
EL DERECHO

Diario de Doctrina y Jurisprudencia

Ley de mecenazgo – Considerandos del Decreto Reglamentario

Visto la ley Nro. xxxxxx, y

Considerando :

Que la ley xxxxxx sancionó el régimen de mecenazgo para la promoción de las artes con la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales y el régimen especial de artista;

Que el artículo xx establece que el mecenazgo cubre las artes dramáticas, la danza, la música, el canto, visuales, audiovisuales, la literatura, circo y multimedia;

Que, en este orden de ideas, es menester reglamentar los procedimientos definidos por la ley para el estímulo del aporte privado que resulten necesarios para el adecuado y eficaz funcionamiento de régimen de mecenazgo;

Que el artículo xx establece las exenciones impositivas sobre el impuesto a las ganancias a las personas físicas, jurídicas y a fideicomisos que se apoyen proyectos de mecenazgo que no podrá superar el monto de \$1.000.000.000.- (pesos un millón) al año;

Que el artículo xx establece exenciones impositivas al patrocinio de proyectos culturales no podrá superar el monto de \$500.000.- (pesos quinientos mil) por año;

Que el artículo xx establece un régimen especial de exenciones impositivas a todos los contribuyentes que hagan donaciones a través de los sistemas llamados “crowdfunding” o “Fund Raising”;

Que el artículo xx, establece un régimen especial de exenciones a las donaciones realizadas por los contribuyentes tendientes a la adquisición de obras de arte para el patrimonio nacional, la conservación, rehabilitación, puesta en valor de edificios y monumentos declarados patrimonio histórico por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las provincias y la UNESCO;

Que el artículo xx incluye exenciones impositivas a las inversiones en adquisición de obras de arte para ser expuesta en lugares públicos o en la presentación al público en forma gratuita de obras dramáticas, líricas, musicales, coreográficas, cinematográficas o circenses por entidades privadas que cuenten con la calificación de interés público por parte del Consejo Nacional de Mecenazgo;

Que es menester que la Agencia Federal de Ingresos Públicos (AFIP) dicte las resoluciones para establecer los procedimientos para efectivizar las exenciones impositivas y modificaciones de los aplicativos on line;

Que el artículo xx establece un sistema de consultas vinculantes durante el primer año de vigencia de la ley, es menester que la AFIP cree un comité de asesores para que dictaminen sobre las consultas realizados por los contribuyentes destinadas a incluir en sus declaraciones juradas las exenciones por mecenazgo;

Que es necesario girar al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social para que incorpore el régimen especial para artistas y las exenciones de aportes patronales de los empleados en relación de dependencia que cumplan tareas artísticas;

Que el artículo xx de ley de Mecenazgo estableció como autoridad de aplicación al Ministerio de Cultura, quién debería conformar el Consejo Nacional de Mecenazgo debiendo éste una vez conformando dictará su reglamento interno;

Por ello,

La Presidente de la Nación argentina en Acuerdo General de Ministros decreta:

Después de décadas la Argentina cuenta con una ley de mecenazgo¹

Introducción

La ley de Mecenazgo a nivel nacional era una asignatura pendiente para que el sector privado colabore con el sector público en el desarrollo de la cultura. La ley establece una rebaja importante del impuesto a las ganancias para fomentar el apoyo empresario a las artes y un régimen especial de impuestos para aquellos que se conviertan en mecenas de artistas.

La Argentina con esta ley entra en sintonía con el marco normativo internacional de los tratados de derechos humanos que resguardan el derecho a la cultura y que tiene rango constitucional la *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre* (IX Conferencia Internacional Americana, Bogotá 30 de marzo al 2 de mayo 1948), la *Declaración Universal de los Derechos del Hombre*, Naciones Unidas (10 de diciembre de 1948) y *Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales* (Naciones Unidas, 16 de diciembre de 1946). Este es el derecho de participar en la vida cultural de la comunidad, gozar de las artes y disfrutar de los beneficios que resulten de los progresos intelectuales, los descubrimientos científicos y sus aplicaciones.

Durante el debate parlamentario se alzaron las voces de la minoría que estaban en contra de la ley. Ellos sostenían que el fomento de la cultura debe estar en manos del Estado. Criticaban fuertemente el informe de la UNESCO de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (Declaración de Estocolmo – 1998) que defendía los legisladores

¹ María de Lujan Claro, abogada, docente de la cátedra de Derecho Internacional Privado de la Universidad Católica Argentina.

que estaban a favor. Este trabajo plantea que el desarrollo cultural es un factor importante en la economía y remarca el impacto que tienen las industrias culturales. De esa forma, ese informe se adapta a la constante de entender todos los factores y fenómenos sociales en términos financieros, suponiendo que el desarrollo es solo económico. Así la cultura quedaría circunscripta dentro de la economía como una mercancía más, otorgándole al mercado el poder de regular las relaciones entre artistas y productos. Criticaban la ley de mecenazgo de Brasil del año 1991 -Ley Rouanet- que solo ha fortalecido las expresiones de la alta cultura (ópera, ballet, música clásica) en las zonas de concentración de capitales como son San Pablo, Río de Janeiro y Belo Horizonte en detrimento de las manifestaciones culturales más populares y/o en conglomerados con altos porcentajes de pobreza. Esta asimetría no existiría si el Estado, a través de la recaudación de impuestos, asumiera el protagonismo en la generación de cultura.

Sin embargo la mayoría de los legisladores expresaron que el desarrollo cultural se sostiene con programas de largo plazo y que el Estado siempre pospone su financiamiento por otras actividades públicas de corto plazo y alto impacto en la sociedad. Desde la vuelta a la democracia ha sido una constante de todos los gobiernos que se han sucedido en los últimos treinta años de no dejar al siguiente los beneficios de la gestión anterior. La ley de mecenazgo da seguridad jurídica al sector privado de que su aporte a cultura tenga continuidad por encima del gobierno de turno. Este argumento fue sostenido por los ejemplos de las leyes de mecenazgo de los países europeos, en especial por los resultados exitosos en España y Francia.

Antecedentes de la ley

El apoyo privado al arte tiene larga tradición en nuestro país, pero convivió con la fuerte presencia del Estado en el financiamiento de las artes. El Estado Nacional en 1958 creó el Fondo Nacional de las Artes (Decreto Ley 1224) con el objetivo de instituir un sistema financiero para el apoyo y fomento de las actividades artísticas, literarias y culturales en todo el país. Este organismo funcionó exitosamente durante sus primeros años como “Banco Nacional de la Cultura”. Pero en el año 1968 pasó a depender de la Secretaría de Cultura perdiendo su autarquía financiera e independencia política.

El magro apoyo del Estado a la cultura en las últimas décadas a través Fondo Nacional de las Artes, provocó que en el Congreso se traten dos proyectos de ley de mecenazgo, aunque sus resultados fueron infructuosos. El primero proyecto fue debatido durante el convulsionado 2001 y el otro en 2004. La ley de mecenazgo del 2001 llegó a sancionarse pero el Presidente Eduardo Duhalde la vetó en enero de 2002 argumentando que *“el costo fiscal que acarrearán las exenciones debe solventarse con una mayor carga tributaria a otros agentes sociales ... que la grave situación fiscal por*

la que atraviesa el país lleva a evaluar con especial énfasis cualquier determinación que implique una merma en los recursos del Estado Nacional”².

A nivel regional el gobierno de la provincia de Río Negro, en el año 2003, aprobó la ley 3738 de *Fomento de la Actividad Privada en Actividades Culturales*³. Esta norma posibilita que personas físicas y jurídicas aporten dinero o recursos para la generación, conservación, enriquecimiento y difusión de bienes y servicios culturales que luego pueden deducirse en hasta el 10 % de la cuota que corresponde al impuesto de Ingresos Brutos.

Por otra parte la ciudad de Buenos Aires en el año 2006 dictó la ley denominada *Régimen de Promoción Cultural*⁴ que consiste en un sistema de incentivo impositivo. Los contribuyentes pueden destinar el 2% de su pago del Impuesto de Ingresos Brutos a proyectos culturales. Los proyectos deben presentarse para su evaluación ante el Consejo de Promoción Cultural, que depende del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires. Los proyectos pueden estar relacionados con la investigación, capacitación, difusión, creación y producción en las diferentes áreas del arte y de la cultura.

Dentro de los antecedentes de la legislación comparada la norma argentina ha seguido los lineamientos de las leyes de mecenazgo en Francia y España.

Tradicionalmente en Francia el Estado estaba muy involucrado en la financiación de la cultura. Sin embargo, desde principios de 1960, bajo la influencia de André Malraux, con la creación de la Fundación de Francia, se permitió el acceso de los privados al desarrollo de la cultura. Además desde 1979 el concepto de la filantropía ha ganado adeptos en Francia gracias a la lucha de Jacques Rigaud y el equipo ADMICAL (Asociación para el Desarrollo del Mecenazgo Industrial y Comercial), en conjunto con la activa de del Ministerio de Cultura. El 11 de agosto de 2003 se modificó la ley de Mecenazgo para fomentar el desarrollo de la filantropía privada. Esta *Ley francesa sobre el mecenazgo, las asociaciones y fundaciones*⁵, llamada "ley Aillagon", modificó el contrato de Asociación, introdujo el desarrollo de la filantropía, reforma del reconocimiento de utilidad pública, armonizó los dispositivos de las donaciones y modificó el Código General de Impuestos (CGI). Prevé una reducción del 66% de la suma de la donación en el IRPF (impuestos a la renta de personas físicas), dentro de un límite del 20% de la base imponible.

² Antoine, C. *Panorama Latinoamericano de Políticas para incentivar el mecenazgo privado en el sector cultural*. Aportes – Políticas Culturales Nro. 23 - 16-07-2009 (119-136) <http://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/23/10.pdf> (17-05-2014)

³ Ley Nro. 3738/2003 de la Provincia de Río Negro sobre Fomento de la Actividad Privada en Actividades Culturales (B.O. 29-05-2003)

⁴ Ley Nro. 2264/2006 de Promoción Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. (B.O. 14-02-2006).

⁵ Loi françaises N° 2003-709 del 01-08-2003 " Relative au Mécénat, aux Associations et aux Fondations" - NOR: MCCX0300015L. - ORF n°0177 du 2 août 2003 page 13277 - texte n° 6

En España la ley 49/2002⁶ de régimen fiscal de las entidades sin fines de lucro y del incentivo fiscal al mecenazgo, tiene por objetivo fomentar las iniciativas de mecenazgo y promover la participación de la sociedad civil en la defensa del patrimonio artístico a través de dos formas: 1) Incrementando los incentivos fiscales al mecenazgo y 2) Mejorando la fiscalización de las entidades sin fines de lucro. Actualmente las deducciones impositivas se sitúan en un 25% del impuesto a la renta para personas físicas y 35% del Impuesto a las sociedades sobre los aportes que se efectúan a las entidades sin fines de lucro. En la madre patria la Ley 34/1998⁷ general de publicidad, cuyo artículo 24 lo ha considera un contrato publicitario y lo define como aquel con el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para que pueda llevar a cabo una actividad deportiva, benéfica, cultural, científica, o de otro tipo se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador. La ley española ha considerado al patrocinio como contrato comercial de la difusión publicitaria quedando excluido de los beneficios impositivos para el mecenazgo.

Análisis de la ley

La ley regula una rebaja del 50 % del impuesto a las ganancias sobre el importe donado al fomento y desarrollo a la cultura y también establece régimen especial para los mecenas de artistas.

Esta rebaja al impuesto a las ganancias es muy considerable si se tiene en cuenta los antecedentes de las leyes del la provincia de Río Negro y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Las experiencias europeas, especialmente de Francia y España, han demostrado que la única forma de estimular a los particulares para que desarrollen la filantropía es con un porcentaje alto de desgravación.

Durante el debate parlamentario se discutió mucho si la exención debía ser ilimitada o no. Los legisladores que conforman la comisión de presupuesto se hicieron oír. Ello marcaron que una exención ilimitada en las rebaja al impuesto a la ganancias podía producir un desequilibrio en la recaudación fiscal. Por esta razón se modificó el proyecto original y se estableció que las exenciones impositivas sobre el impuesto a las ganancias a las personas físicas, jurídicas y a fideicomisos que se apoyen proyectos de mecenazgo que no podrá superar el monto de \$1.000.000.000.- (pesos un millón) al año. Por otra parte las exenciones impositivas al patrocinio de proyectos culturales no podrán superar el monto de \$500.000.- (pesos quinientos mil) por año.

El fomento a la cultura cuenta básicamente con tres herramientas fundamentales a través de las cuales se puede estimular al sector privado para que haga aportes su

⁶ Ley Española Nro. 49/2002 del Régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

⁷ Ley Española Nro. 34/1998 sobre publicidad (art. 34).

desarrollo: la donación, el mecenazgo y el patrocinio. Estas tres herramientas han sido tenidas en cuenta por la ley.

Se siguió al modelo francés en estimular el fomento en la adquisición de obras para el patrimonio nacional o que hayan sido adquiridas para ser expuestas en lugares públicos, al que se le sumó la conservación, rehabilitación, puesta en valor edificios y monumentos declarados patrimonio histórico por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las provincias y la UNESCO del modelo español.

También, al igual que la ley francesa, hay reducciones impositivas del 5% de ganancias a los aportes que se realicen para las presentaciones al público en forma gratuita de obras dramáticas, líricas musicales, coreográficas, cinematográficas o circenses por entidades privadas que cuenten con la calificación de interés público por parte del Consejo Nacional de Mecenazgo.

Se incluyó un estímulo para que los contribuyentes que sean personas físicas apoyen la cultura con exenciones del 5% al impuesto a las ganancias cuando hagan aportes a través de los sistemas llamados “crowdfunding” o “Fund Raising”. Esta inclusión es novedosa y puede estimular mayores aportes de la ciudadanía al conocer fehacientemente donde va su dinero.

La ley mejora los proyectos anteriores que no distinguían entre mecenazgo y patrocinio. Sin perjuicio que el patrocinio se ubica dentro de la publicidad comercial, como instrumento que hace posible ligar directamente una marca o una empresa a un acontecimiento de interés público distinto a la actividad que normalmente desarrolla. La ley ha considerado que esta herramienta también fomenta el desarrollo de actividades artísticas y culturales y por ellos se ha establecido este beneficio sin olvidar el carácter comercial que tiene esta actividad para las empresas patrocinadoras.

La inclusión de *régimen del artista* se debió a la acción de la agrupación de *Artistas Organizados* que se formó cuando en el año 2012 el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires exigió a los participantes que donen sus obras para la muestra *Últimas Tendencias II* y estos se negaron a hacerlo. Este régimen laboral especial es para las empresas que contraten en forma permanente a los artistas. Éstos gozaran de todos los derechos laborales de la ley de Contrato de Trabajo 20.744 y de los beneficios previsionales. Por su parte los empleadores de artistas contarán con exenciones del 50 % de los aportes patronales. La ley ha querido apoyar a todos aquellos que toman bajo su protección a un artista entendiendo que el mecenazgo es algo más que una simple acción de donar, porque crea un compromiso en el tiempo y permite repetir la acción de manera continua.

Es importante destacar que, en aras de satisfacer exigencias derivadas del principio de seguridad jurídica, durante el primer año de vigencia de la ley, los contribuyentes pueden formular consultas a la AFIP sobre su aplicación, cuya contestación tendrá carácter vinculante.

Por último, la ley crea *el Consejo Nacional de Mecenazgo*, con la finalidad de asesorar a los interesados en el financiamiento de proyectos culturales y de declararlo de interés cultural para su clasificación al efecto del régimen de incentivos. Este cuerpo se integrará por un miembro del ministerio de Cultura, el presidente del Fondo Nacional de las Artes, un representante del Ministerio de Economía, un representante de las asociaciones civiles y fundaciones culturales, un miembro en representación de los artistas y un miembro en representación del sector empresarial. Se ha querido establecer un equilibrio entre el sector público y privado en la conformación de su cuerpo directivo. Desde el plano teórico resulta atractivo pero hay dudas sobre cómo funcionará en caso de disidencia entre los representantes del Estado y la sociedad civil. Se espera que el reglamento interno tenga en cuenta esta situación para que su funcionamiento no quede paralizado.

Conclusiones

La mayoría de los legisladores de los distintos partidos políticos coincidió en que el Estado solo no puede ser el único que tenga la responsabilidad del desarrollo cultural y la forma era dar estímulos a la sociedad civil mediante la desgravación impositiva alta en el impuesto a las ganancias, con las limitaciones que propusieron los legisladores de la comisión de presupuesto. La ley no produce ningún riesgo en la recaudación del Estado porque lo que el sector privado decida invertir en apoyo de alguna manifestación artística en definitiva no se pierde, sino que va a ir a la cultura.

En los últimos años, al igual de lo que ha sucedido con la crisis económica en España, lo primero que se recorta son los subsidios a la cultura y se mira al sector privado como la solución ante la sequía de recursos. Pero no todo es desgravar, hay otros factores, como la concientización desde la empresa con responsabilidad social corporativa⁸.

La ley ha preparado el camino para que la sociedad civil participe activamente en la cultura. En el encuentro franco-español sobre mecenazgo cultural que tuvo lugar en la Universidad de Andalucía (Sevilla) en el año 2012, se sostuvo que las claves para el buen desarrollo del mecenazgo son cuatro⁹. En primer lugar, es necesario un marco jurídico estable. En segundo lugar, la movilidad de los actores culturales para mantener y defender sus condiciones. En tercer lugar, hay que delimitar y diferenciar mecenazgo y patrocinio (en el mecenazgo las empresas buscan proyectos que tienen sentido para

⁸ Palencia- Lefler Or, M. *Donaciones, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la responsabilidad social corporativa*. Análisi 35,2007 (153-170) Universitat Ponpueu Pabra (<http://eprints.rclis.org/15884/1/article%20analisi.pdf>) (17-05-2014)

⁹ Rubio, A; Ruiz, J y Martínez, S. *El modelo de financiamiento español de las artes y la cultura en el contexto europeo. Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y valor político de la cultura*. Observatorio Cultural y Comunicación. Fundaciones Alternativas y Sgae. Documento de Trabajo Nro. 16/2014. <http://es.scribd.com/doc/216988744/Financiacionarteycultura-OCC16-2014-pdf> (11-06-2014)

ellas y cada vez más sus empleados). Y por último, lo más difícil e importante, el cambio de mentalidad, demostrar que el mecenazgo es una oportunidad y no un factor de riesgo.

El tiempo dirá si las empresas tienen la voluntad para mostrarse socialmente responsables ante su comunidad. La responsabilidad social corporativa es más que una herramienta de la comunicación empresarial está del lado moral y ético. En algunos países hay una tendencia hacia acciones cooperativas entre empresas, inversores, trabajadores, clientes y la propia comunidad. Si bien las sociedades comerciales tienen como objetivo la creación de su propia riqueza, dentro de ellas se puede fomentar los valores humanos entre sus directivos y empleados, expandirlo hacia afuera, convirtiendo la filantropía individual en un hecho colectivo.