipo de proyectos se lleva a cabo con la total convicción de los patrocinadores que apelan a la conciencia crítica de los Mediadores. Es pues la figura del Mediador la que conduce el procedimiento de los Nuevos Patrocinadores. Su función consiste en ayudarlos a plantear sus demandas en términos de implicación artística para lo cual ponen a disposición de los Patrocinadores sus conocimientos sobre los artistas y su obra. Los Mediadores pues, negocian todo lo concerniente a la producción y presentación de la obra, su papel consiste en establecer y mantener las relaciones tanto con los patrocinadores públicos como privados, para ayudarles en su búsqueda de fondos para la producción de nuevas obras.

La AMC se basa en el principio de intercambio y acogida de artistas o de otras personas relacionadas con los proyectos en curso. Dos son las modalidades de residencia previstas en función de los recursos: una

en el corazón de los pueblos blancos, Vejer de la Frontera, otra en Casa Oscar, una casa rústica situada a 360° sobre el nivel del mar en zona declarada Parque Natural.

La AMC pertenece a la red de la Asociación Internacional de Mediadores de la Fundación de Francia en Europa: en Bélgica (Fundación Baudoin), en Francia (en 8 regiones), en Inglaterra (Royal College of Art), en Italia (Fundación Olivetti) en Suecia y Finlandia (2 universidades nacionales). Acogerse a este programa de la Fundación Filantrópica Francesa es una manera de trabajar a nivel tanto local como global; es también una forma de reivindicar una relación más cercana al ciudadano, un modo de formar parte del tejido social y de compartirlo.

¿Quiénes son los agentes financieros?

Los agentes financieros son todas aquellas personas u organismos privados y públicos implicados de una u otra forma en los proyectos. La experiencia ha demostrado que los proyectos son afrontados frecuentemente por agentes financieros que no están habitualmente relacionados con el mundo cultural pero que están, por ejemplo, preocupados por el desarrollo económico de los territorios y las poblaciones, el desarrollo de una descentralización y de una ciudadanía más implicada, que muestran preocupación por las necesidades de las personas hospitalizadas, disminuidos físicos y psíquicos, enfermos, por las mejoras urbanas y rurales...

De manera general, es importante que un agente financiero principal asegure el trabajo del mediador y la definición con el artista de los anteproyectos ya que, una vez aceptados, podrá establecerse un presupuesto de producción. La fase de la producción, está asegurada por la financiación cruzada. De tal manera que las fuentes de financiación pueden ser también aportadas por fundaciones o mecenas privados, ministerios u organismos municipales, las instituciones regionales, las comunidades, los sindicatos mixtos, las cámaras de comercio e industria, las corporaciones

de profesionales y las asociaciones de comerciantes, la Unión Europea, etc.

¿A quién pertenecen las obras?

La utilización de las obras es definida por los colectivos solicitantes y el artista. Su propiedad jurídica se devuelve a la colectividad.

En efecto, las obras cofinanciadas por medios públicos o privados dedicados al interés general, pertenecen a la comunidad.

Ésta, puede ser representada para asegurar la conservación de la obra y la gestión de los derechos de autor, por las colectividades y establecimientos públicos o fundaciones y asociaciones sin fin lucrativo. Esta delegación se efectúa según las modalidades definidas en los contratos de producción.

Los proyectos en curso

Dos son en la actualidad los proyectos en estudio: uno en torno a la leyenda de las Cobijadas de Vejer de la Frontera; dicho proyecto dará lugar a una película titulada *Pueblos hermanados*, con el concurso de los patrocinadores que se han comprometido generosamente con el proyecto, que ha conseguido el hermanamiento de las ciudades de Chefchaouen y Vejer de la Frontera. La película está

co-producida por el AMC y la artista Bouchra Khaili (nacida en 1974 en Marruecos, francesa y que vive actualmente en París). La película será presentada en ambas ciudades el verano próximo y será difundida en árabe, español y francés. Otro de los proyectos en vías de aceptación por parte de los patrocinadores tiene que ver con la realización de una obra pública



Annette Messenger

con placas solares que tendría la doble función de iluminar una zona desenclavada y recordar la omnipresencia del litoral de la Costa de la luz.

La AMC participa de la concepción del proyecto del Centro Intercultural de los Nuevos Mass-Media del Observatorio del Estrecho de Tarifa. Los creadores de este proyecto son: Equipo 5, Wewearbuildings, Union Office Barcelona Arquitectos, Onnikin.

Por otra parte la AMC participa en un proyecto europeo titulado *Co-presencias*, iniciado por Synesthésie (www.synesthesie.com) en París "líder del proyecto" con los co-organizadores siguientes: el municipio de Granollers en España, con su metodología de desarrollo cultural y con la organización de un seminario en la Universidad de Lodz (Polonia) y una exposición en el centro de arte I-space en Bulgaria.

La AMC realiza igualmente la puesta en funcionamiento de diferentes proyectos artísticos confiados a distintos patrocinadores públicos o privados.

Ofrecemos también la posibilidad de organizar grupos de iniciación al arte contemporáneo en Vejer de la Frontera y en España y el extranjero, los viajes incluyen encuentros con artistas y actores principales del mundo de la cultura actual.

La AMC es una asociación ley 1901 creada a finales de 2003. Su presidente es Juan Gómez director gerente de la Fundación de la Cultura de San Roque. También ha creado la Fundación 07. La oficina ejecutiva está constituida por un grupo de personas reconocidas en el mundo cultural: E. Lunghi, director del centro de Arte Contemporáneo del Casino de Luxemburgo; A. Herrera Gómez, arquitecta, Madrid, Dolores Barroso, Profesora de la Universidad de Cádiz.

La AMC goza del apoyo de la Fundación de



Observatorio del Estrecho

Francia, de sus miembros bienhechores y de colaboradores privados.

Cécile Bourne

AMC/Asociación para la mediación cultural

aso.mediacion.cultural@wanadoo.fr

www.nouveauxcommanditaires.org

Cécile Bourne, Mediadora enviada por la Fundación de Francia. Tras haber trabajado en Madrid para la producción de obras de varios artistas como Rodney Graham, Cristina Iglesias, Juan Muñoz o Antonio Muntadas , y durante seis años en el Arc/Musée d'Art Moderne, de París, en la actualidad es comisaria de exposiciones para la asociación www.chooseone.org. La dimensión prospectiva la lleva a colaborar con revistas (*Artistes, Esete, Flash Art, www.sansgene.com, www.synesthesie.com*), a colaborar en publicaciones (*Bienal de Berlin, Musée de Montreal, Manifesta Journal*). Interviene puntualmente en escuelas (Rijksakademie), en estructuras públicas (DRAC Ile-de-France), en manifestaciones internacionales como el *Mois de la Photo* en Montreal, o Arco. Miembro del consejo para la Fundación Nmac/Montenmedio, de la provincia de Cádiz, 2001-2004 (www.fundacionnmac.com). Este año ha creado, en colaboración con esta misma fundación, la primera estructura asociativa apoyada por *Les Nouveaux Commanditaires* de la Fundación de Francia en España. En el 2005 será co-directora del programa de obras públicas en la ciudad de Xiamen, China.

Références bibliograficas sobre la tradicion de los Patrocinadores :

Salvatore Settis, Artisti e committenti fra Quattro e Cinquecento, in Storia d'Italia, Annali IV. Intellettuali e potere, Turin, Einaudi, 1981, 701-761.

Catherine King, Renaissance Women Patrons. Wives and Widows in Italy, c. 1300-1550, Manchester, New York, Manchester University Press, 1998.

Michael Baxandall, Pittura ed esperienze sociali nell'Italia del Quattrocento, Turin, 1978 (1972), p. 3.pp. 15-22.

Michelle O'Malley, Late Fifteenth-century and early sixteenth century painting contracts and the stipulated use of the painter's hand, in With and without the Medici, cit. pp. 155-174.

Patricia Rubin, Commission and Design in Central Italian Altarpieces c.1450-1550, in, Borsook Eve, Superbi Gioffredi Fiorella, eds., Italian Altarpieces 1250-1550. Function and Design, Oxford, Clarendon Press, 1994, pp. 201-229