



EN TORNO A LA FILANTROPÍA DE LA ELITES ECONÓMICAS EN ESPAÑA. UN ESTUDIO EMPÍRICO COMO PUNTO DE PARTIDA

Elisa Chuliá y Jacobo Muñoz Comet

1. INTRODUCCIÓN: EL CRECIENTE INTERÉS POR LA FILANTROPÍA DE LAS ELITES

El estudio del entendimiento y de la práctica de la filantropía por parte de quienes integran el segmento con más recursos económicos de una sociedad puede encuadrarse en la sociología de las elites, disciplina que engloba la investigación sobre las minorías que «ostentan» el poder (sea éste político, económico o cultural); es decir, que lo ejercen y lo hacen patente. De la investigación de las pautas filantrópicas de este segmento de población cabe extraer información no sólo sobre cómo sus miembros entienden y practican la filantropía, sino también sobre cómo perciben la sociedad y el Estado, y cómo se perciben a sí mismos en relación con una y otro.

Sorprende, a primera vista, la moderada atención que, en las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, han suscitado las elites (en particular, las económicas) en las ciencias sociales (no sólo en España). Tal vez este aparente desinterés haya respondido a la impresión dominante de que el motor del desarrollo económico y social residía en las clases medias y, por tanto, eran ellas las que merecían atraer los principales recursos de investigación. Tal vez también los Estados del bienestar, en plena fase expansiva, orientaron la agenda de investigación social hacia los sectores que más se beneficiaban de la oferta de servicios y prestaciones públicas o que se encargaban de

gestionar unos y otras, restando así incentivos al estudio de la filantropía, desplazada como principal proveedora de estos servicios y prestaciones en el pasado. También en el estudio de los procesos políticos, las corrientes de investigación dominantes en la segunda mitad del siglo XX dieron, en gran medida, la espalda a las elites. Marcando distancias respecto a las teorías elitistas, los influyentes enfoques pluralistas y de la elección racional localizaron el centro de gravedad del poder político en grupos diversos con intereses plurales y definidos en virtud de cálculos utilitaristas, en lugar de hacerlo en determinadas elites o individuos significados en la comunidad política, con comportamientos no fácilmente ajustables a la lógica de la racionalidad instrumental.¹

En definitiva, en la época del mayor desarrollo histórico de las ciencias sociales, el papel atribuido a las elites en el funcionamiento de las sociedades democráticas resultó más bien marginal. La tendencia de las principales corrientes de investigación a omitir la «humanidad» de los sujetos en la explicación de los fenómenos tampoco contribuyó a fijar la atención en los sujetos particulares ni en los grupos en gran medida marcados por el perfil individual de sus miem-

¹ Los argumentos elitistas, que alcanzaron su exposición más célebre en la obra de C. Wright Mills (1956), fueron rotundamente contestados por otros científicos sociales como Dahl (1958).



bros.² Tanto en la sociología y la ciencia política como en la historia acabaron prevaleciendo paradigmas de interpretación que, tratando de neutralizar la subjetividad (la del investigador y la de los sujetos asociados a los fenómenos investigados), enfocaban la atención en estructuras y grandes sujetos sociales antes que en minorías rectoras; en las bases de la sociedad antes que en sus elites; en los pobres y desfavorecidos antes que en los ricos y afortunados.

Bien es verdad que, en algunos países, lo que cabría denominar «la lógica de la academia» ni reflejó ni consiguió orientar la dinámica de la sociedad. Así, por ejemplo, en Estados Unidos –con una larga y sólida tradición filantrópica– la escasa atención que en el ámbito de las ciencias sociales se prestó a las elites no impidió que éstas mantuvieran, e incluso reforzaran, su espacio simbólico en la sociedad, acostumbrada esta última a poner el nombre de filántropos destacados a hospitales, bibliotecas, escuelas, parques, museos y teatros que aquéllos hacían posible y a celebrar públicamente estas donaciones. En otros países con tradiciones filantrópicas más débiles, la marginación académica de las cuestiones relacionadas con las elites no favoreció el desarrollo de un marco intelectual e ideológico propicio para avivar el interés y la consideración de los comportamientos filantrópicos de las capas más altas de la población. A partir de finales de los años ochenta, la buena acogida de las teorías sobre la sociedad civil para dar cuenta de los cambios sociales y políticos acontecidos en esa época destapó la importancia de algunos elementos más o menos vinculados con la filantropía, como las asociaciones y las fundaciones. Mientras en el discurso público ganaba terreno el concepto de «solidaridad social» (con menor connotación elitista que el de «filantropía»), la contribución de las elites económicas a la creación y el sostenimiento de muchas de estas organizaciones sin fines lucrativos, dedicadas a satisfacer objetivos sociales o culturales, no atrajo mucho interés.

Sin embargo, en los últimos años se aprecian algunos cambios a este respecto. En las economías avanzadas, los beneficios rápidamente generados

en negocios y transacciones globales han favorecido la creación de inmensas fortunas, mundialmente conocidas gracias a la cobertura que reciben sus propietarios en los medios de comunicación. Estos últimos muestran inquietud no sólo por conocer cómo se han obtenido esas fortunas, sino también qué se hace con ellas. La profusión de biografías e idearios de los nuevos magnates que el mercado editorial ha lanzado en los últimos años sugiere que las elites atraen en la actualidad la curiosidad de mucha gente.

Especialmente intenso resulta este creciente interés por las elites y la filantropía en Estados Unidos, donde el «filantropocapitalismo», encarnado en figuras como Bill Gates y Warren Buffet, se reconoce como una fuerza motriz de la nueva economía. Ensalzada como promotora de ideas y de iniciativas que los Estados no se arriesgan a respaldar, la filantropía se percibe como generadora de círculos virtuosos que producen beneficios de diverso tipo para toda la sociedad (Gaudiani, 2003 y 2005). Prosperan los discursos sobre la «nueva ecología de la filantropía» (en referencia a las transformaciones en el marco institucional, socioeconómico y cultural en el que se desarrolla), la «nueva filantropía» (que alude al mayor interés que ponen los filántropos en la elección de los destinatarios de sus donaciones y en los resultados que se obtienen con ellas) y los «mercados filantrópicos» (sobre la necesidad de una mayor competencia y transparencia entre las instituciones receptoras de donaciones).³

A pesar de algunas críticas al funcionamiento de determinadas instituciones filantrópicas,⁴ el patente «entusiasmo por la filantropía» en Estados Unidos resuena en otros países europeos, donde a la filantropía se le augura «un promete-

² No en vano, el sociólogo George Homans (1964), en su conferencia presidencial a propósito de la reunión anual de la Asociación Americana de Sociología que tuvo lugar ese año, insistía en la necesidad de «recuperar a las personas» («Bringing Men Back In» tituló su intervención) en la investigación social.

³ Sobre la «nueva ecología de la filantropía» véase Fulton y Blau (2005). La revista *Time* dedicó la portada de su número de 24 de julio de 2000 a los «nuevos filántropos».

⁴ Por ejemplo, Reich (2005) y Porter y Kramer (1999).



dor futuro».⁵ Indicios de un creciente interés por las actividades filantrópicas de las elites también se aprecian en España;⁶ un interés que, por otra parte, parece coherente con el que ha ido ganando en los últimos años el denominado «tercer sector» al calor de su expansión y mayor visibilidad pública.⁷

2. RAZONES Y USOS DE LA FILANTROPÍA DE ELITE

Las definiciones de «filantropía» y «filántropo» que proveen los diccionarios suelen ser sencillas y muy fieles a la etimología de la palabra. Subrayan la dimensión de «amor a la humanidad» e incorporan al significado del concepto la acción voluntaria en busca de un bien común. La filantropía se puede manifestar y canalizar de muy diversas formas (pecuniarias y no pecuniarias). En ningún caso representa un comportamiento privativo de las elites, si bien, en su caso, reúne características específicas. En principio, cabe pensar que el porcentaje de quienes practican la filantropía entre las elites es mayor que entre el resto de la sociedad; también, que sus donaciones son de mayor entidad y responden a proyectos personales más que a circunstancias sobrevenidas (como crisis humanitarias). Pero los rasgos específicos de la filantropía de las elites no se circunscriben a factores tales como la extensión o la intensidad de los actos filantrópicos. Tampoco debe conceptuarse la filantropía de las elites como simple mecenazgo cultural o patrocinio,

aunque ni uno ni otro desmerezcan, en determinadas circunstancias, el adjetivo de filantrópico.

Evidentemente, el valor social de la filantropía no se agota en el producto de las actuaciones altruistas y beneficiosas para la comunidad. La provisión de un bien para disfrute de muchos, sea éste de carácter social o cultural, no es más que la parte visible de la filantropía, la orientada hacia el exterior, hacia «los otros». Pero la filantropía, entendida como institución social, también tiene una vertiente menos evidente y referida a «uno mismo» como individuo y como miembro de un grupo que concibe de una manera determinada su entorno. A la filantropía subyacen razones y motivaciones sin cuya consideración resulta difícil entender, por ejemplo, por qué una persona decide efectuar una donación y renunciar así al disfrute privado de una parte de su patrimonio. Del mismo modo que estas razones no desvirtúan el acto filantrópico (cuyo efecto debe valorarse en función de los beneficios sociales que genere), centrar el interés analítico en ellas tampoco implica voluntad alguna de atenuar la importancia o el valor de la filantropía.

Cabe distinguir al menos tres tipos de razones de la filantropía: las pragmáticas, las morales y las simbólicas. Razones de los tres tipos subyacen o pueden subyacer tanto a la filantropía de la elite como a la de quienes no forman parte de ella, pero aquí nos fijaremos sólo en la primera.

Las *razones pragmáticas* son aquellas relacionadas con la utilidad directa y materialmente cretable que obtiene quien practica la filantropía. Así, por ejemplo, beneficiarse de generosos incentivos fiscales es una razón pragmática de la filantropía, como también lo es promover una institución de cuyos servicios colectivos se beneficia el propio filántropo o su círculo próximo. Las *razones morales* de la filantropía engarzan con los argumentos que el empresario y filántropo Andrew Carnegie expuso en su famoso artículo «Wealth» a finales del siglo XIX. Convencido de que la creación de las grandes fortunas llevaba implícita la ampliación de las diferencias entre ricos y pobres, y por tanto el aumento de la desigualdad social, Carnegie defendía que quie-

⁵ Uno de los libros sobre este tema recientemente publicados lleva por título *Philanthropy in Europe: A rich past, a promising future* (véase MacDonald y Tayart de Borms, 2008).

⁶ Así lo sugiere la publicación de artículos recientes en medios de comunicación; véanse, entre otros, *El País* (Negocios), 25 de noviembre de 2007, y *El Mundo* (Magazine), 10 de diciembre de 2006.

⁷ La publicación de la *Revista del Tercer Sector*, lanzada a finales de 2005, puede interpretarse como un indicador del creciente interés por este fenómeno; también la celebración de diferentes congresos nacionales sobre tercer sector y economía social, así como la reciente publicación de diversos informes y monografías sobre este fenómeno (véanse, por ejemplo, Ruiz Olabuénaga, 2006; Pérez-Díaz y López Novo, 2003).



nes, como él mismo, se hubieran enriquecido «devolvieran» a la sociedad una parte importante de los beneficios, de tal modo que «la riqueza excedente de los pocos» se convirtiera «en la propiedad de los muchos» (Carnegie, 1889). Esta «devolución» –que en el fondo implica la creencia de que la riqueza no es meramente un logro individual– puede responder a diferentes propósitos, entre ellos también el de evitar conflictos sociales que podrían poner en riesgo la continuidad en la generación de la riqueza.

En cuanto a las *razones simbólicas*, cabe distinguir dos tipos. Por una parte, la filantropía simboliza la posición destacada del filántropo en el seno de la sociedad e implica, por tanto, una representación de poder social. De partida hay que suponer que la filantropía procura a quien la practica reconocimiento público y consideración de personalidad «sobre-saliente» (*au dessus de la mêlée*), poseedora de virtudes cívicas que atenúan las reservas que podría provocar su elevado nivel de renta y patrimonio. Por otra parte, la filantropía simboliza la pertenencia a un grupo de «selectos», en el que entrar y conservar un puesto depende, en gran medida, del juicio de «los pares». El acto filantrópico se convierte así en una manifestación simbólica de identidad y en un mecanismo de cohesión de la elite. Esta interpretación de la filantropía entronca con las reflexiones del sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien en los años setenta del pasado siglo postuló la existencia de un fuerte vínculo entre clase y estatus, y entre pertenencia a un grupo de estatus y unos estilos de vida específicos (formas de relación social, gustos estéticos, consumo cultural, etc.) que proporcionan coherencia al grupo, distinguiéndolo de los demás. A través de la filantropía la elite construye una cultura distintiva, genera un capital cultural específico y establece los criterios de valoración de «lo bueno» (el buen arte, la buena música, la buena educación...).⁸ Desde esta perspectiva, la filantropía se

convierte en cierto modo en un medio de control social.⁹ Argumentos próximos a éstos ha formulado Francie Ostrower a partir de un centenar de entrevistas en profundidad que llevó a cabo entre filántropos de la elite neoyorkina: la filantropía representa un vehículo de vida social y cultura de una clase, expresa un conjunto de significados compartidos, creencias y valores, y una marca de distinción social que establece las fronteras de estatus entre la elite y quienes no forman parte de ella. La filantropía deviene así en una suerte de reflejo identitario de la existencia de la elite (Ostrower, 1995: 28-49).

Un acto filantrópico específico puede obedecer a una combinación muy variada de razones pragmáticas, morales y simbólicas, unas con mayor peso que otras. En todo caso, conviene subrayar que la combinación concreta de estas razones (por otra parte, muy difícil de determinar empíricamente) no prejuzga la bondad del acto filantrópico; con otras palabras, la filantropía no es más o menos buena en virtud de las razones que la hayan inspirado. La bondad de la filantropía no reside en las razones que la originaron, sino en el acto. Puede ocurrir incluso que la motivación inicial de un acto que, al final, quepa tildar de filantrópico responda a sentimientos y actitudes muy poco altruistas.¹⁰

No obstante, como subraya Ostrower, la filantropía en un país y un tiempo concreto sólo se puede estudiar adecuadamente teniendo en cuenta qué ideas y valores asocian los filántropos a la filantropía, puesto que los incentivos a la par-

⁹ Véase al respecto Ross (1953), quien subrayó el componente de «control social» que posee la filantropía en la sociedad estadounidense.

¹⁰ Así, por ejemplo, la adquisición de obras de arte que hoy figuran como donaciones en los grandes museos de todo el mundo respondió en muchos casos a la voluntad de algunas familias de invertir en bienes rentables, integrarse o consolidar su posición de clase (al menos desde el siglo XVIII la posesión de obras de arte fue una marca de pertenencia a la nobleza, y posteriormente a la alta burguesía) y rodearse de objetos que procuraran satisfacción estética. Algunos coleccionistas sí orientaron sus estrategias coleccionistas conforme a sus deseos de mejorar la cultura de acceso público (el caso de Lázaro Galdiano es particularmente destacable; véase Jiménez-Blanco y Mack, 2007: 203-221).

⁸ Bourdieu recogió en varios artículos estos argumentos, que más tarde sintetizó en su libro *La Distinción* (1998[1979]). Véase al respecto también Lamont y Lareau (1988).



ticipación filantrópica están íntimamente enraizados en el significado que la filantropía adquiere para la elite. Desde una perspectiva típicamente weberiana podríamos decir que «comprender» la filantropía de las elites exige tratar de desentrañar el significado que quienes las forman atribuyen a las situaciones en las que participan.

En el conocimiento de cómo perciben y entienden las elites la filantropía reside una de las claves explicativas de por qué la practican de una u otra manera, o, por el contrario, de por qué se abstienen de practicarla. Esas percepciones y esos entendimientos pueden ser interpretados como condiciones de plausibilidad de la filantropía; y, a su vez, esas condiciones dependen del contexto institucional y cultural en el que operan las elites de una sociedad determinada. Si algo está claro entre los estudiosos de la filantropía es que, si bien constituye un fenómeno universal, su significado y sus modalidades se hallan contextualmente determinados; es decir, resultan de circunstancias históricas, sociales y políticas particulares.¹¹

3. UNA ENCUESTA SOBRE LA FILANTROPÍA DE LA ELITE ECONÓMICA ESPAÑOLA

3.1. DISEÑO DE LA MUESTRA Y TRABAJO DE CAMPO

En la introducción de este artículo se han expuesto algunos argumentos para explicar por qué las elites no han constituido un objeto privilegiado de estudio para las ciencias sociales. A estos argumentos, relacionados con el poder que adquirió el Estado en las sociedades occidentales durante la segunda mitad del siglo XX, especialmente en Europa occidental, y con la evolución de las corrientes de investigación en las ciencias sociales, cabe añadir otro de carácter metodológico. Las dificultades de acce-

so a información sobre las elites son evidentes y, a la postre, imponen límites al desarrollo de su investigación. La primera dificultad reside en definir y acotar empíricamente el universo de quienes forman esas elites. No suele haber registros convencionalmente establecidos e inobjetables de las elites de un país, a diferencia de lo que ocurre con otros muchos grupos de la población. El problema de la delimitación del universo de las elites es que resulta difícil hacerlo de alguna manera que no provoque la conocida sentencia según la cual «no están todos los que son, ni son todos los que están». Una vez salvado este obstáculo mediante alguna fórmula de aproximación, la segunda gran dificultad estriba en el acceso a los que han quedado definidos como miembros de la elite. Ese acceso, cuando se logra y hace posible explicar a los participantes en la investigación los fines que persigue ésta, a menudo resulta infructuoso por diversas circunstancias: la falta de tiempo de los informantes es un factor importante, como seguramente también lo es la reserva a desvelar información privada. Cabe pensar que la falta de tradición de investigación de las elites ha reforzado esta resistencia a darse a conocer y exponerse a examen y análisis.

En España sabemos muy poco sobre los comportamientos no estrictamente económicos de quienes forman la elite económica. El rastreo de fuentes y bibliografía ha aportado muy escasas referencias útiles sobre la filantropía entre las elites, y ninguna basada en el estudio empírico de las actitudes y los comportamientos de quienes forman parte de ellas. En busca de semejantes referentes hemos indagado en la producción de estudios e informes sobre estos temas realizados en Estados Unidos por las numerosas instituciones, dentro y fuera del ámbito universitario, que han desarrollando vínculos de diverso tipo con el mundo de la filantropía.

Inspirándose en estos referentes, y con el patrocinio de la Fundación de Estudios Financieros y la Fundación Profesor Uría, el gabinete de estudios Analistas Socio-Políticos (ASP) decidió en el otoño de 2007 llevar a cabo un estudio cuantitativo como primer paso de una explora-

¹¹ Una conclusión que se extrae con mucha claridad del libro de Ilchman, Katz y Queen (1998).



ción que permitiera trazar los contornos de un ámbito de la realidad –el de la filantropía de las elites– notablemente desconocido. Marcado este mapa inicial y formuladas a partir de él una serie de hipótesis, tendría más sentido emprender una investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad a una selección de filántropos. Partiendo de este planteamiento, el equipo de investigación optó por realizar una encuesta postal a los miembros de los consejos de administración de las empresas cotizadas en Bolsa. Aun conscientes de que, optando por este universo, se dejaba fuera a algunos de los titulares de grandes patrimonios del país y se incluía a personas relevantes por sus antecedentes técnicos y políticos, antes que económicos, se consideró que esta delimitación del universo objeto de estudio era, en las circunstancias de trabajo, la más objetivable y podría servir de *proxy* del sujeto que pretendíamos estudiar.¹² Esta definición del universo encerraba además una ventaja adicional de acceso a los informantes, concretamente la posibilidad de enviar los cuestionarios a la sede social de la empresa para que, desde allí, fueran dirigidos a sus destinatarios nominales. Sólo se incorporaron al fichero los residentes en territorio nacional. La elaboración de esta base de datos, compuesta de 1.350 registros, concluyó el 4 de marzo de 2008. Eliminando las redundancias (algunos registros se hallaban repetidos, ya que se referían a personas que participaban en varios consejos), el listado final constaba de 1.165 personas (un 6,7% de ellas [78], mujeres).

En los sobres enviados a la sede social de las empresas se incluyó, además del cuestionario (1), una carta de presentación del estudio en la que se hacía referencia a la importancia de la investigación y la intención de que sus resultados se publicaran en el volumen que el lector tiene en sus manos (2), una carta, respaldada

¹² Se comprobó que la relación final incluía un gran número de nombres que en las listas de algunos medios de comunicación constan como los empresarios más ricos de España. A petición de los patrocinadores del estudio, finalmente se incorporaron al universo de investigación 16 personas, seleccionadas en virtud de sus características patrimoniales y su trayectoria en el terreno de la filantropía.

por Imop Encuestas, la empresa encargada del trabajo de campo, en la que se garantizaba la confidencialidad de la información (3), y un sobre de respuesta debidamente sellado y direccionado. Al final del proceso de realización del trabajo de campo (21 de junio de 2008), durante el cual se utilizaron diversas tácticas para estimular el retorno de los cuestionarios, se obtuvieron 74 cuestionarios.¹³ La tasa de respuesta se situó en el 7%, por debajo de la que arrojan encuestas postales a otros colectivos. Habida cuenta de que el rechazo a participar en la encuesta sólo se manifestó expresamente en cuatro casos, el limitado tamaño final de la muestra refleja las dificultades antes apuntadas de acceso al sector de población al que iba dirigido el cuestionario.

3.2. EL CUESTIONARIO

El cuestionario se diseñó con el objetivo fundamental de averiguar qué ideas y percepciones de la filantropía predominan entre quienes, por su situación profesional, forman parte de la elite económica española o están muy próximos a ella. Qué modelo de sociedad «tienen en la cabeza» y qué importancia atribuyen al sector privado y público en el progreso social son cuestiones que también ha intentado recoger el cuestionario, junto con otras relacionadas con el alcance y las modalidades de las propias actividades filantrópicas o la presencia de la filantropía en la educación de los hijos y en la relación con las amistades. El cuestionario final incluyó una treintena

¹³ Transcurridas dos semanas desde el envío postal, se efectuó una llamada telefónica a todas las empresas para verificar la recepción de los documentos enviados y solicitar la colaboración de los destinatarios, ofreciendo también la posibilidad del fax o del correo electrónico para devolver el cuestionario. Cuarenta días después de la fecha de salida de los cuestionarios, se remitió una segunda carta, firmada por el Director General de la Fundación de Estudios Financieros, en la que se recordaba a los destinatarios la importancia de su colaboración. Siete días después, se llevó a cabo una segunda llamada telefónica a aquellos que, no habiendo manifestado en llamadas anteriores su rechazo a colaborar contestando el cuestionario, todavía tenían pendiente la devolución de este último.



de preguntas ordenadas en los siguientes cuatro apartados:

- I. Entendimiento de la filantropía y percepción del alcance de la filantropía en España
- II. Uno mismo, los hijos, la sociedad y el Estado
- III. Participación en actividades filantrópicas
- IV. Filantropía y relaciones personales

3.3. EL PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS

De los 74 cuestionarios recibidos, diez fueron contestados por mujeres (aproximadamente la proporción de mujeres que componían el universo del que procede la muestra). Atendiendo a la edad, el grueso de los encuestados (40) se sitúa entre los 45 y 64 años, aunque casi un tercio ha superado los 64 años. El 93% tiene hijos, muchos de los cuales, por diversas razones, participan escasamente en la gestión del patrimonio familiar (bien porque son menores de edad o están todavía en proceso de formación [41% de los entrevistados con hijos así lo refieren], bien porque tienen otra dedicación profesional [23%]). Uno de cada cinco encuestados con hijos sí afirma contar con la participación de alguno de ellos para gestionar los activos familiares, mientras que el 7% declara carecer de intención de involucrarlos en la gestión del patrimonio familiar; un patrimonio familiar que, por otra parte, casi dos de cada tres (65%) reconocen haber construido ellos mismos. En cuanto al nivel de estudios, ocho de cada diez son licenciados, ingenieros o arquitectos, y un 12% del total ha conseguido el título de doctor. Dos terceras partes de los encuestados residen en Madrid, y aproximadamente un 10% en Barcelona. En cuanto a sus preferencias de ocio, un 30% indica como primera opción entre las seis incluidas en la pregunta¹⁴ la

visita de exposiciones y museos, seguida a poca distancia de la asistencia a conciertos y a la ópera. En todo caso, la distribución de las respuestas muestra una notable dispersión. Acumulando en un porcentaje las tres primeras preferencias se advierte que la visita a museos y exposiciones es, junto con el cine y el teatro, la actividad con la que más entrevistados dicen disfrutar. Por último, la encuesta también recogió información sobre la actitud hacia la religión de los entrevistados. Aproximadamente la mitad de la muestra se considera «moderadamente religiosa», un 15% de «profundamente religiosa» (porcentaje casi igual al de quienes se califican como «nada religiosos») (Cuadro 1).

3.4. ALCANCE, IMPACTO Y VALORACIÓN PÚBLICA DE LA FILANTROPÍA EN ESPAÑA

Prácticamente todos los encuestados coinciden en que la filantropía en España está «poco» o «apenas» desarrollada (70% y 24% respectivamente). Un consenso muy elevado se observa también en la apreciación de que la filantropía presenta un nivel de desarrollo menor en España que en otros países europeos de su entorno (66%). Se aprecia, en cambio, mayor dispersión de las respuestas en la valoración del avance de la filantropía en los últimos veinte años. Un 32% considera que, tomando como referencia los años ochenta, la filantropía ha experimentado un avance «bastante importante»; un 3% adicional llega incluso a calificarlo como «muy importante». Casi la mitad de los entrevistados entiende, sin embargo, que el avance ha sido «poco importante» y cerca de una quinta parte sostiene que la filantropía «apenas ha avanzado» en este período. Una mayoría piensa, además, que las grandes donaciones filantrópicas redundan en beneficio de «pocas» (51%) o «muy pocas» (5%) personas, si bien algo más del 40% opina que se benefician de ellas «bastantes» o «muchas» personas. En cuanto a la contribución de estas donaciones a «mejorar la vida de tales beneficiarios», en torno a un tercio opina que

¹⁴ Visitas exposiciones/museos, ir de compras, ir al cine/teatro, asistir a conciertos/ópera, asistir a acontecimientos deportivos y conocer y disfrutar la gastronomía.



lo hacen «sustancialmente». Frente a ellos, uno de cada cinco piensa que contribuyen sólo «escasamente», mientras que la mayoría de

entrevistados se sitúa en la respuesta intermedia («moderadamente») (Cuadro 2).

CUADRO 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y FAMILIARES DE LOS ENTREVISTADOS

	Porcentaje
- Hombres	85
- Mujeres	15
- 30-44 años	11
- 45-64 años	54
- más de 64 años	32
Residen en...	
- Madrid	65
- Barcelona	11
- Sevilla	5
- Tienen hijos	93
- Los hijos (que no son menores o están formándose) participan en la gestión del patrimonio familiar	41
- No tienen intención de involucrar a los hijos en la gestión del patrimonio familiar	7
- Proceden de una familia con un patrimonio considerable	31
- Han tenido que construir su propio patrimonio	65
Disfrutan más con las siguientes actividades...(primera preferencia)	
- Visitar exposiciones/museos	31
- Asistir a conciertos/ópera	24
- Ir al cine/teatro	15
Disfrutan más con las siguientes actividades (tres primeras preferencias, porcentajes acumulados)...	
- Ir al cine/teatro	72
- Visitar exposiciones/museos	69
- Asistir a conciertos/ópera	57
En cuanto a su actitud hacia la religión, se consideran...	
- profundamente religiosos	15
- moderadamente religiosos	47
- poco religiosos	22
- nada religiosos	16

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes. La suma de los porcentajes supera cien cuando se acumulan porcentajes.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).



Lo que quizá resulte más frustrante a quienes desarrollen actividades filantrópicas es que, aproximadamente cuatro de cada cinco entrevistados creen que los (más bien pocos) beneficiarios de las actividades filantrópicas carecen de un nivel de conocimiento adecuado sobre quiénes efectúan las donaciones. A ello habría que añadir que según nueve de cada diez entrevistados, ni la sociedad ni la clase política valo-

ran adecuadamente las actividades filantrópicas (Cuadro 3). Se abre aquí un interrogante interesante: ¿no las valoran porque tales actividades están escasamente desarrolladas, o están escasamente desarrolladas porque no las valoran? Algunas respuestas a preguntas incluidas en la encuesta sugieren un mayor respaldo a la segunda explicación, como se describirá en el próximo apartado.

CUADRO 2. GRADO DE DESARROLLO DE LA FILANTROPÍA EN ESPAÑA Y PERCEPCIÓN DE SU IMPACTO

	Porcentaje
En la actualidad, la filantropía en España está...	
- bastante desarrollada	5
- poco desarrollada	70
- apenas desarrollada	24
Con respecto a otros países europeos del entorno, la filantropía tiene...	
- un mayor nivel de desarrollo	1
- un desarrollo semejante	31
- un nivel inferior de desarrollo	66
Comparando la situación actual con la de hace veinte años (en los años ochenta) la filantropía en España...	
- ha registrado un avance muy importante	3
- ha registrado un avance bastante importante	32
- ha registrado un avance poco importante	47
- apenas ha avanzado	16
Las grandes donaciones filantrópicas que se llevan a cabo en España redundan en beneficio de...	
- muchas personas	5
- bastantes personas	38
- pocas personas	51
- muy pocas personas	5
Las actividades filantrópicas contribuyen a mejorar la vida de los beneficiarios...	
- sustancialmente	34
- moderadamente	46
- escasamente	20

N=74.

**Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes*

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).



CUADRO 3. GRADO DE CONOCIMIENTO PÚBLICO DE LA FILANTROPÍA EN ESPAÑA

	Porcentaje
Los beneficiarios de las actividades filantrópicas tienen un nivel de conocimiento adecuado sobre quiénes efectúan las donaciones	
- sí	15
- no	82
La sociedad / la opinión pública valora adecuadamente las actividades filantrópicas	
- sí	10
- no	89
La clase política valora adecuadamente las actividades filantrópicas	
- sí	11
- no	88

N=74.

**Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes.*

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

3.5. ¿CUESTIÓN DE ESTADO O CUESTIÓN DE SOCIEDAD?

A la mayoría de los entrevistados no le parece adecuado el régimen fiscal de las donaciones en España. Así lo manifiesta el 62% (curiosamente más de una cuarta parte de los entrevistados admite no conocerlo suficientemente), y son más todavía (80%) los que creen que otro tipo de régimen fiscal podría favorecer un aumento significativo de las donaciones filantrópicas. Luego existe una clara conciencia mayoritaria de que el Estado, y sus representantes, podrían hacer más por incentivar la filantropía (Cuadro 4).

Pero también la gran mayoría de entrevistados entiende que el alcance de la filantropía no depende tanto del Estado como de la sociedad civil. Así se desprende de los resultados a una pregunta que indaga en esta cuestión: sólo un 13% contesta que «los Estados que ofrecen amplios servicios públicos tienden a sofocar la filantropía», mientras que son casi siete veces más los que, ante la disyuntiva, consideran que el alcance de la filantropía depende fundamentalmente de «las características de la propia sociedad». Por tanto, una posible interpretación de las respuestas de los entrevistados remite la debilidad de la filantropía en España antes a un pro-

blema de falta de «nervio» de la sociedad civil que de excesivo «músculo» de Estado. Este razonamiento implícito podría interpretarse como una autocrítica de los entrevistados bajo el supuesto (razonable) de que se consideraran a sí mismos elementos importantes de la sociedad civil y actores comprometidos con su dinamización. En tal caso, la languidez de esta última no podría desvincularse –sin incurrir en una inconsistencia lógica– de la limitada contribución de las elites económicas para evitarla; es decir, no cabría eludir la propia responsabilidad en el fenómeno.

A juicio de la mayor parte de los encuestados, ni el Estado es el principal responsable del limitado alcance de la filantropía ni tampoco debe él asumir la carga principal en la consecución del progreso social. Para cumplir este ideal, los entrevistados confían menos en el sector público que en el privado. Invitados a distribuir el grado de responsabilidad que debería recaer en uno y otro sobre un total de 100, más de tres cuartas partes de quienes contestaron el cuestionario atribuyen al sector público como máximo la mitad de la responsabilidad en el progreso social (hasta el 50%), situándose la media de todas las respuestas de los entrevistados en el 41%. En cambio, según aproximadamente dos terceras



partes de los entrevistados, al sector privado le corresponde la mayor parte de de esta responsabilidad (más del 50%), con una media de 59% (Cuadro 5). Cuando, a continuación de esta pregunta, se pide a los entrevistados que identifiquen a los actores del sector privado a los que

atribuyen mayor importancia para el progreso de una sociedad como la española, las dos instituciones más citadas son las «empresas» y las «fundaciones» (claramente por delante de otras como las instituciones educativas, las entidades financieras, los medios de comunicación y la Iglesia).¹⁵

CUADRO 4. LA INFLUENCIA DEL RÉGIMEN FISCAL EN LA FILANTROPÍA

	Porcentaje
El régimen fiscal de las donaciones en España...	
- es adecuado	11
- no es adecuado	62
- no lo conoce suficientemente	
Otro tipo de régimen fiscal podría favorecer un aumento significativo de las donaciones filantrópicas	
-sí	80
-no	12

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

Ahora bien, en qué consiste el «progreso de la sociedad» no se sabe muy bien sin efectuar alguna pregunta más concreta. La encuesta incluye una a través de la cual se pretende averiguar las prioridades que, según los entrevistados, tiene la sociedad española. Destaca la opción por el «crecimiento económico sostenido», respuesta que marcan en primer lugar el 43% de los encuestados. Algo más de un tercio se inclina inicialmente por «un buen sistema de educación (primaria, secundaria y superior)». Este último objetivo es el que recibe más menciones cuando se acumulan los porcentajes de las tres primeras prioridades: cuatro de cada cinco entrevistados lo señala. La lucha contra las desigualdades sociales también se introduce entre las tres prioridades más citadas, después de la educación y el crecimiento económico (Cuadro 6).

Esa mayor confianza en el sector privado que en el sector público para hacer avanzar la sociedad se asienta sobre una visión predomi-

nante de esta última como soporte de una comunidad de intereses, en lugar de como espacio de tensiones entre clases. Si se estima mayoritariamente que en el conjunto de la sociedad prevalecen los componentes comunitarios sobre los disgregadores, el protagonismo del Estado como regulador y amortiguador de las diferencias sociales resulta más discutible. Aunque el acuerdo entre los integrantes de la muestra no es tan alto como en otras cuestiones ya analizadas, suscriben en mayor medida una visión de la sociedad más comunitarista que clasista. Ante la alternativa de definir la sociedad como una estructura de clases sociales con intereses heterogéneos o como una comunidad de intereses que comparte valores y objetivos, más de la mitad de los entrevistados se inclina por la

¹⁵ Las fundaciones aparecen también recogidas en otros conceptos de contenido más amplio citados en las respuestas, como «organizaciones sociales», «organizaciones non-profit», «asociaciones civiles» o «sociedad civil en general».



última opción (Cuadro 7). Desde otra perspectiva, cabe afirmar que los entrevistados mantienen una idea de la sociedad más próxima a las teorías funcionalistas que a las teorías del conflicto. Si el funcionalismo (desde una concepción de la sociedad como un sistema complejo cuyas partes funcionan coordinadamente en pro de la estabilidad) destaca la importancia de las necesidades comunes y el valor de los objetivos compartidos en el logro de la cohesión social y la solidaridad,

los teóricos del conflicto parten de que la sociedad tiende más al disenso que al consenso y resaltan la desigualdad en la distribución del poder. Mantener una visión u otra de la sociedad no es una cuestión puramente anecdótica: quien entienda que la sociedad es antes comunidad que rivalidad no considerará tan necesario invertir esfuerzos en reforzar su posición social frente a las de otros grupos sociales y estrechar los vínculos con quienes la compartan.

CUADRO 5. LA RESPONSABILIDAD DEL ESTADO Y DE LA SOCIEDAD

«El alcance de la filantropía en un país determinado...»	Porcentaje
- depende fundamentalmente de las características de su Estado: los Estados que ofrecen amplios servicios públicos tienden a sofocar la filantropía»	13
- depende fundamentalmente de las características de la propia sociedad: la fortaleza de la sociedad civil es el principal factor condicionante de la filantropía»	87
Sobre un total de 100, el grado de responsabilidad en el progreso social que debería recaer en el sector público y en el sector privado es...	
* Sector público	
- entre 0 y 25%	14
- entre 26 y 50%	61
- entre 51 y 75%	19
- entre 76 y 100%	4
Media	41
*Sector privado	
- entre 0 y 25%	7
- entre 26 y 50%	30
- entre 51 y 75%	55
- entre 76 y 100%	7
Media	59

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

**CUADRO 6. LAS PRIORIDADES DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA**

En primer lugar, ...	Porcentaje
- el crecimiento económico sostenido	43
- un buen sistema de educación (primaria, secundaria y superior)	35
- la lucha contra la desigualdad social	12
- la integración en una comunidad internacional con influencia	1
- la formación de elites políticas	1
- la expansión de las nuevas tecnologías	3
- amplio acceso a bienes culturales	0
En primer, segundo y tercer lugar,... (porcentajes acumulados)	
- un buen sistema de educación (primaria, secundaria y superior)	81
- el crecimiento económico sostenido	77
- la lucha contra la desigualdad social	57

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

CUADRO 7. LA VISIÓN DE LA SOCIEDAD

	Porcentaje
- «Una sociedad es un conjunto de gente estructurada en clases sociales con intereses heterogéneos, y a menudo, rivales que hay que intentar conciliar»	39
- «Una sociedad es el soporte de una comunidad de intereses que, por encima de los intereses particulares, comparte unos valores y persigue unos objetivos comunes»	57

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta, o no se consignan todas las respuestas posibles a una pregunta, sino sólo las más importantes.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

3.6. EL SIGNIFICADO DE «FILANTROPÍA»: MÁS QUE SIMPLE ALTRUISMO Y MENOS QUE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En un país en el que la filantropía es poco valorada por la sociedad y la clase política y en el que el régimen fiscal de las donaciones, según una mayoría abrumadora de entrevistados, no es el más adecuado para estimularlas, ¿merece la pena desarrollar actividades filantrópicas? La pregunta parece retórica, pero la encuesta incluye información que permite conjeturar una respuesta ambigua de los entrevistados. Así, forman una

mayoría muy holgada quienes piensan que las grandes donaciones filantrópicas no son simplemente manifestaciones de altruismo, sino que también reportan a quienes las efectúan ventajas o beneficios de diverso tipo. Ocho de cada diez entrevistados suscriben esta opinión. Quizá por ello, aunque aproximadamente seis de cada diez entrevistados se adhieren a la definición de «filántropo» que ofrece la Real Academia, según la cual se aplica tal nombre a quien «se distingue por el amor a sus semejantes y por sus obras en bien de la humanidad», casi el 40% de los entrevistados no acepta sin matices esta definición (Cuadro 8).

**CUADRO 8. FILANTROPIA Y ALTRUISMO**

«Las grandes donaciones filantrópicas...»	Porcentaje
-«son primera y principalmente manifestaciones de altruismo»	20
-«además de conseguir determinados bienes para el conjunto de la sociedad, reportan a los donantes ventajas/beneficios de diverso tipo»	80
«Un filántropo es una persona que se distingue por el amor a sus semejantes y por sus obras en bien de la humanidad»	
-Totalmente de acuerdo con esta definición	58
-Faltan algunos matices importantes	39
-La definición no recoge las dimensiones más importantes de lo que constituye «ser filántropo»	3

N=74.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

Esos beneficios derivados de ser filántropo justifican seguramente la destacada importancia atribuida a la filantropía en la educación en valores de los propios hijos. Efectivamente, el 90% de los entrevistados está «muy» o «bastante de acuerdo» con la afirmación según la cual es importante enseñar a los hijos el valor de la filantropía; de hecho, en lo que podríamos denominar la educación moral de los hijos, se concede a este valor aproximadamente tanta relevancia como a los valores empresariales (llama la atención que, entre quienes se consideran «profundamente» y «moderadamente» religiosos, abundan más los entrevistados que atribuyen tanto a la filantropía como a los valores empresariales mucha importancia).¹⁶ Ahora bien, el contraste de estos resultados con los de otra pregunta en que se pide a los entrevistados que valoren la importancia de enseñar a los

hijos que la riqueza conlleva una responsabilidad social, ofrece indicios bastante claros de la existencia de una preferencia normativa por el concepto de «responsabilidad social» frente al de «filantropía» (especialmente entre quienes se consideran «poco» o «nada» religiosos). Mientras que quienes manifestaban el máximo grado de acuerdo con que es importante enseñar a los hijos el valor de la filantropía se quedaban algo por debajo de la mitad de todos los entrevistados, tres de cada cuatro apostillaban con un «muy de acuerdo» el enunciado que relaciona la riqueza con la responsabilidad social. De hecho, la enseñanza de responsabilidad social destaca como la más importante de todas las que se incluyen en la encuesta, por encima incluso de la que se refiere a la gestión de la riqueza (Cuadro 9). Esa idea de responsabilidad social parece brotar tanto de un sentimiento de «obligación moral hacia la sociedad» como de la creencia en valores colectivos primordiales, como la justicia social. Éstas son las dos respuestas que con más frecuencia señalan los entrevistados cuando –partiendo de que a menudo a uno le resulta más fácil reconocer las razones de un acto propio

¹⁶ Un 52% de quienes se consideran «profundamente» o «moderadamente» religiosos se declaran «muy de acuerdo» con que «es importante enseñar a los hijos el valor de la filantropía» frente a un 39% de quienes se consideran «poco» o «nada» religiosos; en cuanto a la importancia de los valores empresariales en la educación de los hijos, los porcentajes correspondientes se sitúan en 48% y 31%, respectivamente.



en la conducta de la gente a la que se siente próxima– se les pregunta por las motivaciones a las que «responden fundamentalmente las

actividades filantrópicas que llevan a cabo sus amigos o conocidos» (Cuadro 10).

CUADRO 9. VALORES IMPORTANTES EN LA EDUCACIÓN DE LOS HIJOS

Es importante enseñar/instruir a los hijos...	Porcentaje			
	Muy de acuerdo	Bastante de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
- en los valores empresariales	42	46	7	3
- el valor de la filantropía	47	42	7	0
- a gestionar la riqueza	57	31	8	1
- que la riqueza lleva consigo una responsabilidad social	74	19	3	1
	Mucho	Bastante	No mucho	En absoluto
Le preocupa el efecto negativo que pueda tener la riqueza en la vida de sus hijos... (sobre el total de quienes tienen hijos: N=69)	18	44	35	3

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes horizontales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

CUADRO 10. FILANTROPÍA Y ALTRUISMO

«Dirían que las actividades filantrópicas que llevan a cabo sus amigos o conocidos responden fundamentalmente a...	Porcentaje
- sentimientos de obligación moral hacia la sociedad, la voluntad de devolver una parte de los beneficios/la riqueza a la sociedad	62
- la creencia en determinadas causas, como la justicia social, el valor de la cultura para las sociedades, etc.	49
- el deseo de prestigiar un apellido, una persona	15
- el deseo de beneficiarse de deducciones fiscales	12
- las creencias religiosas y el deseo de promover su reforzamiento social	11
- el deseo de formar parte de una comunidad de personas con preferencias éticas y estéticas similares	10

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien porque la pregunta permitía respuestas múltiples.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).



La distribución de opiniones sobre los valores importantes para la educación de los hijos sugiere, en primer lugar, que filantropía y responsabilidad social no se perciben como equivalentes semánticos en términos estrictos (ya que, de ser así, los porcentajes de respuestas probablemente se aproximarían más) y que enseñar a ser responsable socialmente adquiere un valor algo más alto que enseñar a ser filántropo; en segundo lugar, que –en contraste con lo que ha arrojado una reciente encuesta a la elite económica estadounidense– enseñar a gestionar la riqueza e inculcar valores empresariales no adquieren mayor importancia en la educación de los hijos que valorar la filantropía o tener muy presente la responsabilidad social que lleva consigo la riqueza.¹⁷ Cabría pensar que a este equilibrio entre unos y otros valores subyace el escrúpulo de que la riqueza pueda provocar en los hijos comportamientos egoístas, desconsiderados o irresponsables: al 44% de los entrevistados con descendencia le preocupa «bastante» el posible efecto negativo que la riqueza puede tener en la vida de sus hijos, y al 18% «mucho» (Cuadro 9).¹⁸

¹⁷ La encuesta, de abril de 2007, lleva por título *US Trust Survey of Affluent Americans* y es la más reciente de las realizadas por la United States Trust Company desde 1993. La muestra se compone de 264 individuos que cuentan con al menos cinco millones de dólares en recursos invertibles, excluido el valor de su residencia habitual. Nuestra encuesta adaptó las preguntas incluidas en el *US Trust Survey* sobre la enseñanza de valores a los hijos. Los porcentajes de entrevistados que en el *US Trust Survey* expresaron total conformidad («muy de acuerdo») se relacionan seguidamente:

- «Es importante enseñar a los hijos cómo gestionar su riqueza» (83%),
- «Estimulo los valores empresariales en mis hijos» (63%),
- «Enseño a mis hijos que tener riqueza no es sólo una ventaja personal, sino también una responsabilidad social importante» (59%),
- «Inculco a mis hijos que la filantropía es una responsabilidad importante para una persona rica» (54%).

Aunque tanto la diferente composición de la muestra como el desigual enunciado de las preguntas impiden una comparación estricta de los resultados, parece evidente que, para los entrevistados estadounidenses, la capacidad de gestionar la riqueza y los valores empresariales representan la premisa mayor. Esta clara conciencia, obviamente, no es incompatible con la intensidad de las prácticas filantrópicas.

¹⁸ Con todas las reservas que hemos apuntado en la nota anterior, los datos del *US Trust Survey* indican que esta preocupación está algo menos extendida en Estados Unidos.

3.7. LA IMPLICACIÓN FILANTRÓPICA Y LA FINALIDAD DE LAS DONACIONES

Ya se vio arriba que las fundaciones son percibidas por muchos entrevistados como uno de los elementos del sector privado más relevantes para el progreso de una sociedad como la española. Aproximadamente siete de cada diez entrevistados tienen vínculos estrechos con fundaciones, bien porque éstas están ligadas a sus familias, bien porque ellos son miembros de uno o varios patronatos.

Por una parte, 19 de los 74 entrevistados afirman participar en una fundación o institución filantrópica de su familia; algo más de la mitad se declara creadora de esa institución, el resto señala que fue erigida por algún antecesor. Diez de 19 entrevistados no contestan a la pregunta sobre el importe aproximado del presupuesto anual de «su» fundación. Esta no-respuesta obedece plausiblemente al desconocimiento del dato,¹⁹ lo cual resulta bastante llamativo, toda vez que se trata de una información crucial para el funcionamiento de una institución de esas características. Las respuestas de las otras nueve personas que proporcionan la información presupuestaria solicitada en la pregunta se dividen en tres: cuatro entrevistados afirman que la fundación cuenta con menos de un millón de euros anuales; dos, con una cantidad que se sitúa entre un millón y cinco millones; y otros tres, con una suma de entre cinco y diez millones. Quince de los 19 entrevistados que participan en una fundación de su familia forman parte, además, del patronato o consejo directivo de alguna otra institución que lleva a cabo actividades filantrópicas (casi todos ellos de dos o más).

Por otra parte, cerca de dos terceras partes de los entrevistados que no sostienen una fundación familiar ocupan puestos en patronatos, la mayoría también en más de una fundación. Así pues, sólo en torno a una quinta parte de todos los

¹⁹ Carece de sentido la ocultación del dato, puesto que las cuentas anuales de las fundaciones no tienen carácter reservado y forman parte de la documentación que debe ser depositada en el Registro de Fundaciones.



entrevistados carecen de una vinculación institucional formal con una fundación (Cuadro 11).

Nueve de cada diez entrevistados que no participan en una fundación familiar declaran haber realizado alguna donación con fines filantrópicos en los tres últimos años, el 32% de ellos de más de 6.000 euros de media anual (en torno al 10% de más de 25.000 euros). Atendiendo a los objetivos que persiguen las fundaciones familiares y las instituciones a las que se han realizado donaciones, destacan los relacionados con la ayuda a colectivos sociales desfavorecidos dentro del país, así como con la ayuda a los países pobres. Menos peso tienen los objetivos relacionados con la promoción de instituciones educativas, y aún bastante menos los relacionados con la promoción de

las artes plásticas o la música (Cuadro 12). La dimensión social predomina, pues, en la actividad filantrópica de los entrevistados. Esto contrasta con los fines hacia los que, según el ya citado estudio de Ostrower, se orientan las preferencias de los filántropos en Estados Unidos, los cuales no entienden que el objetivo de la filantropía deba consistir en combatir la pobreza y remediar problemas sociales –algo que, a su juicio, compete fundamentalmente a las instituciones públicas–, sino fundamentalmente en promover «la calidad de vida», potenciando aquella oferta de bienes y servicios que a los gobiernos resulta difícil justificar y que poseen «un gran impacto en el sentimiento de bienestar de todos» (Ostrower, 1995: 4).

CUADRO 11. VINCULACIÓN CON FUNDACIONES

	Participan en una fundación o institución filantrópica de su familia	
	Sí (%) (N=19)	No (%) (N=54)*
Forman parte del patronato o consejo directivo de alguna otra fundación o institución con fines filantrópicos		
Sí	79	65
No	16	32

*La suma de los porcentajes verticales no da cien porque algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

En torno al 80% de quienes han efectuado donaciones aseguran tener claros los objetivos que persiguen con ellas. Siempre las dirigen a la misma institución casi la mitad de ellos, mientras que una proporción algo menor no manifiesta una fidelidad semejante (aunque sí tenga claros los objetivos). Con todo, algunos indicios permiten cuestionar que la elección de los donatarios responda a criterios muy exigentes. La elevada proporción de «fieles» a una institución apunta en ese sentido (aun cuando, lógicamente, también puede responder a una satisfacción muy elevada con la institución), como también el hecho de que la mitad de los donantes reconozca no tener en cuenta una característica tan importante como la de si la institución receptora de sus

donaciones es religiosa o laica. Entre quienes sí lo tienen en cuenta, son más los que eligen instituciones con vinculaciones religiosas que quienes optan por instituciones sin vínculo alguno con la religión (Cuadro 13). Aunque los datos no son lo suficientemente robustos como para formular conclusiones categóricas, no avalan la imagen de un «mercado filantrópico» en el que las fundaciones compiten por atraer donaciones,²⁰ sino más bien dejan entrever un panorama de instituciones acomodadas y probablemente con pocos incentivos para la innovación.

²⁰ Al estilo de los que han sido descritos para el caso estadounidense. Véase, por ejemplo, Wolpert y Reiner (1984).



La implicación filantrópica de los entrevistados –o, con otras palabras, la trascendencia que la filantropía cobra en sus vidas– revela su alcance en las respuestas que arrojan otras tres preguntas de la encuesta. En primer lugar, algo menos de una quinta parte de los entrevistados responde afirmativamente a la pregunta sobre si tiene intención de efectuar un legado testamentario a alguna institución con fines filantrópicos; no tienen intención de hacerlo el 41%, mientras que el mismo porcentaje se muestra todavía indeciso al respecto (Cuadro 14). La distribución de respuestas a esta pregunta entre los mayores de 64 años revela alguna diferencia de interés, con un 25% de entrevistados dispuestos a testar a favor de alguna institución con fines filantrópicos (tres de cada cuatro de ellos, a instituciones dedicadas a promover la educación) y un parecido porcentaje de indecisos (33%).

En segundo lugar, a pesar de que la mayoría de entrevistados ocupa al menos un puesto en el patronato de alguna fundación, la mitad admite no dedicar regularmente tiempo a la

gestión de actividades filantrópicas. Si fijamos la atención en los que sí lo hacen, el 45% declara dedicar como máximo cinco horas al mes a estas labores (es decir, en torno a una hora semanal) (Cuadro 15). Si bien el porcentaje de mujeres que dedican tiempo a la gestión de actividades filantrópicas no es más alto que el de los hombres, las que lo dedican lo hacen con mayor intensidad que sus compañeros varones. Tres de las cinco mujeres que declararon dedicar parte de su tiempo a la gestión filantrópica, manifestaron consagrar más de treinta horas a ello (mientras la misma dedicación sólo la reconocen tres de 33 hombres).

En tercer lugar, aproximadamente la mitad de los entrevistados reconoce que en su círculo de amistades es «poco habitual» hacer donaciones de carácter filantrópico; a ellos habría que añadir un 14% que confiesa que «no es habitual». Los que cuentan con amigos familiarizados con el mundo de la filantropía superan ligeramente el 30% (Cuadro 16).

CUADRO 12. OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES FILANTRÓPICAS

	Objetivos que persigue la fundación familiar (%)*	Objetivos que persigue la fundación a la que se ha hecho una donación (%)*
- Ayuda a colectivos sociales desfavorecidos dentro del país	53	59
- Ayuda a países pobres	37	43
- Promoción de instituciones de educación	37	33
- Promoción de las artes plásticas	11	12
- Promoción de la música	5	8
- Objetivos diversos, sin claro predominio de unos sobre otros	21	16

N=74.

*Nota: Respuesta múltiple posible.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).



CUADRO 13. CONSIDERACIÓN SOBRE SI LA INSTITUCIÓN DONATARIA ES RELIGIOSA O LAICA

Tienen en cuenta si la institución a la que dirigen sus donaciones es religiosa o laica	Porcentaje
- Sí	45
- No	51
Quienes sí tienen en cuenta si la institución es religiosa o laica...	
- prefieren donar a instituciones con vinculaciones religiosas	46
- prefieren donar a instituciones sin vínculo alguno con la religión	36
- No tienen preferencias claras	18

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

CUADRO 14. INTENCIÓN DE LEGAR EN TESTAMENTO A ALGUNA INSTITUCIÓN FILANTRÓPICA

Tienen pensado realizar un legado testamentario a alguna institución con fines filantrópicos	Porcentaje
- Sí	18
- No	41
- No lo han decidido todavía	41

N=74.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

CUADRO 15. LA DEDICACIÓN DE TIEMPO A LA GESTIÓN DE ACTIVIDADES FILANTRÓPICAS

Dedican regularmente tiempo a la gestión de actividades filantrópicas	Porcentaje
- Sí	51
- No	47
Dedican al mes aproximadamente... (n=30)	
- menos de una hora	5
- entre una y cinco horas	40
- entre cinco y diez horas	21
- entre diez y veinte horas	11
- entre veinte y treinta horas	5
- más de treinta horas	16

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

**CUADRO 16. EXTENSIÓN DE LA FILANTROPÍA ENTRE LAS AMISTADES**

En su círculo de amistades hacer donaciones es...	Porcentaje
- muy habitual	4
- bastante habitual	28
- poco habitual	49
- nada habitual	14

N=74.

*Nota: La suma de los porcentajes verticales no da cien si algún entrevistado no ha proporcionado una respuesta concreta.

Fuente: Encuesta ASP sobre filantropía (04/05-2008).

4. VISION DE CONJUNTO Y REFLEXIONES FINALES

La filantropía precisa para prosperar más que la existencia de una elite económica poderosa formada por individuos cuyos valores personales los empujan a dedicar una parte de su patrimonio a dotar la provisión de bienes sociales y culturales de los que, de otra forma, estarían privados sus conciudadanos. Precisa, además, un entorno institucional y cultural favorable; es decir, un contexto en el que se conceda valor a las instituciones de la sociedad civil y se incentive su desarrollo, y en el que la opinión pública valore la filantropía y no la considere como un conjunto de actos aislados, de escaso impacto e incluso sospechosamente interesados.

En este artículo hemos presentado un primer análisis de los resultados de una encuesta dirigida a un amplio grupo de personas (todos los miembros de los consejos de administración de empresas cotizadas en Bolsa a 1 de marzo de 2008) dentro del cual cabía suponer que se hallaría una elevada proporción de filántropos. Las causas del relativamente bajo índice de respuesta a la encuesta (7%) pueden ser muy variadas. Por supuesto, a la hora de valorarlas, no cabe hacer abstracción de los problemas intrínsecos al método, pero tampoco parece razonable eludir la consideración del escaso interés de muchos miembros del universo investigado por contribuir a un mejor conocimiento de sus pautas filantrópicas. En todo caso, los resultados de la encuesta permiten extraer una serie de conclusiones tentativas que adquieren significación no sólo para

comenzar a entender la filantropía desde la perspectiva de las elites económicas españolas, sino también para formular hipótesis que luego puedan ser contrastadas mediante otros métodos de investigación, como las entrevistas en profundidad.

Ciertamente, los entrevistados no perciben que el entorno institucional y cultural español sea apropiado para el desarrollo de la filantropía. Consideran que la filantropía no se valora suficientemente ni por la sociedad ni por la clase política y que su escaso desarrollo responde, sobre todo, a una falta de «fortaleza de la sociedad». Confían más en el sector privado que en el público para hacer progresar la sociedad, que, a su juicio, debería priorizar el crecimiento económico y la consecución de un buen sistema educativo. En general, valoran la filantropía, consideran que sus beneficios van más allá de los derivados de la manifestación de altruismo, vinculándola con la idea de responsabilidad social y obligación moral hacia la sociedad de la que forman parte. No parece, sin embargo, que ese valor sea tan elevado como para convertirse en un criterio de afinidad personal o social, ya que en su círculo de amistades no abundan las personas que efectúan donaciones a instituciones filantrópicas. Quizá la filantropía sea un elemento de distinción, pero no necesariamente de «control social» o de cohesión del grupo (aunque tal vez sí de jerarquización dentro de él). Muchos de los encuestados tienen vinculación formal con fundaciones a través de los patronatos y, aunque dedican poco tiempo a la gestión de actividades filantrópicas, realizan en mayor o menor medida



donaciones con fines predominantemente sociales (apenas culturales).

En resumen, los datos de la encuesta esbozan a una elite económica que no es ajena a los valores de los que se alimenta la filantropía, pero que hasta el momento ha activado sólo escasamente su potencial filantrópico. Quienes desarrollan actividades filantrópicas parecen hacerlo más por razones morales que pragmáticas y simbólicas (por utilizar los términos expuestos en el segundo apartado de este capítulo). Seguramente no encuentran suficientes incentivos en el entorno institucional y cultural, pero es dudoso que acaben encontrándolos si ellos mismos no se implican más en el reforzamiento de la sociedad civil. El modelo de Estados Unidos, que más de la mitad de los entrevistados señala como referente de filantropía, supone no sólo la existencia de un Estado que no conciba y trate a los filántropos como competidores, sino como colaboradores. También requiere unas elites convencidas de su capacidad de generar y desarrollar iniciativas que fortalezcan a la sociedad, poniendo cuidado en los objetivos, los medios y los resultados, y sin renunciar por ello a la defensa de los mecanismos y los valores sobre los que se asienta el funcionamiento de los mercados abiertos y las empresas competitivas gestionadas con transparencia; requiere, sobre todo, unas elites económicas que integren la filantropía en sus proyectos vitales, no como derramas ocasionales motivadas exógenamente, sino como aportaciones al crecimiento y bienestar de una sociedad civil con la que se comprometen.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, Pierre (1998 [1979]), *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- Carnegie, Andrew (1889), «Wealth», *North American Review* 148, 391: 653-662.
- Clough, Shepard B. (1960), «Philanthropy and the Welfare State in Europe», *Political Science Quarterly*, 75, 1, 87-93.
- Dahl, Robert (1958), «A Critique of the Ruling Elite Model», *The American Political Science Review* 52, 2, 463-469.
- Fulton, Katherine y Andrew Blau (2005), *Looking Out for the Future*, The Monitor Group.
- Gaudiani, Claire (2003), *The Greater Good: How Philanthropy Drives the American Economy and Can Save Capitalism*, Nueva York, Times.
- Gaudiani, Claire (2005), «Philanthropy: Investing in America's Freedom and Progress», *USA Today*, julio: 32-33.
- Homans, George C. (1964), «Bringing Men Back In», *American Sociological Review*, 29, 5, 809-818.
- Ilchman, Warren F.; Katz, Stanley N. y Edward L. Queen (Eds.) (1998), *Philanthropy in the World's Tradition*, Bloomington, Indiana University Press.
- Jiménez-Blanco, María Dolores y Cindy Mack (2007), *Buscadores de belleza. Historias de los grandes coleccionistas de arte*, Barcelona, Ariel.
- Lamont, Michèle y Annette Lareau, «Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments», *Sociological Theory* 6, 153-168.
- MacDonald, Norine y Luc Tayart de Borms (2008), *Philanthropy in Europe. A Rich Past, a Promising Future*, Londres, Alliance Publishing Trust.
- Mills, C. Wright (1956), *The Power Elite*, Oxford, Oxford University Press (Traducción al castellano: *La elite del poder*, Mexico DF, Fondo de Cultura Económica, 1960).
- Ostrower, Francie (1995), *Why the Wealthy Give. The Culture of Elite Philanthropy*, Princeton, Princeton University Press.
- Parés i Maicas, Manuel (1994), *La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio*, Barcelona, Promociones y Publicaciones universitarias.
- Pérez-Díaz, Víctor y Joaquín López Novo (2003), *El tercer sector social en España*, Madrid, MTAS.
- Porter, Michael E. y Mark R. Kramer (1999), «Philanthropy's New Agenda: Creating Value», *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre: 121-130.



- Reich, Bob (2005), «A Failure of Philanthropy. American charity shortchanges the poor, and public policy is partly to blame», *Stanford Social Innovation Review* (http://www.ssireview.org/pdf/2005WI_Feature_Reich.pdf).
- Ross, Aileen D. (1953), «The Social Control of Philanthropy», *The American Journal of Sociology* 58, 5, 451-460.
- Ruiz Olabuénaga, José Ignacio (Dir.) (2006), *El sector no lucrativo en España. Una visión reciente*, Bilbao, Fundación Argentaria.
- Salomon, Lester M.; Sokolowski, S. Wojciech y Regina List (2003), *Global Civil Society. An Overview*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- The Center on Philanthropy (2006), *Bank of America. Study of High Net-Worth Philanthropy. Initial Report*, Indianapolis, Indiana University.
- The Economist (2006), *Survey of Wealth and Philanthropy*, 25 de febrero.
- U.S. Trust Survey of Affluent Americans, prepared for United States Trusts Company (abril de 2007).
- Wolpert, Julian y Thomas Reiner (1984), «The Philanthropy Marketplace», *Economic Geography* 60, 3: 197-209.