.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Repositorio Digital Institucional

Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Entre lo público y lo privado: un balance de la ley de Mecenazgo porteña

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Camila Belán Pardo

Daniel Franco, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: http://repositorio.sociales.uba.ar/

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)
La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Repositorio Digital Institucional

.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales

Entre lo público y lo privado:

Un balance de la ley de Mecenazgo porteña

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESINA DE GRADO

Tesista: CAMILA BELÉN PARDO

DNI. 35.728.922

camilabpardo@gmail.com

Cel. 15-4436-3230

Tutor: DANIEL FRANCO

- Metodología del Planeamiento en Comunicación - Ayudante de Trabajos Prácticos - Cátedra Zucchelli
- Políticas culturales en Argentina en el contexto Iberoamericano. Herramientas para su análisis, estudio, diseño y planificación (Seminario optativo) - Cátedra Franco

Pardo, Camila Belén

Entre lo público y lo privado: un balance de la ley de mecenazgo porteña / Camila Belén Pardo. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Carrera Ciencias de la Comunicación, 2017.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-29-1607-1

1. Política Pública. 2. Acceso a la Cultura. 3. Financiamiento. I. Título.

CDD 320.6

Índice

INTRODUCCIÓN **5**

Estado del arte 7

Objetivo general 8

Objetivos específicos 8

MARCO METODOLÓGICO **10**

Las variables claves comunicacionales 10

Técnicas de recolección y análisis de datos 12

MARCO TEÓRICO **16**

Sobre el Estado y las políticas públicas 16

Derechos y políticas culturales 19

Conferencias internacionales sobre políticas culturales *21*

El financiamiento público de la cultura 24

A nivel internacional *26*

¿Qué es el mecenazgo? *27*

En Argentina *28*

LA LEY DE MECENAZGO **32**

El camino hacia la ley 32

La ley N°2.264 33

¿Una ley de mecenazgo? *33*

El Estado y la participación *35*

Sobre los beneficiarios y benefactores *39*

Definición de cultura *40*

Antecedentes legislativos en Argentina 44

Proyectos nacionales *44*

Legislaciones provinciales *45*
Antecedentes en América Latina 46
La experiencia chilena *47*
La Ley Rouanet en Brasil *50*

LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY **53**
Desde la aprobación a la implementación de la ley 53
"Cuatro principios para el crecimiento de un programa" *54*
El recorrido administrativo de un proyecto 57
¿Qué proyecto es de "interés cultural? *58*
La promoción del régimen 63

LA VOZ DE LOS PARTICIPANTES **68**
¿Qué tipo de beneficiario es el ideal? 68
¿Es trabajo o es un hobby? *71*
Escribir el proyecto 73
El manejo del dinero 75
La búsqueda del tesoro 78
¿Cómo hacen los beneficiarios para buscar y seducir a los benefactores? *78*
¿Cuáles son las motivaciones de las empresas para participar? *80*

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS **85**
¿Es Mecenazgo una política cultural pública? 85
La profesionalización del sector cultural 88
La tendencia a la concentración 90
Propuestas 91

BIBLIOGRAFÍA **95**

ANEXO

Introducción

Buenos Aires: capital cultural del Latinoamérica[1]. Esta consigna orientó el accionar del gobierno porteño, liderado por Mauricio Macri, electo jefe de gobierno en el 2007. Es indiscutible que se ha hecho de las políticas culturales un aspecto principal de la Propuesta Republicana para la capital argentina. Esta tesina se enfoca en preguntas centrales al reflexionar sobre ellas: ¿qué concepciones e ideales sostienen y de dónde sale el dinero para llevarlas a cabo?

Macri, en la etapa de finalización de este trabajo, fue electo presidente de la nación. Asumió su cargo el 10 de diciembre de 2015. El partido político que él lidera también ganó la jefatura de la Ciudad de Buenos Aires, con la fórmula Horacio Rodríguez Larreta-Diego Santilli. Si bien gran parte de lo que será analizado en este trabajo corresponde a la gestión de Mauricio Macri, es importante tener en cuenta la continuidad de la gestión en la ciudad y estar atentos a cómo será la gobernación a nivel nacional de quien supo ser Jefe de Gobierno porteño por ocho años. Asimismo, Diego Santilli ha sido una figura destacada en el tema que nos proponemos estudiar.

El trabajo presente aborda el financiamiento de la cultura, tomando como caso específico la aprobación e implementación de la ley N°2.264 (Ley de Mecenazgo) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), aprobada el 14 de diciembre de 2006. El proyecto de la misma fue impulsado en la Legislatura porteña por el partido Propuesta Republicana (PRO).

La ley estipula la creación del Régimen de Promoción Cultural de la CABA que está "destinado a estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales". La ley propone que un Consejo de Promoción Cultural reciba cada año proyectos que serán evaluados por este y de ser aprobados podrán financiarse a través de la derivación del pago de Impuesto sobre los Ingresos Brutos (IIBB) de personas físicas o jurídicas radicadas en la

[1] "Capital of Culture in the region". Recuperado del sitio web de la CABA, en inglés: http://www.turismo.buenosaires.gob.ar/en, 4 de agosto de 2015.

CABA. Los primeros, los monotributistas del Régimen Simplificado, pueden derivar la totalidad de los mismo, los segundos hasta un 10%. Sin embargo, el total de las contribuciones de todos los proyectos no puede superar el 1,10% del monto total recaudado en concepto de IIBB, el período fiscal anterior.

El interés por esta ley surge por la hipótesis que este tipo de financiamiento constituiría una privatización de una facultad y responsabilidad del Estado de la CABA, en lo que hace al financiamiento público de la cultura, y que, debido al lugar que la ley le asigna al Estado, generaría una concentración de donaciones y proyectos en las áreas de mayor nivel adquisitivo de la ciudad. Así como también se favorecerían productos culturales con mucha visibilidad y poco riesgo en lo que hace a innovación y experimentación.

En este contexto, la ley de Mecenazgo parece disparar un debate con respecto al rol del Estado en la gestión cultural y qué espacio se le da al financiamiento privado, como complemento (o en detrimento) del público. A primera vista, encontramos argumentos que conciben la ley como un avance de la privatización de la gestión cultural pública. Por otro lado, evidenciamos una reivindicación del aspecto participativo, dado que involucra a actores privados (sean empresas, monotributistas, artistas, gestores culturales o los miembros del Consejo de Promoción Cultural) en la decisión de qué proyectos se pueden llevar a cabo. Sin embargo, es preocupante que la búsqueda de notoriedad y publicidad genere una concentración de elección de proyectos que sean favorables a los fines de marketing empresarial.

A partir de esto, se abre la pregunta de qué rol asume el Estado con respecto a la cultura en la ciudad. ¿Es un Estado que invita a la participación de los actores, es un Estado catalizador que facilita oportunidades (García Delgado, 1997), es un redistruibuidor de recursos públicos o un Estado privatizador?

Más allá de las concepciones que sustentan la ley, indagaremos también en los problemas que surgen de su implementación, tomando en cuenta las dificultades que han tenido que superar o no han podido superar aquellos que quieran beneficiarse de las posibilidades que la ley otorga.

Estado del arte

La existencia de regímenes de promoción de mecenazgo en nuestro país es un tanto nueva. Ha habido intentos legislativos de implementar un sistema nacional de mecenazgo pero ninguna ley logró ser aprobada. A nivel provincial han existido algunas legislaciones con éxitos menores, pero la mayoría no han sido nunca implementadas. Por lo tanto, la experiencia porteña es la más relevante a nivel nacional.

Al comenzar este trabajo, no existía ninguna evaluación gubernamental o académica que investigara los alcances y efectos de la Ley N°2.264. Recientemente, el 24 de junio de 2015, Juan Manuel Beati, funcionario responsable del área de Mecenazgo y actual presidente del Consejo de Promoción, presentó el libro *Seis años de mecenazgo en Buenos Aires* que constituye la primera evaluación de la ley, desde el gobierno porteño. El mismo constituye un valioso recurso dado que plasma la visión oficial respecto a los resultados de la ley.

Existen, asimismo, artículos periodísticos o de opinión que han indagado en algún aspecto de la ley o del sistema que implementa. Por ejemplo, trabajaremos con artículos de Diego Santilli, recientemente electo vice jefe de gobierno por el PRO, o Inés Urdapilleta, ex legisladora de la ciudad, donde defienden y critican, respectivamente, diferentes puntos de la ley y sus fundamentos. En el ámbito académico, encontramos los trabajos de Juan Carlos Biglia (ver Biglia, 2004; Biglia, 2005) quien ha analizado los proyectos de ley previos a la aprobación de la ley actual.

Si bien la experiencia nacional no es abundante, en América Latina, se encuentran los casos de Chile y Brasil y sus leyes de financiamiento público-privado de la cultura. Sobre estas, se ha trabajado con los aportes de Cristian Antoine, investigador chileno especialista en políticas culturales, que ha estudiado sobre la situación de las mismas en nuestra región y, especialmente, en Chile.

Por otro lado, hemos encontramos cuatro tesinas de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires que abordan la temática de

las políticas culturales en la CABA, haciendo foco en algún programa implementado. Hemos prestado particular atención a la producida por María Lorena Ferrando, “Políticas Culturales: entre el espectáculo y el desarrollo. La gestión cultural en la Ciudad de Buenos Aires” (2011), puesto que compartimos numerosas preguntas de investigación. Ella también indagó sobre la noción de cultura en el gobierno de Mauricio Macri y los objetivos de algunas políticas implementadas. Con respecto a la ley N° 2.264, afirma: “El creciente uso de la Ley de Mecenazgo minimiza el papel del Estado en su responsabilidad de gestionar la cultura y lo ubica en un rol de simple mediador, gestor de colaboraciones (económicas) entre el sector privado y público” (2011:15). La investigación que proponemos deberá evaluar si esta afirmación es verdadera.

A nivel global, la bibliografía sobre políticas culturales es extensa. Se trabajará, principalmente con documentos producidos por conferencias internacionales de las Naciones Unidas y organismos asociados, para definir conceptos y líneas de acción. Asimismo, se ha recurrido a bibliografía sobre experiencias españolas de implementación de políticas públicas. Las mismas son variadas y, si bien los casos no son iguales al que esta tesina indaga, permiten plantear preguntas de investigación y han ayudado a la demarcación del marco teórico.

Objetivo general

- Contribuir a una evaluación de los resultados esperados y alcanzados por la Ley de Mecenazgo de la CABA.

Objetivos específicos

- Indagar en los conceptos de política pública y de política pública cultural presentes en la Ley de Mecenazgo.
- Realizar un análisis comparativo con las leyes de mecenazgo de Brasil y Chile.

- Especificar los criterios de evaluación de los proyectos.
- Sistematizar las problemáticas que los actores han encontrado en el uso de la ley.
- Proponer líneas de acción para mejorar la implementación de la ley.

Marco metodológico

El enfoque metodológico utilizado será principalmente cualitativo. Se buscará realizar un análisis situacional de las prácticas y actores sociales en torno a la Ley de Mecenazgo de la CABA. Para el mismo, es necesario definir un territorio de intervención. Este es entendido no como un territorio geográfico, sino como un entramado de sujetos, intereses y demás componentes que construyen una situación determinada.

El análisis situacional será considerado como un momento del trabajo de intervención, pero uno dinámico. Se entiende que a lo largo del análisis pueden surgir nuevos aspectos, nuevas miradas que deben ser contempladas e incluidas en el análisis.

Entendemos que la dinámica social se inscribe en múltiples escenarios donde los actores configuran tramas discursivas que se apoyan en construcciones de sentidos preestablecidos. Por lo tanto, en las escenas es importante “leer” y reconocer, por un lado, la historia y memorias de los actores, cómo entienden los temas presentes en el ámbito de trabajo y en el territorio, las articulaciones que se componen, los relatos que construyen. Por otro lado, se debe comprender que existe un “detrás de escena” o “telón de fondo”, situaciones de contexto y relatos que atraviesan a los actores y que inciden en sus representaciones. Estas circunstancias pueden aparecer como “externas” pero impactan en las situaciones de comunicación configurando a los actores y las relaciones (Appella, Huarte y Vargas, 2012).

Las variables claves comunicacionales

Se trabajará a nivel macro con ejes de indagación (variables claves comunicacionales) que guiarán y ordenarán el análisis. La definición temprana de estas variables claves definirá los aspectos de la situación que se consideran más relevantes, desde el punto de vista comunicacional. Asimismo, orientarán la búsqueda y sistematización de la información (Appella et al., 2012). Dado que el

tema a abordar es complejo, debido a su multiplicidad de actores y de puntos de vista, entendemos que no es realista ni pragmático querer abordarlo todo, por lo que las variables claves nos marcarán los aspectos y las líneas de investigación pertinentes a nuestro objeto de estudio y nuestros objetivos. Sin embargo, y como ya hemos mencionado, el análisis es dinámico, así como el territorio, por lo que pueden surgir nuevas preguntas de investigación. En definitiva, hemos estructurado el trabajo de campo en las tres siguientes variables.

Las concepciones y significaciones presentes en la ley

Esta variable tiene como objetivo indagar los sentidos consolidados en el texto de la ley estudiada. Por un lado, las preguntas que nos propusimos eran tendientes a dilucidar el rol que el Estado asumía en este nuevo régimen, cómo es su relación con el sector privado y si fomentaba una democracia más participativa. Por el otro, evaluamos qué se entendía por cultura y qué tipo de financiamiento cultural promovía.

Las estrategias del GCBA para relacionarse con los actores

Esta variable se enfoca en el trabajo realizado por el GCBA y su capacidad de llevar a cabo los objetivos de la ley. Nos proponemos evaluar cómo se ha implementado el Régimen de Promoción Cultural, poniendo especial atención en el relacionamiento entre actores, sean estos del orden público o privados. Por ello, atenderemos a las acciones comunicacionales del GCBA para difundir el programa, así como las estrategias diseñadas para asegurar espacios de diálogo con los participantes y el eventual éxito de sus objetivos. Asimismo, indagaremos en cómo es la coordinación entre áreas de gobierno.

Las habilidades, capacidades y recursos que tiene o debería tener cada beneficiario

El régimen porteño tiene como actores destacados a los beneficiarios del programa. Son ellos los que presentan sus proyectos y, en caso de ser aprobados, buscan el financiamiento para llevarlos a cabo. Por ello, consideramos esencial evaluar cuáles son los recursos externos e internos con los que cuentan para el

éxito de sus cometidos y cuáles deberían ser desarrollados por el GCBA. Entendemos que este eje de investigación nos ayudará a construir el "beneficiario ideal" que este programa demanda y así lo podremos comparar con la realidad de los actores: sus capacidades, sus deseos y sus dificultades. El fin será juzgar las herramientas y espacios existentes y los que se deben generar para lograr los objetivos de la ley.

Técnicas de recolección y análisis de datos

Se utilizarán dos tipos de técnicas que forman parte de la perspectiva metodológica cualitativa. Por un lado, están las técnicas de registro, que son aquellas que se utilizan para relevar información (donde se hará énfasis en las entrevistas y los análisis documentales). Por otro lado, están las técnicas de análisis, que hacen a la sistematización de la información y a establecer categorías e inferencias (por ejemplo, las matrices, los mapas causales).

Inicialmente y con el fin de evaluar el estado del arte del tema elegido, se consultó la bibliografía existente en las bibliotecas y hemerotecas de: las facultades de Ciencias Sociales y la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, el Centro Cultural de la Cooperación, la Universidad de San Martín, el Centro Cultural de España, la Alianza Francesa, Ministerio de Cultura de Chile y en Internet.

La recolección y articulación de diferentes artículos, libros y trabajos permitió el desarrollo del marco teórico, donde se definen los conceptos que sostendrán la investigación. Consecuentemente, se logró planificar los pasos de los relevamientos subsecuentes. Teniendo en cuenta los ejes de investigación hemos realizado un Diseño de Plan de Trabajo (ver Anexo:2).

Específicamente para el primer eje, realizamos un análisis legislativo comparativo entre la Ley N°2.264 de la CABA (con todas sus modificaciones y reglamentaciones[2]), las ley chilena de Donaciones Culturales, la Ley Rouanet de

[2] Leyes de la CABA: Nº 2264 (modificada por Ley Nº 4093 y Ley Nº 4785) y Nº 4353 (modificada por Ley Nº 4825 - Capítulo V). Decretos del Jefe de Gobierno: Nº 886-07 (modificado por Decreto Nº 1135-09, Decreto Nº

Brasil y los proyectos de ley presentados en la legislatura porteña, previa aprobación de la vigente ley. Asimismo, revisamos las Conferencias de la UNESCO y los tratados internacionales citados en el marco teórico.

Para los tres ejes en general, resultó de gran utilidad el material publicado por el GCBA en sus portales web[3] así como en el libro *Seis años de Mecenazgo en Buenos Aires* (Beati, 2015) donde se realiza una evaluación de los seis años de vigencia de la ley. Contamos, también, con el Informe publicado en el 2011 por la Auditoría General de la CABA. Además consultamos artículos periodísticos, académicos, declaraciones, estadísticas disponibles en sitios web.

Gran parte de las fuentes consultadas remiten a entrevistas realizadas exclusivamente para este trabajo de investigación, de manera presencial o virtual (Skype). Estas se pueden encontrar en el Anexo, con información sobre el canal y la fecha de producción.

Entrevistados

- Pedro Delheye: Arquitecto (UNLP). Maestría en Cultura en Universidad de Barcelona. Director General de Cultura de La Plata (1998-2004). Asesor de la Secretaría de Cultura de la Nación (2004-2005). Director de la Comisión de Cultura de la Legislatura porteña (2006 2009). Miembro de la Comisión de Preservación Histórico Cultural de CABA (2006 2009). Asesor del Teatro Colón (2010 2013). Regente de la Escuela Nacional de Museología desde 2014. Secretario de ICOMOS Argentina. Asesor Consulto de CNMLy BH. Miembro del Consejo de Promoción Cultural de CABA. Director del Programa de Posgrado en Gestión y Políticas Culturales en FCE UNLP. Docente en la UCA, UNLP, UBA, UNTref, UNLa.

159-11 y Decreto Nº 587-11) y Nº 169/2014. Resoluciones del Ministerio de Cultura de la CABA: Nº 648/2010 (modificada por Resolución Nº 1455/2012 y Resolución Nº6657/14); Nº 1395/2010 (modificada por Resolución Nº 4986/2011); Nº 772/2011; Nº 1806/2011; Nº 1455/2012; Nº 2261/2012 y Nº 1911/013. Resoluciones de la AGIP Nº 752-AGIP-2009 y Nº 1028-AGIP-11.

[3] www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo/

- Juan Carlos Biglia: Lic. en Artes y Contador Público (UBA). Maestría en Administración Cultural (UBA). Asesor de la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos de la Secretaría de Cultura de la Nación (2003-2004)
- Elaine Rucci: Lic. En Historia (Universidad Metodista de Piracicaba) Magister en Procesos de Integración Regional - MERCOSUR (UBA). Elaboración y gestión de proyectos culturales para el programa Ley Rouanet de Apoyo a Cultura Brasileña.
- Martina Santolo: Lic. en Artes Combinadas (UBA). Experiencia en gestión, producción y *fundraising* de proyectos independientes.
- Tomás Amante: Compositor, cantante y guitarrista. Conservatorio Superior de Música Manuel de Falla.
- Anabella Ciana: Lic. en Relaciones Internacionales (USAL). Posgrado en Organizaciones Sin Fines de Lucro (organizado por la UDESA, Universidad Di Tella y CEDES). Posgrado en Gestión y Políticas Culturales (Universidad de Girona). Coordinadora General de Fundación Itaú Argentina (desde 2008).
- Juan Manuel Beati: Abogado (UBA). Subgerente Operativo de Regímenes de Promoción Cultural del GCBA y Presidente del Consejo de Promoción Cultural.
- Ana Trabucco: Cofundadora y presidenta de la Asociación Ciudadanía Solidaria. Formación en políticas públicas y participación ciudadana.
- Anahí Cordero: Abogada (UBA). Magister en Derecho Empresario (Univ. Austral). Consejera en Miembro del Consejo de Mecenazgo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Socia en estudio BERKEN IP. Profesora de Derecho Comercial (UBA).
- Sofía Juan: Música, compositora, cantante y actriz. Lic. en Teatro Musical (AMDA NY).

- Federico Sysknis: Músico, compositor, intérprete y docente. Lic. en Artes Musicales (UNA). Director del proyecto musical Ensamble Rojo, miembro del quinteto CAUCES.
- Valeria Kovadloff: Coreógrafa, docente y gestora cultural. Directora Artística del Instituto Prodanza del GCBA entre 2008 y 2013 y Directora Ejecutiva, entre 2013 y 2015.
- Ayelén González: Abogada (UBA). Analista de responsabilidad social empresaria en Gire S.A.

Marco teórico

Sobre el Estado y las políticas públicas

Pensamos las políticas públicas como una forma en que las sociedades conformadas como estados-naciones gestionan y solucionan las problemáticas que las afectan. Algunas de las preguntas que afloran de esta simplificada concepción son: ¿quién las desarrolla e implementa? ¿Quién enuncia el problema? Estos problemas, ¿afectan a la sociedad entera o a parte? En una primera instancia, indagaremos en los actores sociales que entran en juego a la hora de concebir y llevar a cabo una política pública.

Washington Uranga[4], en su artículo *Sin comunicación no hay políticas públicas democráticas,* realiza una revisión del Estado benefactor y de los estados neoliberales de fines del siglo XX comparando su concepción de y relación con lo público. El primero se caracterizó por abarcar la totalidad de la gestión de lo público, entendiendo ser el único garante de los derechos de la ciudadanía; opuestamente, los gobiernos neoliberales promulgaron un Estado retraído, con funciones sociales descentralizadas y escasa incidencia en las áreas de control y regulación de los mercados. El autor explica: "la retirada del estado provocó la aparición de nuevas prácticas y actores que se fueron haciendo cargo de tareas y funciones con la intención expresa de contribuir a la vigencia de los derechos sociales, económicos, políticos y culturales (Uranga, 2011)". Una consecuencia del modelo de Estado neoliberal fue la conformación de nuevas formas de participación ciudadana, expresada en organizaciones de la sociedad civil, ya fueran políticas, sociales, educativas, etc. Esto es lo que Uranga denomina la desmonopolización del manejo de lo público.

Pensaremos lo público como compuesto por diversos actores, incluyendo pero no restringido al Estado. Estos múltiples actores suelen aglutinarse bajo el

[4] Washington Uranga es periodista, docente e investigador de la comunicación. Su campo de especialización son los temas de comunicación vinculados con la ciudadanía, la participación, las políticas públicas y la planificación de procesos comunicacionales.

rótulo “sociedad civil”. Oscar Oszlak aclara: “la sociedad civil continúa siendo una categoría analítica y una referencia empírica ambigua, si de identificar su carácter “actoral” se trata (2009:7). Tomando como referencia los múltiples autores que Oszlak cita en su texto, definiremos a la sociedad civil como aquello que no son las instituciones gubernamentales. Está compuesta por individuos dispersos y por asociaciones de individuos –algunas con mayores niveles de organización y formalización que otras- que defienden diversos intereses, valores y tienen distintas y específicos ámbitos de poder.

Con respecto a qué es el Estado, diversos autores consultados le otorgan diferentes roles al mismo. Por un lado, Roberto Follari[5] destaca que “el Estado sigue siendo uno de los puntos decisivos respecto del ejercicio del poder” y sostiene que en el corto plazo, el Estado todavía es “un parcial garante de derechos básicos que el mercado está arrasando (s.f.)”. Con respecto a la sociedad civil, reconoce que la defensa de lo público requiere de una articulación entre ésta y lo estatal, advirtiendo también que la sociedad civil no está exenta de intereses sectoriales y diferencias ideológicas.

Carlos Vilas[6], en concordancia con el autor anterior, concibe al Estado como “un espacio institucional en el que se desenvuelve la lucha política de clases y otros grupos sociales (2011:11)”. No categoriza al mismo como bueno o malo, sino como necesario por ser la arena de disputa y quien moviliza legítimamente los instrumentos de coerción. Agrega que la democracia representativa ha perdido legitimidad por su falta de respuesta a demandas de los representados y su ineficaz rol de mediador. Por ello, el autor habla de la importancia de una democracia participativa y no es el único.

La concepción de democracia participativa cambia el enfoque de una ciudadanía que vota a una que forma parte de la construcción de la agenda

[5] Doctor y Licenciado en Psicología por la Univ. Nacional de San Luis. Profesor titular de Epistemología de las Ciencias Sociales (Univ. Nacional de Cuyo, Fac. Ciencias Políticas y Sociales). Ha sido asesor de la OEA, de UNICEF y de la CONEAU (Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria). Ganador del Premio Nacional sobre Derechos Humanos y universidad otorgado por el Servicio Universitario Mundial.

[6] Doctor en Ciencias Jurídicas y Sociales (UBA). Magíster en Ciencia Política y Administración Pública (FLACSO). Abogado (UNLP). Director representante del Gobierno Nacional en el Ente Tripartito de Obras y Servicios Sanitarios (ETOSS). Profesor de Estudios de Postgrado en el área de Gestión de Políticas Públicas (Universidad Nacional de Lanús).

política y del desarrollo e implementación de las políticas públicas. Esto es coherente con la definición de Vilas de lo público que habla de "procesos sociales que involucran a los individuos independientemente de su voluntad (Ibíd.)", es decir que pensaremos lo público como aquello que atañe a toda la ciudadanía. Por ello, encontramos en los autores un exhorto a desarrollar políticas públicas "desde abajo", en oposición a la modalidad tecnocrática, no pluralista, ni participativa con respecto a la sociedad civil que caracterizó a los gobiernos neoliberales. Uranga expresa: "las políticas públicas demandan un saber particular, es decir un campo de conocimiento específico. Ni siquiera el estado reúne por sí mismo todos los saberes (Op. Cit,)". Por ello la importancia de la participación de la sociedad civil: provee de conocimientos específicos como agentes directamente relacionados o afectados por las problemáticas y, sobre todo, la inclusión en los procesos de gestión e implementación genera mayor legitimidad al trabajar con consensos y no con coerción.

El Estado se convierte en un actor importante, pero no el único, que tiene el rol de "reconocer la pluralidad de prácticas y de perspectivas, la valoración de la diferencia y la promoción de una actitud de apertura y escucha de las iniciativas de los actores (Uranga, Op. Cit.)". Uranga denomina a esto "la gestión participativa y asociada de las políticas públicas". Asimismo, tiene que lograr que los objetivos de las diferentes políticas constituyan un todo armonioso, no contradictorio, que pueda ser articulado.

Carlos Matus[7] plantea una forma de abordar las problemáticas de la realidad que denomina "Teoría del juego social". Parte de la premisa de que los actores entienden la realidad de maneras diferentes y que son estas perspectivas las que hay que contemplar al definir la situación con la que se trabajará. Dice el autor: "Para cada actor social, la realidad en que habita es una situación diferente. Tan diferente que lo que es un problema para mí, puede ser un negocio para otro (s.f.). Por ello no habla de diagnósticos –que responde a una visión más técnica–,

[7] Máster en Administración Pública, especializado en Alta Dirección y Planificación Estratégica (Harvard). Ingeniero Comercial (Universidad de Chile). Trabajó como asesor del Ministro de Hacienda y como profesor asistente de la cátedra de Finanzas Públicas en la escuela de Economía de la Universidad de Chile. Profesor de la cátedra de Política Económica (ONU) en los cursos de post grado en planificación y desarrollo dictados por CEPAL y el ILPES en Santiago, Chile.

sino que plantea que el interventor o analista debe realizar un análisis situacional que implica un diálogo entre él mismo y otros actores donde se pongan en evidencia los diferentes relatos existentes sobre la situación a analizar.

Este interés por lo discursivo constituye la mirada comunicacional como un enfoque posible para abordar la realidad. Uranga sostiene: “Esta perspectiva de abordaje de los procesos sociales desde la comunicación implica situar su estudio en el terreno de la cultura (Uranga, s.f.)”. Es decir, entender las prácticas sociales como insertas en una cultura colectiva que actúa como contexto y marco de referencia que instituye sentido.

Es importante destacar que en esta pretensión de una democracia participativa, que funciona como ideal, no es posible sin lo que Daniel Prieto Castillo[8] señala como “un enorme esfuerzo de pedagogía (s.f.)”. Debe haber una voluntad “desde arriba” de democratizar y fomentar la participación, así como una redefinición de lo que constituye participar –en sus diferentes formas-, para lograr una ciudadanía más comprometida con lo público e informada sobre sus derechos a la comunicación y a la participación.

Derechos y políticas culturales

Entenderemos la cultura del modo enunciado en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales de la UNESCO en México (1982): “La Cultura comprende el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982)”.

Esta definición ha sido conocida como la definición antropológica de la cultura, para diferenciarse de las nociones más elitistas de lo cultural, donde ésta se asociaba a productos artísticos y literarios. Pensar lo cultural desde esta

[8] Licenciado y profesor de filosofía (Univ. Nacional de Cuyo) y Doctor en comunicación social. Desde la década del 60 viene impulsando la relación entre comunicación y educación, tarea que ha desarrollado en universidades y espacios de educación no formal en la mayoría de los países de América del Sur.

perspectiva nos permite pensarla en términos de identidades sociales. Américo Castilla[9] sostiene: “la cultura tiene como materia propia la producción y transmisión social de identidades y significados. También comprende el modo de vida de distintos grupos humanos, sus códigos de comportamiento, su vestimenta, cocina, idiomas, artes, ciencia, tecnología, religión, rituales o tradiciones. La cultura es esa necesidad básica que aporta significado a toda la actividad social (2010:15)”. Es decir, se contempla tanto lo tangible como lo intangible, pero se destaca la particularidad de lo cultural como significante del hacer social. Llorens Prats[10] define al patrimonio como la representación simbólica de la identidad y por ello, explica, se destinan recursos a su conservación y exposición (2005).

Así devienen necesarias el estudio y la implementación de políticas que intervengan sobre el sector cultural. Tenemos por un lado la definición de política cultural de Néstor García Canclini:

> "[las políticas culturales son] un conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población, y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social (1987:26)".

Por otro lado, encontramos la noción de política cultural sostenida por la UNESCO que Rubens Bayardo[11] revisa:

> “un conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa y presupuestaria, que sirven como base para la acción cultural de un gobierno. (…) Es decir que no se trata de

[9] Profesor, autor y abogado (UBA). Presidente de Fundación Typa y Director Académico del Laboratorio TyPA de Gestión de Museos. Fue Director Nacional de Patrimonio y Museos y del Museo de Bellas Artes.
[10] Profesor titular de Antropología Social (Univ. de Barcelona). Profesor, coordinador de proyectos y miembro del Consejo de Estudios del Máster en Gestión del Patrimonio Cultural.
[11] Doctor en Filosofía y Letras, Área Antropología (UBA). Docente e investigador en Economía de la Cultura, Políticas Culturales y Gestión Cultural. Fue Secretario Técnico y Miembro del Comité Directivo de IBERFORMAT, Red de Centros y Unidades de Formación en Gestión Cultural de Iberoamérica. Director del Programa de Antropología de la Cultura, FFyL-UBA. Actualmente es Director del Programa de Estudios Avanzados en Gestión Cultural, IDAES-UNSAM.

acciones aisladas ni a corto plazo, sino de intervenciones estratégicas sometidas a monitoreo, evaluación y seguimiento (2008:20)".

Tomamos de esta definición la importancia de pensar en planes estratégicos a largo plazo. Bayardo también duda de la capacidad de los actores privados de sostener e instrumentar políticas culturales (Op.Cit.), por lo que también decide pensarlas sólo en el sector público.

No obstante, reiteramos, el Estado no puede ser el único actor en la concepción e implementación de políticas para lo cultural. Es necesario el consenso y la participación de la comunidad para sostener y desarrollar proyectos efectivos. Américo Castilla asevera: "Cuando nos referimos a la cultura en términos de producción y transmisión social de valores y significado, la conexión entre ésta y el planeamiento estratégico se vuelve más evidente y permite formular un modelo teórico con estructuras más eficaces (Op. Cit.)".

Sostendremos la importancia de tomar como horizonte la satisfacción de los derechos culturales de la población y de que estos sirvan a un tipo de transformación social. Sin embargo, trabajaremos la noción de políticas culturales sostenida desde el Estado, aunque con la idea de una participación ciudadana.

Conferencias internacionales sobre políticas culturales

Podemos sostener que siempre hubo acciones e intervenciones de instituciones y Estados con el fin de orientar el desarrollo cultural de grupos de personas. Sin embargo, el término "política cultural" comienza a aparecer en la década del sesenta, como el método de planificación estatal para satisfacer los derechos culturales de los pueblos. Estos derechos aparecen explicitados, por primera vez, en la Declaración Universal de Derechos Humanos, artículos 22[12] y 27[13].

[12] "Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad."

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

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) deviene, en este marco, en el organismo que fomenta "la consolidación de la paz, la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural mediante la educación, las ciencias, la cultura, la comunicación y la información"[14]. En este apartado, mencionaremos brevemente algunas conferencias relevantes y acuerdos interestatales organizados por la UNESCO, referentes a los derechos y políticas culturales.

La Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional (1966) proclama: "Toda cultura tiene una dignidad y un valor que deben ser respetados y protegidos". Su documento final hace hincapié en los derechos y obligación de cada pueblo a desarrollar su cultura y en el interés colectivo de la cooperación cultural internacional (UNESCO, 1966). Por su parte, la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales (Venecia, 1970) es donde por primera vez se focaliza en los aspectos financieros de las políticas culturales. Asimismo, se comparten experiencias de diseño e implementación, poniendo de relieve la necesidad de las mismas. Estas primeras reuniones "introducen la noción de la cultura del mestizaje, cuestionando así la visión tradicional de la existencia de Estados monolíticos en el plano cultural, y reiteran la importancia que reviste el desarrollo endógeno (UNESCO, s.f.)".

La Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT) llevada a cabo en México en 1982 produce la noción de cultura que ya hemos mencionado. Asimismo, afirma que la cultura es esencial para el desarrollo del individuo y de la sociedad, promoviendo el fin de la idea de la cultura como un sector accesorio, improductivo y de lujo (UNESCO, 1982).

En 1998, se realiza la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, en Estocolmo. Se apoyó fuertemente la idea de ampliar el ámbito de las políticas culturales: "Además de la protección del

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

[14] http://www.unesco.org/new/es/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/

patrimonio y la creación artística, deben [los ministerios] abarcar, por ejemplo, las siguiente cuestiones: relaciones interétnicas, integración social, democracia política, equidad económica, y creación progresiva del significado social y del sentido de la confianza, la cooperación y la solidaridad que toda sociedad necesita (UNESCO, 1998:22)". Jacques Rigaud, importante funcionario del Ministerio de Cultura francés, señaló también la importancia de no considerar a la cultura como un sector más, sino más bien como una dimensión global que impregna otros sectores (Ibíd:39).

La Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001) reafirmó la defensa por la diversidad cultural y el compromiso político de la protección de la misma, a fin de garantizar la cohesión y paz social.

Estas conferencias fueron definiendo los términos y conceptos que hoy utilizamos. Se fue ampliando la noción de cultura hasta llegar a la definición de la MONDIACULT. Asimismo, fue crucial el comenzar a hablar de diversidad cultural y el respeto por la misma dentro de los mismos Estados, rechazando la visión de una cultura nacional homogénea. Paralelamente, a partir de la MONDIACULT, pero esencialmente en la conferencia de Estocolmo, se comienza a impulsar la relación entre cultura y desarrollo y a la cultura como un sector económico a considerar.

De manera más reciente, y haciendo foco en América Latina, han habido dos documentos que "han incentivado la generación de políticas culturales participativas, inclusivas y transversales, a nivel local y nacional": la Carta Cultural Iberoamericana (CCI) y la Agenda 21 (Ramos Aitken, 2014:87).

La CCI fue aprobada por la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno en Montevideo en el año 2006. Esta exige que la cultura iberoamericana se reconozca y consolide como uno de los ejes vertebradores de nuestra vida colectiva[15]. Los lineamientos de este proyecto político siguen las nociones y objetivos que marcan las declaraciones de las conferencias de UNESCO, pero con un énfasis en la construcción de un "Espacio Cultural Iberoamericano".

[15] http://www.culturasiberoamericanas.org/documentos_trabajo.php

Por otro lado, la Agenda 21 es un documento firmado en 2004 por ciudades y gobiernos locales de todo el mundo, entre ellos Buenos Aires, haciendo explícito su compromiso con "los derechos humanos, la diversidad cultural, la sostenibilidad, la democracia participativa y la generación de condiciones para la paz"[16]. El documento, a partir de sus Principios, Compromisos y Recomendaciones, sostiene a la cultura como pilar del desarrollo sostenible e insiste sobre la importancia de la participación ciudadana y la planificación estratégica. Es un acuerdo de cooperación entre estados locales para proponer y orientar políticas y acciones para el desarrollo cultural. Los estados asociados firman su voluntad de implementar lo acordado en los 67 artículos del documento. Para ello, existe la Comisión de cultura de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) que difunde y ayuda a la implementación local de la Agenda 21.

La importancia de este último acuerdo radica en la presencia de la Ciudad de Buenos Aires en su constitución y en su fomento. Hoy en día, Buenos Aires co-preside la CGLU y tiene un rol activo en su promoción y trabajo.

Los acuerdos y organismos internacionales a los que el país y la CABA suscribe fomentan que las políticas culturales se focalicen en las siguientes áreas: promoción y preservación de la diversidad cultural; apertura a la participación ciudadana; inclusión de sectores vulnerables o minorías; descentralización de las estructuras, tendiendo más a las instituciones locales, como las ciudades; y relación con el desarrollo económico, viendo a la cultura además de su poder simbólico como un área productiva.

El financiamiento público de la cultura

La gestión de la cultura desde el Estado ha tenido dos modelos de referencia, a lo largo del siglo XX: el modelo francés y el modelo anglosajón. El primero se caracteriza por la fuerte presencia y direccionamiento del Estado, desde un organismo centralizado como un ministerio. Este, que podríamos denominar también modelo ministerial, busca unificar competencias en el Estado.

[16] http://www.agenda21culture.net/index.php/es/docman/agenda21/222-ag21es/file

El segundo concibe el establecimiento de un organismo autónomo (que en el Reino Unido en 1944 fue el *Arts Council of Great Britain)* con recursos estatales, pero que mantiene autonomía del poder político y partidario. Se distingue por ser dirigido por consejos de artistas y de personalidades reconocidas en las artes que determinan el destino de los subsidios. La Argentina ha tendido al primer modelo.

Paralelamente y centrándonos en los recursos, la financiación de la cultura puede ser estatal o de mercado. La primera comprende a la ejecución de un presupuesto de gobierno dedicado al área, más subsidios de instituciones u organismos públicos y fondos de fomentos. Esta es motivada por objetivos de "interés general y de rentabilidad social, como también sustentada en el cálculo político-fiscal del presupuesto público, sus limitaciones y prioridades (Harvey, 2003:40)". La financiación privada puede responder a motivaciones filantrópicas o de mercado. Según Edwin Harvey, la primera está "basada en motivaciones altruistas y también de interés general, así como en la concepción de un moderno mecenazgo republicano, pudiendo considerarse también dentro de este esquema al llamado mecenazgo 'interesado', con contrapartida, alentando y promovido por el Estado, a veces sistemáticamente, mediante una política fiscal adecuada (Ibíd:42)". La segunda responde a "motivaciones de interés particular o individual, en la rentabilidad empresarial y en la preferencia del consumidor (Ibíd:41)".

Cristian D. Antoine explora la relación entre estos modelos conceptuales y explica que en la práctica pueden encontrarse modelos mixtos, donde hay una combinación de recursos privados y estatales, o un modelo dual que implica que ambos tipo de financiamiento existen pero sin conexión entre sí (2008).

En las siguientes secciones, revisaremos qué nociones y experiencias surgen a nivel internacional y nacional sobre el financiamiento público de la cultura y su relación con el sector privado.

A nivel internacional

Ya en la conferencia de la UNESCO en Venecia en 1970 se pone de relieve los aspectos financieros de las políticas culturales y se recomienda a los Estados a dedicar una "porción adecuada de sus presupuestos nacionales al desarrollo cultural" (UNESCO, 1970).

En la *Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo* de UNESCO (Estocolmo, 1998), se reconoció la problemática de los decrecientes presupuestos nacionales para la cultura y las demandas de recortar las áreas que generan déficit. La Comisión de Cultura y Desarrollo, ante el desalentador panorama, insistió en la importancia de la cultura, no sólo en su dimensión simbólica e identitaria, sino como creciente ámbito de desarrollo económico. Por lo mismo, se motivó a los gobiernos a promover y apoyar el sector: por un lado, se estableció un Plan de Acción que comprometía a los miembros a gradualmente llegar a dedicar 1% de sus presupuestos nacionales a la cultura; además, los instaba a desarrollar normativas y legislación que incentivara la intervención del sector empresario y la sociedad civil. La cooperación multiactoral y multisectorial serviría a generar ingresos de recursos, pero también para mejorar la eficiencia del sector, introduciendo conocimientos del mundo empresarial. Al mismo tiempo, las líneas de acción propuestas incluyeron pedidos al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) a dedicar 2% de sus inversiones al desarrollo cultural y a instituciones financieras –como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo- a otorgar créditos para financiar programas y proyectos culturales, específicamente en las áreas de patrimonio, turismo y artesanía.

La Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001 reafirma la necesidad de colaboraciones entre actores sociales en su artículo 11: "Las fuerzas del mercado por sí solas no pueden garantizar la preservación y promoción de la diversidad cultural, clave de un desarrollo humano sostenible. Desde este punto de vista, se debe reafirmar la preeminencia de las políticas públicas, en colaboración con el sector privado y la sociedad civil".

Evidenciamos que los acuerdos internacionales en su totalidad destacan la importancia de los Estados para el desarrollo del sector cultural e insiste en apreciarlo como un sector con potencial productivo y la "piedra angular del desarrollo sostenible" (UNESCO, 1998). Son recurrentes las apelaciones a la colaboración entre sector privado y público, con el fin de diversificar la financiación y la disponibilidad de recursos monetarios y no monetarios.

¿Qué es el mecenazgo?

El término "mecenazgo" tiene sus raíces en Cayo Cilnio Mecenas, miembro de la nobleza romana, quien fomentaba el desarrollo cultural apoyando económicamente a artistas, como Virgilio y Horacio (Beati, 2015:3). El sociólogo Stephen Mennell señala: "Las artes siempre tuvieron necesidad de mecenas. Antiguamente, la Iglesia, los príncipes, los burgueses ilustrados, consagraban sus fortunas a ayudar a artista, arquitectos, músicos, teatros y óperas" (citado en Harvey, 2003:329).

Por su parte, Néstor García Canclini tipifica los modelos o las expresiones que toman las políticas culturales modernas. Entre ellas, rescata la de "mecenazgo liberal". Al respecto sostiene:

> "Esta forma de promover la cultura, que en Europa tuvo su auge cuando aun no existía un mercado artístico amplio que organizara la relación de los creadores con el público, subsiste en Estados Unidos y otros países centrales en los que el Estado no es el impulsor predominante de la producción cultural (1987)".

Lo que caracteriza a este modelo es que no constituye un plan estratégico basado en un diagnóstico previo, sino que son acciones aisladas de actores privados que elijen a quién o a qué dar su apoyo de acuerdo a criterios estéticos, de afinidad y otras cuestiones personales. García Canclini reconoce que no es una política cultural como él mismo las definió ya que "no se organiza en relación con

las necesidades colectivas"; al contrario, son acciones que "persiguen siempre un rédito publicitario para quien las financia" (1987).

En la actualidad, el mecenazgo se ha constituido en un tipo de financiamiento caracterizado por al apoyo económico de privados, personas físicas y sobre todo jurídicas, a artistas o proyectos culturales. Es un sistema que se ha institucionalizado pero con diferentes regímenes y normativas de acuerdo al país o ciudad. Tienen en común, el estímulo estatal, ya sea con beneficios fiscales o contraprestaciones para los "mecenas". Es por esto que Edwin Harvey denomina a estos modelos "mecenazgo interesado" (2003:333).

En nuestro continente, son destacados dos modelos nacionales de mecenazgo incentivados por la Ley de Donaciones Culturales chilena y la Ley Rouanet en Brasil, ambas de 1991. Analizaremos las especificidades de las mismas posteriormente.

En Argentina

Desde la conformación del Estado Nacional argentino, es posible rescatar políticas y acciones tendientes a orientar el desarrollo cultural y simbólico de la población. La ley 1420 de Educación procura la formación de una identidad nacional argentina, a través de la enseñanza patriótica. Esta ley, así como la creación de la Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares, son ejemplos de un combate contra la "barbarie" a fin de asegurar el proyecto civilizador. Si bien no se hablaba de políticas culturales, estas son las primeras de múltiples acciones desarrollas por el Estado argentino en el sector cultural.

En 1935, se crea la primera institución relativa exclusivamente al sector: la Comisión Nacional de Cultura[17]. El nombre, funciones y carácter de la institución

[17] La Comisión Nacional de Cultura se financiaba con los recursos que generó la aplicación de la ley de propiedad intelectual. Apoyaba el teatro, las bibliotecas populares, el cine, la formación artística, literaria y científica mediante premios y becas externas. Sus miembros eran: 1) el rector de la Universidad de Buenos Aires; 2) el presidente del Consejo Nacional de Educación; 3) el director de la Biblioteca Nacional; 4) el presidente de la Academia Argentina de Letras; 5) el presidente de la Comisión Nacional de Bellas Artes; 6) el director del Registro Nacional de Propiedad Intelectual; 7) el presidente de la Sociedad Científica Argentina; 8) un representante de la sociedad de escritores; 9) un representante de la sociedad de autores teatrales; 10) un

responsable de las políticas culturales han cambiado numerosas veces. Desde el 7 de mayo de 2014, contamos con un Ministerio Nacional de Cultura.

Más allá de la institucionalidad, nos interesa centrarnos en los instrumentos de financiamientos. Rubens Bayardo explica:

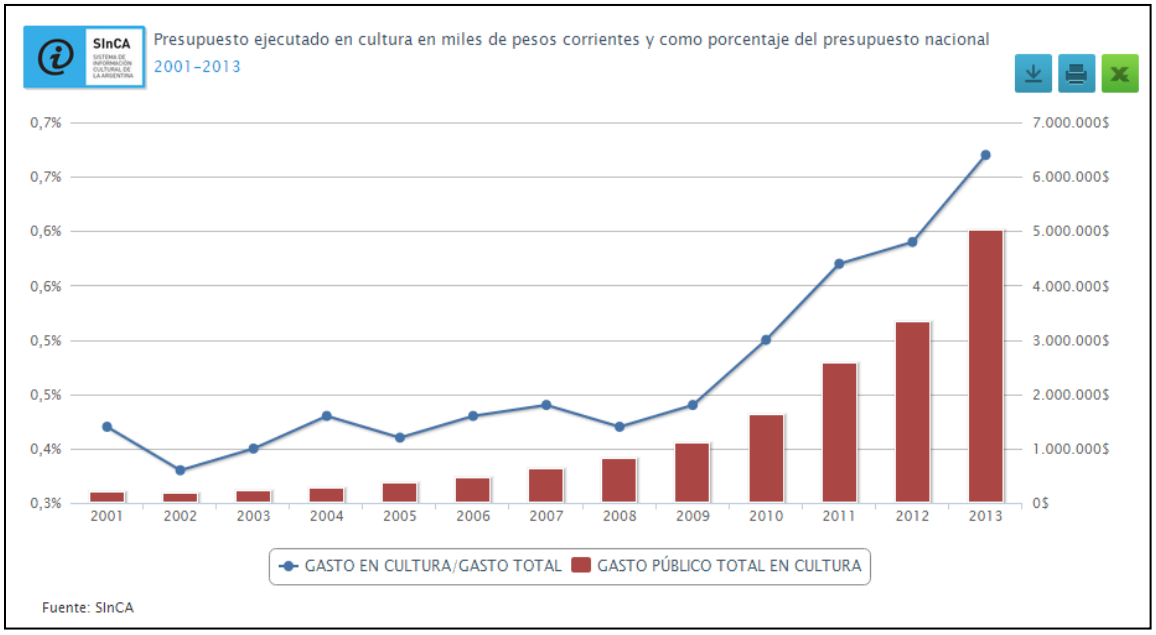
> "El financiamiento público de la cultura en Argentina proviene en buena medida de los montos que fija anualmente la Ley Nacional de Presupuesto, a partir de fondos inespecíficos provenientes de las denominadas Rentas Generales. A ello deben agregarse las cuentas especiales con fondos específicos asignados por leyes relativas a instituciones como el Fondo Nacional de las Artes (FNA), el Instituto Nacional del Teatro (INT), el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), etc. Estas reservas están originadas en la percepción de diversos gravámenes (sobre el juego de la lotería, la radiodifusión, el dominio público pagante) y en los recursos propios que las mismas pueden generar con sus actividades (venta de localidades, prestación de servicios, rentas e intereses) (2008)"[18].

En los últimos años, ha habido un crecimiento sostenido del presupuesto ejecutado en el sector cultural, en términos absolutos y como porcentaje del presupuesto nacional. En el año 2013[19], se invirtieron $5,010,117,388.00, que representan un 0,67% del presupuesto nacional. Lejos se encuentra, sin embargo, del 1% recomendado por la UNESCO.

representante de la sociedad de compositores de música popular y de cámara; 11) un representante del Senado de la Nación; y 12) un representante de la Cámara de Diputados de la Nación.

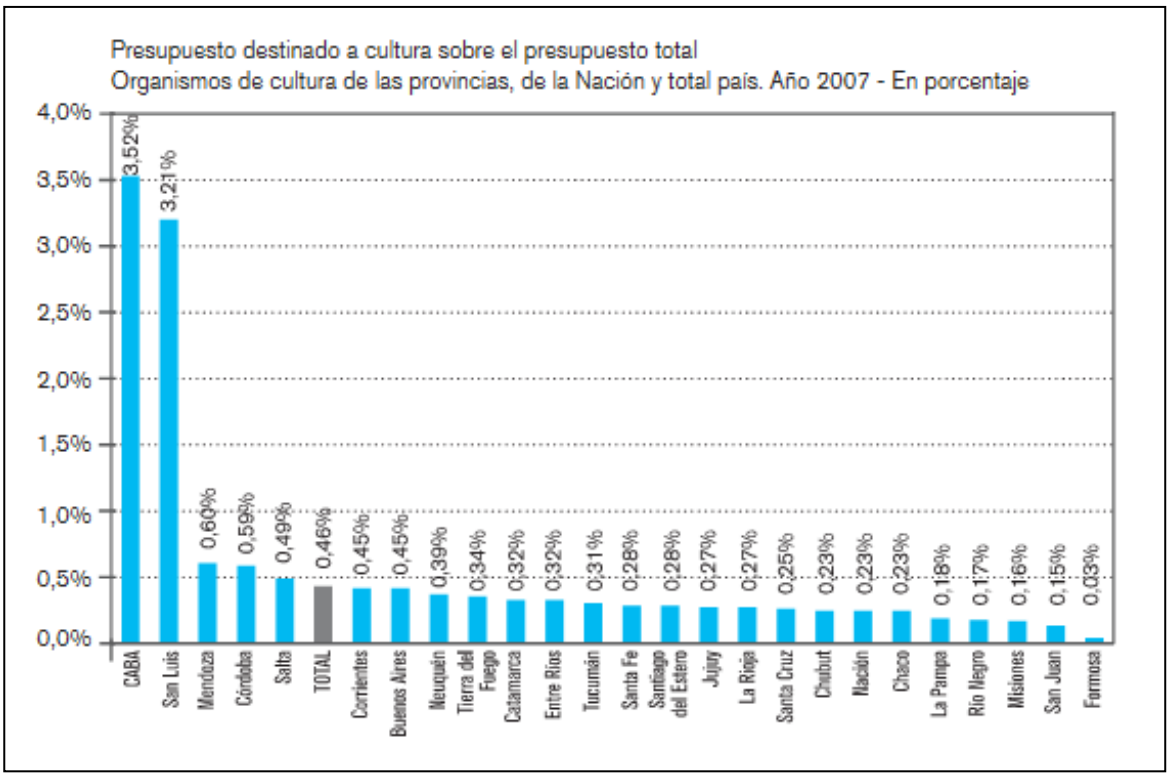
[18] Sobre los gravámenes empleados para financiar el sector cultural en Argentina ver Harvey, 2003, La experiencia fiscal argentina.

[19] Último año que figura en el SiNCA.



En las provincias, podemos notar que el presupuesto destinado a la cultura, salvo en la CABA y en San Luis, no llega al 1% del total del presupuesto provincial tampoco[20]. Al mismo tiempo, son muy recientes las legislaciones provinciales –ninguna nacional- que prevén una reglamentación, normativa o fomento a la participación del sector privado o sociedad civil en la financiación de proyectos culturales.

[20] Fuente: SiNCa. (Ver Anexo:4).



Fuente: SInCA

La ley de Mecenazgo

El camino hacia la ley

Entre los años 2003 y 2004, fueron presentados, en la legislatura de la CABA, cinco proyectos de ley relativos a incentivar la participación privada en el patrocinio de la cultura (véase Biglia, 2004). Los proyectos, impulsados cada uno por diferentes espacios políticos, no lograron ser aprobados.

Grupos de artistas y de gestores culturales presionaban para la aprobación de una ley que permitiera ampliar las capacidades de financiación del sector. Los países vecinos de Chile y Brasil contaban desde principios de los años 90 con leyes de esa índole que habían logrado inyectar importantes recursos que habían permitido el desarrollo de miles de proyectos[21]. La reclamada ley llegaría el 14 de diciembre de 2006, siendo el proyecto de la ley de Mecenazgo de la Ciudad de Buenos Aires aprobado con 39 votos a favor, 2 en contra y 3 abstenciones.

El entonces Director de la Comisión de Cultura de la legislatura y colaborador de la diputada Inés Urdapilleta, Pedro Delheye, afirma que el período entre el año 2006 y 2010 fue un momento particular en la legislatura porteña, dado que coincidieron muchos diputados vinculados a lo cultural, lo que permitió el tratamiento de numerosas leyes que incidieron en el sector (Comunicación personal, 2015). Tanto él como el recientemente electo vice Jefe de Gobierno, Diego Santilli, recuerdan que la ley supuso arduos debates y una intensa búsqueda de consenso político (Delheye, 2015; Santilli, 2008). Delheye explica: “el macrismo podría haber forzado para sacarla solo, dado que eran primera minoría, pero buscaron la legitimidad […] Y esa se conseguía con las tres patas: PRO, FPV y la Coalición Cívica”.

[21] En 2014, se recaudaron en Brasil $1.320.307.460,89 (reales) –aproximadamente USD 496.356.188, tomando la cotización del 31/12/2014- por 3273 proyectos. (Ministério da Cultura do Brasil, 2014). En el año 2012, fueron 818 los contribuyentes que declararon donaciones al sector cultural por un total de $25.594.547.820 (pesos chilenos) –aproximadamente USD 53.465.663,60, tomando la cotización del 31/12/2012-. (CNCA, 2013:47)

La ley N°2.264

En el siguiente apartado, analizaremos el contenido de la ley, centrándonos en su espíritu y en los sentidos que construye. Será en el capítulo siguiente donde evaluaremos la puesta en marcha de la misma y los desafíos del paso de las ideas a lo concreto.

¿Una ley de mecenazgo?

La ley Nº 2.264 –incluyendo sus posteriores modificaciones (Ley Nº 4093 y Ley Nº 4785)- habilita a las personas físicas y jurídicas que tributan en la CABA a destinar parte de lo que pagan en concepto del Impuesto Sobre los Ingresos Brutos (IIBB)[22] directamente a proyectos declarados de interés por el Consejo de Promoción Cultural (creado por esta ley) y aprobados por el Ministerio de Cultura.

En su artículo primero, la ley determina la creación del Régimen de Promoción Cultural de la CABA con el objeto de "estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales". Por esta intención se la denominó ley de "Mecenazgo".

No obstante, aquí encontramos una confusión. Inés Urdapilleta aclara: "El mecenazgo se encuadra dentro de una concepción de filantropía empresarial y se realiza con recursos provenientes exclusivamente del sector privado, que no son deducibles de impuestos" (2008). Sin embargo, esto no es lo que la ley promueve. Se permiten dos opciones de participación privada: ser patrocinador o benefactor.

Patrocinadores son aquellos contribuyentes que "relacionan su imagen o la de sus productos con el proyecto patrocinado, o requieren algún tipo de contraprestación de los responsables del proyecto para cuyo financiamiento

[22] Sobre los montos que se pueden contribuir la Ley N°2.264/2006 estipula:
"Artículo 32 - Los contribuyentes no pueden otorgar montos en virtud del presente régimen por más de diez por ciento (10%) de la respectiva determinación anual del Impuesto Sobre los Ingresos Brutos del ejercicio anterior al del aporte. Los contribuyentes adheridos al Régimen Simplificado del Impuesto sobre los Ingresos Brutos establecido en la Ley 1477 pueden otorgar montos en virtud del presente régimen hasta el total de su obligación anual. Los aportes que los contribuyentes realicen en el marco del Régimen de Promoción Cultural en ningún caso puede generar saldo a favor.
Artículo 33 – El monto total anual asignado al presente régimen, mediante el cual los contribuyentes pueden efectuar el pago a cuenta de su obligación tributaria de conformidad con lo establecido en la presente ley, no puede superar el 1,10 por ciento del monto total percibido por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en concepto del Impuesto Sobre los Ingresos Brutos en el período fiscal inmediato anterior."

contribuyen" (Ley N° 2.264, 2006). Ellos podrán deducir del pago de IIBB solo 50% del monto de lo donado. Por otro lado, los benefactores son aquellos que contribuyen sin asociar su imagen ni obtener contraprestaciones. Es por esto que ellos podrán deducir el 100% del monto entregado.

Es decir, la totalidad de lo aportado por los benefactores y el 50% de lo aportado por los patrocinadores no es más que una transferencia de recursos públicos a proyectos culturales de su elección, dentro del menú ofertado por el Ministerio de Cultura. Los que sí aportan dinero privado podrían considerarse mecenas, pero como expone Harvey, "interesados" (2003): asociar su imagen es una acción de marketing y recibir una contraprestación implica que su contribución fue más bien la adquisición de un bien o servicio.

Para Santilli, la ley supuso "un cambio revolucionario en la modalidad de financiamiento de las artes y la cultura" (2008). Si bien los votos apoyaron esta visión, también hubo representantes que trabajaron desde el disenso. La entonces diputada Urdapilleta expresó su desacuerdo con varios aspectos de la ley en el Segundo Congreso para la Cultura, en Tucumán. Entre sus cuestionamientos, se preguntó si esta ley era necesaria, más allá de la demanda del sector privado para que exista. ¿Fue la finalidad impulsar al sector cultural o fue una "forma encubierta de desgravación impositiva"? La diputada planteaba:

> "El presupuesto de cultura de la Ciudad de Buenos Aires, en términos porcentuales representa, sobre el presupuesto total de la ciudad, un 4%, lo que lo coloca en uno de los más altos de Iberoamérica. Buenos Aires es ejemplo de gestión cultural en el mundo. ¿Por qué debemos suponer que el Estado no es buen administrador de los recursos? La respuesta es sencilla: sectores interesados quieren que así sea. Demostrar la falsa antinomia Estado anquilosado versus privados eficientes, nos lleva a problematizar una ley que se puede transformar en una grosera transferencia de recursos públicos." (Urdapilleta, 2008)

Según la diputada la ley no era necesaria dado que en Argentina hay una amplia tradición de financiamiento público de la cultura –no así en Chile y Brasil-, a

través de los ministerios de cultura y de organismos descentralizados como el Instituto Nacional del Teatro, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales o el Fondo Nacional de las Artes. Sin embargo, Delheye reconoce que al ser un régimen de transferencias, el recurso llega a los creadores más rápidamente y sin las trabas burocráticas que una gran organización ministerial puede suponer (comunicación personal, 2015).

Sin lugar a dudas, la ley constituye un nuevo régimen que no es un programa de subsidios dado que el Estado no retiene completo control de los proyectos que se realizarán. Ahora bien, ¿cuál es el tipo de Estado que esta ley supone?

El Estado y la participación

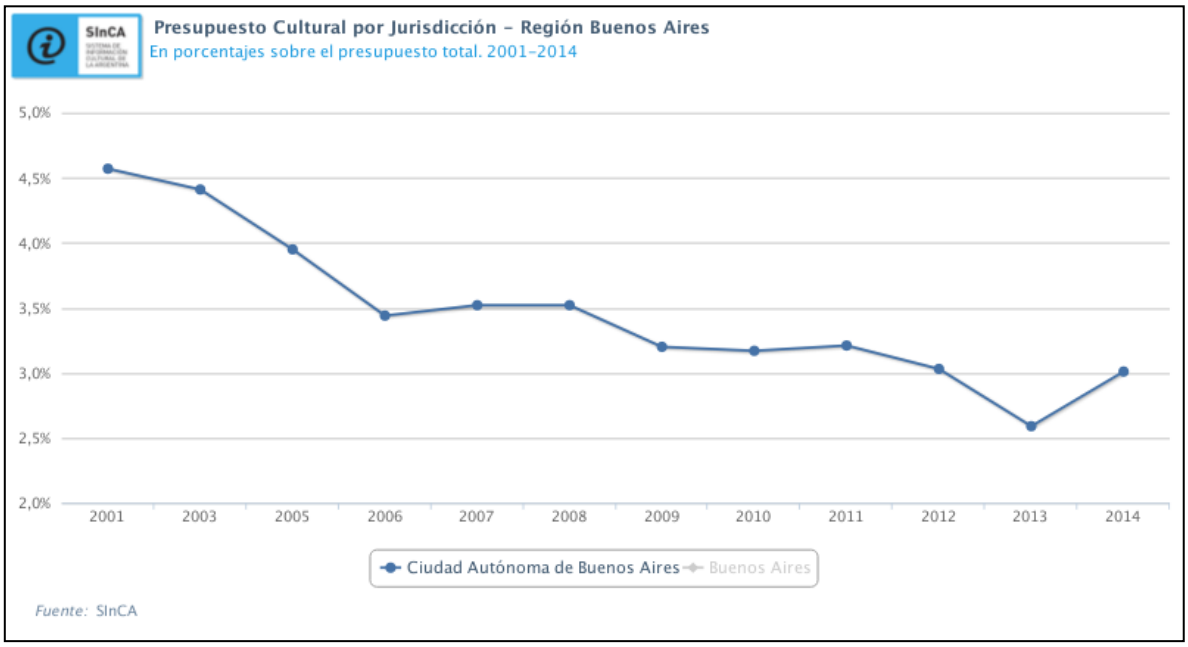
Jorge Telerman[23], jefe de gobierno de la CABA quien firmó aprobación de la ley, afirmó:

> "De ninguna manera estas leyes significan una privatización de la actividad cultural de la Ciudad sino que la participación privada en el fomento de la cultura tiene que entenderse como un complemento y no como un reemplazo de la actividad estatal. El proyecto es de índole cultural y no una reducción de impuestos disfrazada de cultural" (Ackerman, 2004).

Lo mismo sostiene el sucesor de Telerman, Mauricio Macri: "La normativa llegó para engrosar la producción cultural de la Ciudad y no para sustituir a la gestión estatal" (Beati, 2015:7). Sin embargo, según las estadísticas del SInCA, el porcentaje del presupuesto anual otorgado a cultura ha disminuido durante el gobierno de Macri, llegando a su punto más bajo en 2013, representando un -2,59%. En la actualidad, según el Ministro de Cultura saliente, Hernán Lombardi[24], el presupuesto ronda el 3% y la ley N°2.264 agrega otro 0,3% (Sirvén, 2015). Es

[23] Político, empresario y periodista. Vicejefe de Gobierno de la CABA y, tras la destitución de Aníbal Ibarra, Jefe de Gobierno (2006-2007).
[24] Tras la victoria de Mauricio Macri en las elecciones nacionales, Hernán Lombardi fue designado para liderar el área del Sistema Nacional de Medios Públicos, la agencia de noticias Télam, Tecnópolis y el Centro Cultural Néstor Kirchner.

decir, que desde el año 2004, el presupuesto porteño de cultura no supera el 4% que supo tener.



El gobierno de la ciudad rechaza fuertemente la idea de que la ley tienda a la privatización. Primero, porque la autoridad de aplicación de la ley es el Ministerio de Cultura[25]. La ley establece la creación del Consejo de Promoción Cultural, bajo la órbita del Ministerio. Este es quien evalúa los proyectos y da la primera aprobación[26]. Luego, el Ministerio los deberá aprobar también.

Pedro Delheye comenta que, durante la discusión en la legislatura, se debatió intensamente sobre la conformación del Consejo:

> "El Consejo de Promoción Cultural tenía que estar formado por gente del Estado para decidir cuáles son los proyectos. Ni gente de las empresas, ni de las asociaciones civiles. Fue una gran discusión con el macrismo. Yo dije que no podía ser que los mismos que apoyaban los proyectos fueran los que los evaluaran. Esto es plata del Estado, decide el Estado cuáles son los proyectos (Op. Cit.)".

[25] Ley N°2.264, artículo 5.
[26] Sobre los criterios de aprobación ver capítulo 5 – "¿Qué proyecto es de "interés cultural"?"

Finalmente, se determinó que el Consejo se conformaría por seis miembros permanentes –tres elegidos por el Poder Ejecutivo (uno es el presidente del consejo) y tres por el Legislativo- que tienen mandato de dos años. Estos a su vez eligen tres miembros alternos para asistirlos en la evaluación de los proyectos de cada disciplina. Se convoca a especialistas o personajes reconocidos por su trayectoria o conocimiento en esa área.

De esta manera, se logró que fuera el Estado quien evalúa y juzga a un proyecto de "interés cultural", requisito necesario por ley para que pueda comenzar a buscar benefactores. Asimismo, debemos resaltar la conformación plural de este consejo. Javier Marín[27] en su artículo *La Ciudad Empresa* menciona "la necesidad de organismos que democraticen el gobierno de la cultura incluyendo a intelectuales, artistas y trabajadores en la decisión sobre el destino de subsidios, becas e ingresos (2013)". Este consejo que trabaja ad honorem plantea un modelo que encara a esa necesidad y remite al modelo anglosajón. Más allá de este, el Ministerio mantiene las facultades de administrar y controlar el Régimen de Promoción Cultural, incluyendo las rendiciones de cuentas de los beneficiarios y la articulación con otras áreas de gobierno, como la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) que ayuda a determinar qué personas pueden contribuir.

El gobierno afirma que el tipo de Estado que emana de este régimen es uno en el cual se impulsa la democracia cultural dado que "se entiende que una democracia es el sistema en el que tienen voz la mayor cantidad posible de personas" y afirman que "el mecenazgo es claramente participativo" (Beati, 2015:58). En lugar de tener un sistema donde exclusivamente el Estado decida los proyectos a realizarse o donde el mercado controle la oferta cultural, en la Ciudad de Buenos Aires se ha logrado un sistema que combina un sistema dual y mixto (Antoine, 2008). Existe la intervención estatal, existe el mercado y además un régimen que propone una cooperación público-privado.

[27] Lic. en Letras (UBA). Integrante del Departamento Editorial del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini (Argentina)

Durante las sesiones de debate de la ley, el diputado Juan Manuel Olmos expresó: "…en la Argentina, gracias a Dios, se decide electoralmente. Es decir, es la ciudadanía en su conjunto la que decide quiénes conformarán el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo y cómo se asigna, se gasta y se determinan esas políticas públicas" (citado en Beati, 2015:70). La noción de democracia participativa trasciende la de democracia representativa otorgando al ciudadano mayores posibilidades de decisión en las políticas públicas. Al respecto Juan Carlos Biglia comenta:

> " A mí me parece que tenés que ser un poco más democrático y sería soberbio pensar que el Estado es capaz de cubrir todas las necesidades. El Estado no cubre y no es posible que lo haga. (…) porque el Estado es macro y no puede contemplar los casos particulares como sí lo pueden hacer las ONG. Por eso, a mí me parece bien que haya una pequeña porción del presupuesto, monedas, que pueda ser decidido por privados. (…) Es una especie de democratización del poder (comunicación personal, 2015)".

En este caso, no se debe entender privado solamente como el sector empresario. Los artistas, cooperativas, fundaciones y asociaciones que presentan y realizan sus proyectos son también actores privados participantes. Delheye asevera: "Su intervención es un requisito imprescindible para el Estado en el momento de la toma de decisiones e implica una nueva manera de entender las políticas públicas. Fomentar la participación y la asociatividad implica la construcción de una cultura cívica que propicia la "ciudadanización" de la gestión pública" (2015).

No obstante, más allá de la participación de los actores, sean beneficiarios o benefactores, el Estado retiene importantes facultades de control "por tratarse en gran parte de recaudación resignada por la hacienda pública" (Beati, Op. Cit.:61).

Sobre los beneficiarios y benefactores

Los proyectos solo pueden ser presentados por individuos (personas físicas) u organizaciones (personas jurídicas) sin fines de lucro, que residan o desarrollen sus actividades en la CABA[28]. Asimismo pueden participar entes del sector público, si no tienen una ONG que los apoye[29]. Se busca promover proyectos con "finalidad altruista", en oposición a "las producciones culturales que felizmente generan negocios rentables" (Ibíd: 56). Esta es otra razón por la cual el gobierno de la ciudad sostiene que esta ley no constituye una privatización de la cultura: busca desarrollar las producciones culturales independientes.

Sin embargo, las personas jurídicas pueden obtener beneficios de las producciones porque se entiende que el dinero que ingrese a la asociación o fundación, dado que no tiene fines de lucro, no será una ganancia[30]. A las personas físicas no se les otorga el mismo derecho dado que se considera que sus honorarios deben ser parte del presupuesto presentado en el proyecto. Al respecto Pedro Delheye discute: "Es necesario que los proyectos tengan beneficios porque es necesario que los proyectos logren tener sustentabilidad y que logran aplicarse y ampliarse. (…) Hacé un libro y vendelo, si lográs con eso hacer otra edición y una tercera edición. (Comunicación presencial, 2015). Así diferencia entre el lucro que tiene que ver con obtener una ganancia gracias al proyecto y el beneficio que es volcado nuevamente al proyecto.

Otra diferencia entre los proyectos de las personas físicas y jurídicas es que los de las primeras no pueden superar los $250.000, salvo que sea para la restauración de un bien de valor patrimonial. Los proyectos de personas jurídicas no tienen límites presupuestarios.

Del otro lado, encontramos a los benefactores. Estos pueden ser personas físicas o jurídicas que paguen el Impuesto Sobre los Ingresos Brutos en la CABA y que estén al día con sus obligaciones tributarias, previsionales y laborales, tanto a nivel local como nacional. Como mencionamos previamente, el contribuyente

[28] Ley N°2.264/2006, artículo 12
[29] Ley 2.264/2006, artículo 15
[30] Ver: http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo/preguntasfrecuentes#12

puede optar por financiar proyectos culturales bajo la forma de patrocinador o benefactor.

Este fue un tema de intenso debate en la legislatura dado que el proyecto inicial no contemplaba esta distinción, sino que todo lo donado podía ser desgravado y, además, se podía asociar la imagen. Pedro Delheye argumentó que la vinculación de la empresa al proyecto implica asociarse a los valores del mismo y esto genera un rédito. Podemos agregar que así como la empresa puede usar el patrocinio como una herramienta de marketing o de construcción de marca, a un individuo benefactor también obtiene un rédito simbólico de asociar su nombre a un proyecto.

La ley y subsecuentes reglamentaciones también regulan qué se puede aportar: dinero o bienes y servicios. En caso de optar por lo segundo, su valor deberá ser presentado a la Coordinación Administrativa del programa o es esta quien los valuará. Más allá de esta opción, los aportes suelen ser monetarios. El procedimiento marca que los benefactores deben realizar los aportes a través de un portal web de la AGIP.

Definición de cultura

Hemos recorrido hasta acá las nociones que contiene la ley N°2.264, incluyendo las críticas y apoyos que pueda recibir. Sin embargo, esta es una ley que apunta a incentivar la participación privada en proyectos culturales. Entonces, ¿qué constituye un proyecto cultural?

La ley define en su artículo 3 que los proyectos a presentar deben “estar relacionados con la investigación, capacitación, difusión, creación y producción en las diferentes áreas del arte y la cultura, tales como:

I. Teatro.
II. Circo, murgas, mímica y afines.
III. Danza.
IV. Música.

V. Letras, poesía, narrativa, ensayos y toda otra expresión literaria.[31]

VI. Artes visuales.

VII. Artes audiovisuales.

VIII. Artesanías.

IX. Patrimonio cultural.[32]

X. Diseño.

XI. Arte digital.

XII. Publicaciones, radio y televisión.

XIII. Sitios de internet con contenido artístico y cultural" (2006).

En el texto de la ley, no se encuentran definiciones sobre lo cultural, solo podemos encontrar este listado de categorías que abarcan un amplio espectro de expresiones culturales. Es interesante notar que este listado genera un gran abanico de posibles proyectos, sobre todo tomando en cuenta la vaguedad de ciertos puntos como el X, XI y XIII. No se brinda, salvo las categorías ya referenciadas, mayor información o detalles en las páginas web de Mecenazgo.

Si observamos el sitio web del gobierno de la CABA con respecto a industrias creativas encontramos algunas coincidencias:

> "Las Industrias Creativas de la Ciudad Buenos Aires contemplan los siguientes sectores: música (grabada y en vivo); editorial (libros y publicaciones periódicas); audiovisual (cine, video, radio y televisión); artes escénicas y visuales (teatro, danza, pintura, etc.); diseño (gráfico,

[31] Obras de distribución gratuita que difundan, a través de algún género literario, a la Ciudad de Buenos Aires. Catálogos, guías y publicaciones que difundan librerías, editoriales, escritores, ilustradores y lugares de la ciudad referenciados en la literatura o con relevancia literaria. Reediciones de libros emblemáticos de la literatura porteña, en especial las que opten por formatos innovadores. Investigaciones que brinden información estadística sobre la difusión de la lectura y el libro tanto impreso como digital. Proyectos de difusión del libro, el patrimonio literario y la industria editorial locales en la ciudad y en el exterior. Seminarios, talleres y jornadas académicas. Nota: Sólo podrán comercializarse las obras que se publiquen en el marco de un proyecto presentado por persona jurídica

[32] Comprende los proyectos de investigación, preservación, salvaguarda, protección, restauración, promoción y acrecentamiento de los Bienes Integrantes del Patrimonio Cultural de la CABA que hayan sido declarados en los términos de la Ley Nº 1227 de Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, de la Ley Nº 449, Código de Planeamiento Urbano (CPU) - Sección 10 - y de todos aquellos inmuebles que tengan iniciado el proceso para su catalogación de acuerdo a lo establecido en la Sección 10 del CPU, o hayan sido protegidos en forma preventiva en los términos de la Ley Nº 2548, de Promoción Especial de Emergencia Patrimonial y sus modificatorias.

interactivo, industrial, moda, etc.); software, videojuegos e internet; arquitectura; publicidad; bibliotecas, archivos y museos."[33]

En esta definición, aparece también la categoría "diseño". Asumiendo que la concepción de lo que es un proyecto de diseño sea igual en Mecenazgo que en el área de Industrias Creativas, debemos preguntarnos: ¿debería la ley de Mecenazgo abarcar proyectos de diseño gráfico o diseño industrial? ¿Y de desarrollo de software o videojuegos? Si sostenemos que los productos culturales se distinguen por ser contenedores y transmisores de identidades y significaciones sociales, sería inadecuado permitir proyectos cuyo fin último no fuera ese.

Rubens Bayardo, en su trabajo *Políticas culturales y economía simbólica de las ciudades*, reflexiona sobre "la enumeración de actividades que hacen parte de las industrias creativas" y concluye: "…más que permitir una identificación precisa, evoca el desaguisado de la enciclopedia china citada por Borges en El idioma analítico de John Wilkins en *Otras inquisiciones*[34] (2013)" Dado que la ley ha generado categorías tan amplias o indefinidas, es posible que muchos proyectos puedan ser considerados proyectos culturales. Por ello, dependerá fuertemente de los criterios utilizados a la hora de implementar la ley que no se realicen abusos o que no se acepten proyectos no pertinentes. Trataremos este aspecto en el próximo capítulo.

Por otro lado, el gobierno actual de la CABA, que es quien reglamentó e implementó esta ley, sostiene que la producción cultural se puede dividir en tres grupos:

a) "la producción pública o estatal de carácter político (en el sentido arquitectónico y no agonal del término "política") y que tiene por objeto garantizar el derecho constitucional de los ciudadanos a las manifestaciones del arte y la cultura;

[33] http://www.buenosaires.gob.ar/economia-creativa/que-son-las-industrias-creativas

[34] "Esas ambigüedades, redundancias y deficiencias recuerdan las que el doctor Franz Kuhn atribuye a cierta enciclopedia china que se titula Emporio celestial de conocimientos benévolos. En sus remotas páginas está escrito que los animales se dividen en (a) pertenecientes al Emperador, (b) embalsamados, (c) amaestrados, (d) lechones, (e) sirenas, (f) fabulosos, (g) perros sueltos, (h) incluidos en esta clasificación, (i) que se agitan como locos, (j) innumerables, (k) dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello, (1) etcétera, (m) que acaban de romper el jarrón, (n) que de lejos parecen moscas" (Borges 1983, 131).

b) La producción independiente, la de los cultos religiosos y las de ONG's culturales, de carácter vocacional, inspirado o altruista y que genera una economía de subsistencia o sin finalidad de lucro, y

c) La producción comercial de carácter vocacional y empresarial que persigue una finalidad de lucro y la conformación de un "mercado cultural" en el cual desarrollarse". (Beati, 2015:57-58)

Sostienen que la ley apunta a desarrollar y financiar el segundo sector, que a su vez es un "semillero"[35] de las otras dos patas. Es el sector que más diversidad y cantidad de artistas tiene, pero menos capacidad de financiamiento. Por ello, argumentan que esta ley impulsa una democracia cultural. Ya hemos mencionado que sí permitía la ley una incipiente participación de privados. Sin embargo, consideramos que democratizar no solo implica aumentar la cantidad de voces sino también generar acciones inclusivas para que todos tengan los mismos recursos y oportunidades para participar. Nada en la ley propone estrategias de democratización de expresiones (no se plantea qué categorías requieren más o menos apoyo), de actores (no hay un límite a proyectos ni estrategias de creación de nuevos creadores), territorial y de acceso a estas expresiones y producciones.

Teniendo en cuenta la definición de política pública cultural elaborada en el capítulo 3, la ley de Mecenazgo no llega a constituir un plan de intervenciones cuyo fin sea orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población, y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social. Hay un incentivo a acciones aisladas de sujetos públicos y privados, pero no un plan estratégico. Hay una intención de una transformación al buscar la participación del sector privado en la financiación de la cultura, pero se debe indagar si el programa lo logra. Habrá que analizar la implementación de la ley para evaluar si en la misma se logró establecer criterios y lineamientos que puedan constituir una política pública cultural integral.

[35] Según el GCBA, el sector independiente de la cultura es donde se forman los artistas y gestores que después son contratados por el Estado o por el mercado.

Debemos resaltar que la ley no concibe al sector cultural como uno improductivo, ocioso y de lujo, sino que lo entiende como un sector esencial en el desarrollo social humano y pretende ser una herramienta para promover la diversidad y democracia cultural.

Antecedentes legislativos en Argentina

Proyectos nacionales

Argentina no cuenta con una ley nacional que permita exenciones impositivas para personas físicas o jurídicas que deseen financiar proyectos culturales. Hasta hace poco, la única propuesta que se recordaba era la polémica Ley Brandoni.

Este proyecto de ley, impulsado por el entonces diputado Luis Brandoni, proponía que los benefactores dedujeran hasta el 5% del impuesto a la ganancia neta para donarlo a título gratuito sin elegir un beneficiario específico. Era el Fondo Nacional de las Artes el ente responsable de recibir y distribuir las donaciones. El proyecto fue cuestionado por representantes el sector cultural: criticaban los montos deducibles y la elección del Fondo Nacional de las Artes como organismo de aplicación. Se cuestionó que los donantes no pudieran elegir el destino final de su aporte. No obstante, fue aprobado en ambas cámaras el 4 de enero de 2002. Fue la Secretaria de Cultura de ese entonces, Teresa Solá, quien consultó con asesores y evaluó que la ley "ignoraba el sentido de la palabra mecenazgo y no resultaba de ninguna manera un incentivo para las empresas" (Arteaga, 2002). Por ello, tras su recomendación, el presidente Eduardo Duhalde decidió vetarla.

Luego, en el 2005, la senadora mendocina María Cristina Perceval volvió a impulsar una ley de mecenazgo que logró la media sanción pero nunca alcanzó aprobarse (Dan media sanción a la ley de mecenazgo, 2005). El proyecto de la senadora contaba con diferencias importantes con la ley porteña. En primer lugar, tenía como objetivo fomentar la participación privada y empresarial pero a “proyectos de carácter social destinados a la asistencia de la población que se

encuentra bajo la línea de pobreza". Por ello, la autoridad de aplicación elegida era el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Es decir, no apuntaba al desarrollo del sector cultural, sino que hacía foco en los destinatarios. Una diferencia esencial. Otra divergencia era que solo organizaciones no gubernamentales, fundaciones o grupos comunitarios podían presentar proyectos, no personas físicas (Perceval, 2005).

Finalmente, en julio de este año, los diputados nacionales peronistas por la provincia de Mendoza, Anabel Fernández Sagasti y Alejandro Abraham, presentaron un proyecto de ley nacional que busca la creación del Régimen Nacional de Promoción de Actividades Culturales, que tendrá como principal objetivo "regular el mecenazgo cultural de la República Argentina y los incentivos fiscales para su promoción, fomentando la participación del sector privado en el financiamiento de obras, proyectos o actividades que contribuyan al desarrollo cultural de la Nación y las Provincias" (Abraham y Fernández Sagasti, 2015). La ley, tal como está escrita, muestra muchas similitudes a la ley porteña. Las figuras de beneficiario y benefactor son similares, los objetivos son casi iguales, así como la descripción del proceso. Cambia la autoridad de aplicación que sería el Fondo Nacional de las Artes. En los fundamentos de la ley, no hay referencia alguna a la ley de Mecenazgo de la CABA, ni las de países vecinos. Tampoco ha habido en los artículos periodísticos que noticiaron el proyecto una referencia a otras leyes. Si se quiere que la tercera sea la vencida, sería prudente repasar las experiencias ya existentes, para que el proyecto de ley supere las falencias o limitaciones encontradas.

Legislaciones provinciales

En la Argentina, hay numerosas leyes de financiamiento de la cultura parecidas al régimen de mecenazgo porteño. Sin embargo, pocas están siendo implementadas.

En Chaco, existe desde diciembre de 2004 la Ley 5459 de "Fomento de la actividad privada en actividades culturales de la actividad promocional

(Mecenazgo)". El régimen se puso en marcha en 2009 y desde entonces se han realizado más de 50 proyectos (Más de 50 proyectos culturales en desarrollo, 2015). Es fácil notar que el número de proyectos es sumamente inferior a los realizados en la Ciudad de Buenos Aires, que solo en 2014 logró culminar 177 proyectos. No obstante, hay que tener en cuenta que esto responde a los disímiles tamaños demográficos y de poder económico de cada territorio.

Por otro lado, el 20 de noviembre de 2014 se aprobó en la legislación correntina la ley N°6.333 "De fomento de la financiación privada de actividades culturales". En julio de este año, se ha realizado la primera convocatoria a proyectos (Mecenazgo: concluyó la primera convocatoria de proyectos, 2015) y en octubre finalizó la evaluación de las veinte propuestas recibidas. Este programa es todavía demasiado nuevo como para evaluar sus resultados.

Ambas leyes son similares a la porteña: se convoca a personas físicas o jurídicas sin fines de lucro a que presenten proyectos que serán o no juzgados de interés cultural según un órgano asesor: el Instituto de Cultura de la Provincia. Luego, establecen la figura de benefactores en la que distinguen entre donador –que realiza una trasferencia de bienes a título gratuito, sin especificar el beneficiario- y patrocinador –especifica el beneficiario de los bienes.

Asimismo, encontramos normativas provinciales en Tucumán, Río Negro, Catamarca, Formosa, sin evidencia de su reglamentación o implementación.

Antecedentes en América Latina

Repasaremos brevemente en esta sección los casos de los países vecinos de Chile y Brasil. Consideramos pertinente su revisión dado que tanto en la bibliografía como en los artículos es frecuente su mención a modo comparativo o como experiencias que orientaron la implementación de la ley N°2.264 en la capital argentina.

La experiencia chilena

En 1990, la república trasandina realiza una reforma tributaria, bajo la ley N°18.985, y, en el artículo 8 de la misma, se inaugura un novedoso régimen de donaciones culturales conocido como “Ley Valdés”.

La reforma permitió que el sector privado, tanto empresas como personas físicas, pudieran realizar donaciones a instituciones del sector cultural, con proyectos previamente aprobados por el Comité Calificador de Donaciones Privadas. Esto dejaba de lado la posibilidad de que personas físicas fueran beneficiarias de este financiamiento. Como contraparte, los benefactores podrían deducir 50% de lo aporte del pago de impuestos.

Cristian Antoine, experto en la ley y en políticas de financiamiento cultural, sostiene que “durante los años noventa la Ley Valdés funcionó de manera positiva haciendo posible concretar numerosas actividades potenciando el desarrollo de la cultura en Chile de una forma nunca antes vista en el país” (2008).

En el 2001 se generaron modificaciones que tendían a mejorar los procesos de donación. Entre los cambios se agregó la posibilidad de realizar donaciones en especies, incluyendo bienes y servicios.

En agosto de 2003, se aprueban dos leyes que modificaron la anterior. La primera (N° 19.884) trató sobre la transparencia, límite y control del gasto electoral, y la segunda (N° 19.885) legisló sobre el buen uso de las donaciones para fines sociales y públicos (Antoine, 2008).

Cecilia García Huidobro, quien era Vicepresidenta Ejecutiva de la Corporación del Patrimonio Cultural de Chile, afirmó respecto a las modificaciones:

> “Consistió en que se agregó un extraño título que se llamó “del buen uso de las donaciones”, en el cual se incluyeron sanciones con penas de cárcel a los donantes que hicieran contraprestación del servicio, sin detallar en qué consistía esa contraprestación. Podría haber sido desde utilizar el logo de la empresa, como haberle regalado libros al auspiciante o haberle regalado entradas a un espectáculo, y esto produjo que todos

> los departamentos jurídicos de las empresas dijeran “se acabó la ley de donaciones, si hacemos donaciones no va a ser a través de la ley porque no vamos a ir presos y encima pagando multa por haber donado plata para un proyecto” (García Huidobro y Carvalho Xavier, 2004).

La tipificación de nuevas figuras delictuales llevó a una caída de las donaciones, ante el miedo de represalias. Los cambios fueron duramente criticados, pero se sostuvieron hasta que el último día de 2008 cuando la presidente Michelle Bachelet decidió promulgar una reforma. Alegando que la reglamentación vigente operaba como “desincentivo a las donaciones”, se disminuyeron las penas y se acortó el período de prohibición de contraprestaciones. El objetivo fue cumplido y las donaciones se incrementaron. Por ejemplo, en 2010, las universidades recibieron mil millones de pesos más que el año anterior. (Guerra y Guzmán, 2013)

En mayo de 2013, se reformó la ley nuevamente con el fin “aumentar la participación de la sociedad civil en el desarrollo cultural de nuestro país”[36]. Las modificaciones incluyeron más categorías de donantes –antes solo incluía a las empresas privadas con utilidades, ahora suma empresas con pérdidas, trabajadores en relación de dependencia, los contribuyentes del impuesto a la herencia y los extranjeros con actividad en Chile– y de beneficiarios –como los propietarios de inmuebles declarados Monumentos Nacionales. Por otro lado, al Comité Calificador incorporó a personas representantes de organizaciones de la sociedad civil. Asimismo se amplió de dos a tres años el período para la realización de los proyectos aprobados. Por último, se modificó el apartado que determinaba que los proyectos que refirieran a espectáculos y exposiciones debían ser de acceso libre y gratuito. En su lugar, se decidió que los productos resultantes de esta ley podrán ser comercializados. Esto se diferencia con la ley porteña que excluye todo tipo de lucro. No obstante, se crea también la figura de retribución cultural por la cual los beneficiarios deberán habilitar su producción al público. Por ejemplo, si es una película se entregará una licencia al Estado para

[36] http://www.cultura.gob.cl/redcultura/ley-de-donaciones-culturales/

su proyección pública o, si es un libro, se donarán ejemplares a bibliotecas públicas.

Más allá de las reformas y contrarreformas, la ley chilena no escapa a las críticas. Una pesquisa del Centro de Investigación Periodística reveló que:

> "…Entre 2001 y 2011, las universidades chilenas recibieron $191 mil millones de pesos gracias a la Ley de Donaciones. Estos dineros no fueron equitativamente repartidos entre las casi 60 instituciones que existen en el país. Más de $88 mil millones (el 46% del total), se concentraron en sólo dos planteles: la Universidad de Los Andes y la Pontificia Universidad Católica de Chile: ambas instituciones privadas, católicas y enfocadas a la formación de jóvenes de altos ingresos." (Ibíd.)

La ley chilena no restringe los beneficiarios a sujetos sin fines de lucro. Sí determina que las fundaciones o asociaciones que quieran presentar proyectos no pueden tener fines comerciales, pero no especifica nada en la categoría "universidades e institutos profesionales". Esta es otra diferencia con la ley porteña que no incluye a universidades como posibles beneficiarios.

La investigación no solo se enfoca en la corrupción del espíritu de la ley que debería entenderse como una ley para fomentar el trabajo de aquellas instituciones u organizaciones con menores recursos. Han hecho también un énfasis en la corrupción empresarial que busca lucrar con las donaciones efectuadas. Se detalla el caso de la Universidad de Viña del Mar:

> "…recibió entre 2002 y 2009 $2.161.058.480 millones en donaciones de dos de sus empresas relacionadas (Banco del Desarrollo, $1.021.058.480 e Inversiones Norte Sur S.A. $1.040.000.000) para infraestructura. Cuando en 2009 esa universidad fue vendida al Grupo Laureate, esa infraestructura nueva, cuya construcción se hizo con beneficios tributarios, contribuyó a aumentar el precio de venta y aumentó las ganancias de los vendedores, el Grupo Caruz. (Ibíd.)"

Este mecanismo fue también denunciado por la ex jefa de la División de Educación Superior del Ministerio de Educación chileno, Pilar Armanet, quien evidenció como casi el 40% de lo donado a universidades era para infraestructura.

Otro efecto central de la política fue resaltada por el economista de la Universidad de Chile, Eugenio Figueroa quien destacó que las universidades, grandes beneficiarias de la ley, pierden libertad de acción al tener empresas como financistas. Sostiene que se debe generar una academia que esté financiada independientemente de los poderes económicos, para mantener su libertad de contenidos e investigación (Ibíd.).

La Ley Rouanet en Brasil

Un año después que Chile, en 1991, el parlamento brasilero aprueba la Ley Federal de Incentivo Cultural (Ley 8.313, 1991), mejor conocida como Ley Rouanet, en honor al ministro de cultura de aquel momento. Esta es una ley nacional que fomenta la financiación privada de proyectos culturales, gracias a un programa de incentivos fiscales. Según el periodista Dennis Russo Burgierman, la política surge de las necesidades del sector que, debido a fuertes medidas de "desestatización", había sido vaciado de su capacidad productiva. El objetivo fue financiar al sector cultural, promoviendo la participación y la inversión de recursos privados, con el fin de educar la acción privada de mecenazgo (2011).

La Ley Rouanet estableció el Programa de Nacional de Apoyo a la Cultura (Pronac) que incluye tres mecanismos para alcanzar su objetivo de apoyar, proteger, estimular y valorizar las expresiones culturales brasileñas: el Fondo Nacional de la Cultura, los Fondos de Inversión Cultural y Artístico y el incentivo a proyectos culturales. Se profundizará a continuación en este último.

Las personas físicas y jurídicas pueden efectuar donaciones o patrocinar proyectos culturales, previamente aprobados por el Ministerio de Cultura, y deducir aquellas de su pago del Impuesto Sobre la Renta.

Un aspecto que diferencia sustancialmente la legislación brasilera y la porteña son las posibilidades de desgravación. En la ley argentina, como se ha mencionado con anterioridad, los patrocinadores pueden desgravar 50% de lo donado de su pago de IIBB y así asociar su imagen a la del proyecto, mientras que los benefactores desgravan el 100% y no pueden asociar su imagen. En la ley brasilera, las personas físicas pueden deducir 80% de sus donaciones y 60% de sus patrocinios y las personas jurídicas 40% y 30% respectivamente. Notamos así que el régimen de incentivos tiende a favorecer el patrocinio.

Uno de los principales problemas que esta normativa genera es que no establece límites a los presupuestos presentados en los proyectos, a diferencia de la ley argentina. Esto deviene en situaciones como la de la reconocida cantante Maria Bethânia cuyo proyecto de 1,3 millones de reales fue aprobado en 2011 por el Ministerio de Cultura. El objetivo del proyecto fue crear un blog de poesía donde cada día se subiría un video de ella leyendo alguna poesía propia o de otro autor. La opinión pública, al conocer el caso, realizó todos los cuestionamientos esperables: ¿Tanto cuesta un blog? ¿Por qué lo pagamos con nuestros impuestos? ¿Maria Bethânia no puede lograr financiamiento propio sin recurrir al Estado? (Liron, 2011). Más allá del fervor que generó en las redes sociales y el desconocimiento de la ley que muchos comentaristas demostraron, algunas preguntas eran válidas: ¿no debería la ley enfocarse en los artistas emergentes o en proyectos que no puedan salir a la luz sin la ayuda del Estado? ¿O a proyectos que cumplan una función de desarrollo o transformación social?

El caso es un ejemplo de la gran deficiencia que esta ley ha tenido en Brasil: la concentración. Según los datos recabados por Euclides Lucas Garcia, periodista del diario *Gazeta de Povo*, más del 70% de los proyectos realizados se sitúan entre Río de Janeiro y San Pablo y, generalmente, a grandes espectáculos o a artistas ya consagrados (2012). Si bien los defensores plantean que estas cifras son lógicas dado que los consumidores se concentran en esas zonas, está claro que la dinámica que se ha generado en Brasil es de concentración territorial.

El ex funcionario del Ministerio de Cultura brasilero, José Alvaro Moisés, sostuvo:

> "Existen objeciones que sugieren una pauta de problemas reales que exigen un cambio o una corrección de rumbo en los próximos años. La primera de ellas se refiere a la concentración de recursos que un sistema de mercado, como el mecenazgo privado, acaba produciendo cuando opera en una sociedad de estructura económica, social y regional tan desigual como la brasileña (...) el efecto de esa tendencia de concentración, en el caso brasileño, es que el Sudeste del país –y particularmente Sao Paulo y Río de Janeiro– se han convertido en una región privilegiada de captación de recursos privados para la cultura" (citado en Antoine, 2009).

Asimismo, los agujeros legales o la falta de reglamentación han permitido que espectáculos con claras posibilidades de financiación comercial, como el Cirque du Soleil, logren apoyo de empresas que a su vez ganan publicidad con plata estatal. Mientras estos atractivos proyectos logran captar patrocinadores sin dificultades, una gran mayoría no. Sea por ubicarse lejos de las metrópolis de Río de Janeiro y San Pablo, o por ser proyectos que no sean atractivos comercialmente, de los proyectos aprobados –en promedio se aprueban 70% de los presentados- solo 30% logran realizarse (Costa y Rocha, 2011).

El actual Ministro de Cultura, en una audiencia pública en abril de este año, fue muy crítico con la ley por los efectos de concentración y de ayuda a segmentos que no requieren apoyo público. Por ello, instó a los senadores a aprobar el nuevo proyecto de ley (Nº 6.772/2010) que propone la implementación de un Fondo Nacional de Cultura y reemplazar así a la Ley Rouanet (Ministério da Cultura do Brasil, 2015).

La implementación de la ley

Desde la aprobación a la implementación de la ley

El 25 de junio de 2007 se publica el Decreto N°886/07 de la CABA que reglamenta la ley N°2.264. Esta reglamentación fue fruto de un trabajo conjunto y de coordinación legal entre el Ministerio de Cultura y la Dirección General de Rentas, liderados respectivamente por Silvia Fajre –quien le encargó la tarea a Juan Manuel Beati- y Carlos Walter. La reglamentación estipula las facultades del órgano de aplicación de la ley, el Ministerio de Cultura, así como ciertos aspectos procesales del régimen.

No obstante, es recién en el año 2008, ya bajo la gestión del PRO, que se comienza a dictar las normas de instrumentalización, a establecer el espacio y material físico, el personal y los sistemas informáticos de enlace con la AGIP, el Ministerio de Cultura y el Banco Ciudad (Beati, 2015:19).

Por ejemplo, el Ministerio de Cultura, con la Resolución 4054/08, crea la Coordinación Administrativa con las responsabilidades de proponer pautas de carácter administrativo para la implementación del régimen. Esta será, en junio de 2010, eliminada a través del Decreto 451, el cual modifica la estructura del Ministerio de Cultura, y se crea la Dirección General de Promoción Cultural (AGCBA, 2013). Al día de hoy, el área administrativa de Mecenazgo depende de la subgerencia Operativa de Regímenes de Promoción Cultural –cuyo subgerente es Juan Manuel Beati- y está bajo la órbita de la Secretaría Legal y Técnica. Por otro lado, el Consejo de Promoción Cultural (CPC) depende del Ministerio de Cultura.

A través de la Resolución 487/09 del Ministerio de Cultura, comienza a funcionar en marzo de 2009 el CPC, presidido por Natalia Poblet, dueña de la librería-bar Clásica y Moderna. El primer presidente había sido Juan Batalla, durante el período de implementación. Actualmente, es presidido por Juan Manuel Beati y su mandato finaliza el año 2016.

"Cuatro principios para el crecimiento de un programa"

En mayo de 2015, se presentó en el Centro Cultural Recoleta un libro que buscaba hacer una evaluación de los seis años de vida de Mecenazgo. El evento contó con la presencia del Ministro de Cultura, Hernán Lombardi, quien comentó sobre los principios que sostienen este programa. Estos buscaron darle solidez al proyecto y evitar las críticas que leyes similares habían recibido en otros países. Estos cuatro principios son:

1. el apego a la ley,
2. la comunicación fluida,
3. la simplificación de los procedimientos,
4. la transparencia absoluta.

Con respecto al primer principio enunciado, la administración del programa ha desarrollado numerosos procesos que le permiten cumplir con lo estipulado en la ley. Es decir, se controla y verifica que quienes presentan proyectos y quienes quieran contribuir dinero, puedan hacerlo según lo que la ley sostiene. Al mismo tiempo, se supervisa fuertemente la rendición de cuentas final de los beneficiarios. Beati afirma: "Si no cumplen con las rendiciones, les enviamos cédulas, los notificamos. Si no responden a las cédulas, pedimos un acto administrativo determinando la deuda, volvemos a intimar. Si no contestan mandamos todo a la AGIP para que ellos comiencen las acciones" (comunicación personal, 2015).

El segundo principio apoya la comunicación fluida con los actores, tanto beneficiarios como benefactores, para asistirlos en sus trámites y consultas. Por este motivo, se ha puesto toda la información del Régimen de Promoción Cultural en su sitio web. Más allá de esto, la comunicación se limita a la asistencia a los participantes, vía teléfono o presencialmente, por parte de los empleados administrativos. En el último apartado de este capítulo, reflexionaremos sobre las acciones que el GCBA ha tomado para promover el programa y que llegue a los actores pertinentes la información.

En un tercer lugar, se priorizó la simplificación de los procedimientos para evitar una burocracia excesiva. En los últimos seis años, se ha avanzado fuertemente hacia disminuir los pasos que deben seguir los aspirantes. Una de las últimas mejoras fue el pasar de las carpetas de presentación impresas a carpetas digitales. No obstante, es una crítica recurrente entre los entrevistados el exceso de trámites burocráticos. Al respecto, es preciso tener en cuenta que hay pasos y controles que pueden ser percibidos como mera burocracia que ayudan a cumplir con los principios de apego a la ley y trasparencia.

El último principio, la trasparencia absoluta, busca crear una firme separación de roles entre la administración, el CPC, los beneficiarios y benefactores. Procuraron no caer en sospechas de favoritismos o de malversación de fondos públicos. No obstante sus esfuerzos, este año el ministro de Cultura, Hernán Lombardi, fue denunciado por la Procuraduría de Criminalidad Económica y Lavado de Activos (PROCELAC), porque habría desviado fondos públicos a través del Régimen de Promoción Cultural.

La denuncia sostiene la hipótesis de que la Fundación CEPPA, quien obtuvo más de un millón de pesos a través de la ley N°2.264 –a través de cuatro proyectos (ver tabla 1)-, utilizó ese dinero para financiar actividades de la Fundación Pensar, responsable de idear los planes de gobierno y los cuadros técnicos del PRO[37]. Son también acusados: Matteo Goretti, presidente de la Fundación CEPPA, y Facundo de Almeida. Almeida había sido designado como consejero permanente del CPC, luego de su trabajo en la redacción de la ley, como asesor de la diputada del ARI, Teresa de Anchorena. Su implicación en la denuncia surge dado que, desde 2011, dirige el Museo de Arte Precolombino e Indígena de Uruguay, del cual Goretti es un miembro fundador.

La Fundación CEPPA logró el 100% de la financiación en sus cuatro proyectos. Los benefactores fueron listados en la tabla siguiente.

[37] Ver: ESPÓSITO, 2015; DENUNCIAN POR LAVADO DE DINERO, 2015; RENOU, 2015;

Tabla 1 – Proyectos de la Fundación CEPPA

Año	Resolución #	Título	Monto	Benefactores
2009	219/RPC/2009	Difusión del arte precolombino argentino	$372.000	Santa María SAIF ($15.650) Finma SAIF ($55.741) Siderar ($180.609) Ledesma SAAI ($120.000)
2010	702/RPC/2010	Puesta en valor del Archivo Guemes	$300.748	YPF ($240.600) Ledesma ($60.000)
2011	1179/RPC/2011	Conservación y Digitalización de cuatro archivos históricos	$237.000	Ledesma ($120.000) Petersen Thiele y Cruz ($38.000) Miavasa SA ($49.526)
2013	1753/RPC/2013	Producción del libro Buenos Aires Memoria Antigua. Antología fotográfica del siglo XIX	$422.027	Sin información

Fuentes: Auditoría General de la Ciudad, GCBA e Infonews.

Según la denuncia, la transacción que levanta sospechas es "una donación de 150 mil pesos en efectivo por parte de la Fundación CEPPA a favor de la Fundación Pensar Argentina", del 26 de enero de 2012.

Anahí Cordero, consejera permanente del CPC, representante del frente UNEN, desestimó la denuncia y resaltó que los proyectos son revisados por todos los consejeros, incluso los opositores (comunicación personal, 2015).

La denuncia está en manos de la fiscal federal Paloma Ochoa quien arbitrará los medios para aclarar si hubo o no un delito. No hemos podido acceder a más información que la aquí expuesta. Solo podemos asegurar que para que estos proyectos fueran aprobados, se requirió al menos firmas de seis consejeros y la participación de siete empresas.

El recorrido administrativo de un proyecto

Teniendo en cuenta la enunciación de principios revisados y la sospecha de "amiguismos" o de irregularidades que se ha denunciado, en este apartado, relevaremos sintéticamente el proceso administrativo que va desde la recepción de un proyecto por parte del GCBA a la rendición de cuentas final, requerida una vez que se ha realizado el mismo. Para este fin, se ha consultado el portal web de Mecenazgo[38], el Informe de la Auditoría General de la CABA (AGCBA) y las normativas legales vigentes.

Cada año el GCBA abre la convocatoria a proyectos, con fechas específicas para cada disciplina. En el año 2015, se realizaron dos convocatorias.

Al entregar el proyecto, se verifica la personería de quien realiza la presentación y se revisa el cumplimiento de los requisitos de las carpetas de presentación. Cada año el GCBA publica en su sitio web instructivos para la elaboración de proyectos.

Los proyectos recibidos deben ser remitidos al CPC en un plazo de diez días. Este tiene 60 días para evaluar un proyecto y presentar un Dictamen incluyendo:

1. evaluación del cumplimiento de las formalidades;
2. fundamentos de la decisión;
3. resolución del Interés Cultural para la CABA;
4. presupuesto aprobado, que en ningún caso puede ser menor al 50 % del presupuesto presentado,

[38] http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo

5. monto a partir del cual se sugiere queden habilitados los fondos recaudados en la cuenta del beneficiario.

Los proyectos declarados de interés cultural son remitidos al Ministerio de Cultura quien tiene 15 días para aprobarlos y emitir la resolución correspondiente. El Ministerio no puede aprobar proyectos que no hayan sido declarados de interés por el CPC. Luego, el beneficiario es notificado de la decisión. En caso de ser favorable, el Ministerio facilita la apertura de una cuenta en el Banco Ciudad para uso exclusivo del Régimen. El titular del proyecto debe abrir una cuenta por cada proyecto aprobado, para ello debe presentar en el banco la documentación que este requiera.

Una vez que la cuenta esté abierta, el proyecto es subido al portal de la AGIP, diseñado específicamente para el Régimen de Mecenazgo. Los benefactores, ingresando con la clave fiscal, podrán observar todos los proyectos disponibles. Para poder aportar, deben ingresar una declaración jurada. Posteriormente, con una boleta generada en el portal al elegir el proyecto al cual aportar, deben realizar el depósito en una sucursal del Banco Ciudad.

El beneficiario podrá hacer uso de los aportes una vez que haya reunido el 80% del monto aprobado. Sin embargo, el Ministerio puede autorizar excepcionalmente, y si el beneficiario así lo solicita y si lo amerita, una flexibilización de esta regla.

Una vez que el proyecto está en marcha, el beneficiario debe realizar informes de avance, que incluye una Rendición Parcial Financiera y una descripción de las actividades ya realizadas, todo con documentación respaldatoria. De la misma manera, al finalizar el proyecto, se debe presentar un Informe Final.

¿Qué proyecto es de "interés cultural?

Una de las pregunta de investigación que nos postulamos fue sobre los criterios usados a la hora de aprobar o rechazar proyectos. El CPC puede sesionar, y por ende juzgar los proyectos, cuando están presentes en una sesión más de la mitad de los consejeros. Enuncia el Reglamento Interno del CPC:

“Los criterios de evaluación de los proyectos, enunciativos y no excluyentes, son los siguientes:

1. Calidad e innovación: Que responda a un alto nivel de excelencia y represente un aporte a la investigación, capacitación, difusión, creación y producción artística y cultural.
2. Factibilidad: Que exista un diagnóstico previo, planificación del proceso, coherencia entre los resultados esperados, el grupo objetivo elegido y los recursos.
3. Continuidad: Que sea sostenible, pueda perdurar en el tiempo, a medio o largo plazo, o que contribuya a la puesta en valor y preservación de bienes culturales tangibles o intangibles.
4. Experiencia e Idoneidad: Que los participantes en el proyecto cuenten con experiencia en el área de desarrollo del mismo.
5. Circuito y público destinatario: Que el resultado pueda ser accesible a un público amplio o bien este destinado a poblaciones vulnerables, personas con capacidades diferentes, tercera edad o áreas periféricas de la Ciudad.
6. Cogestión y trabajo en red: Que exista un aporte de los gestores del proyecto o de terceros en un esquema de costos compartidos o que implique la participación de otros actores culturales y en especial de los beneficiarios.
7. Capacitación: Que implique formación o capacitación del grupo objetivo beneficiario.
8. Valores: Que promueva el respeto de los derechos humanos y promueva el diálogo intercultural.
9. Subsidiaridad: Que promueva acciones en áreas donde haya una menor presencia de la política cultural oficial o no existan otros mecanismos de financiamiento público de la cultura.
10. Evaluación: Que el proyecto contemple un método de control y/ o evaluación del impacto social y cultural que provocará su ejecución, en términos cualitativos y/o cuantitativos.(s/f)”

Queda claro que no se pretende que los proyectos cumplan todos los criterios listados (“enunciativos y no excluyentes”) y sería poco realista pretender otra cosa. Primero debemos preguntarnos qué se busca con cada criterio de selección y si es pertinente a la hora de juzgar las carpetas.

El primer criterio refiere al valor artístico del proyecto, ya sea por innovar en su campo o por aportar a la difusión, investigación, crecimiento del mismo. Aquí entra en juego la opinión de los consejeros alternos que son específicos de cada categoría. Al ser expertos, pueden evaluar mejor que los consejos permanentes la contribución del proyecto a su campo.

Los puntos dos (Factibilidad) y diez (Evaluación) son de suma importancia, pero al mismo tiempo pecan de utópicos. Primero, creemos cuestionable establecer que es el artista quien debe realizar un diagnóstico, planificación y evaluación de su proyecto como si fuera el ejecutor de una política pública. ¿No debe ser este el rol del Estado? Segundo, no creemos que los actores del sector cultural estén capacitados en planificación y el Estado no les provee las herramientas para formarse. Al respecto Pedro Delheye, consejero alterno por Patrimonio Cultural, comentó:

> “La planificación de proyectos es un tema incipiente en Argentina. Nadie sabe en cultura diseñar un proyecto y tampoco se diseñan bien en Mecenazgo. El 90 % están mal diseñados: no saben lo que es un objetivo general; le pedís que te hagan un diagrama de Gantt y no saben (comunicación personal, 2015).”

No obstante lo anterior, sí consideramos que los proyectos deben tener la capacidad de ser coherentes y realizables, logrando un balance realista entre los objetivos y los recursos solicitados. Anahí Cordero, consejera permanente por la legislatura, aclara que es importante ver en detalle los presupuestos y que no estén exagerados con respecto a lo que se va a realizar:

> “Con el tiempo vos te vas dando cuenta qué proyectos son verdaderos, qué proyectos están un poco exagerados y si son factibles o no (...) Yo

siempre pensando que esa plata puede ir para un hospital. Ese es el principio de los partidos que yo represento (comunicación personal, 2015).”

El tercer criterio aspira a la posibilidad del proyecto de sostenerse en el tiempo. Nos preguntamos: ¿cómo han de continuar proyectos de individuos si no pueden tener beneficios? En el capítulo precedente hemos referido a este punto. Al no tener los proyectos de individuos –pues sí lo tienen las personas jurídicas- la posibilidad de obtener beneficios, no lucro, de sus producciones, se tornan difíciles las chances de ampliarlo más allá de Mecenazgo. Este es un debate abierto en el CPC. Juan Manuel Beati, presidente del CPC, sostiene: “Hay proyectos que tuvieron mecenazgo una vez y al año siguiente quieren presentarlos de vuelta. Pasa de ser un proyecto de la persona que lo presenta a ser un proyecto de la CABA (comunicación personal, 2015).”

El punto cuatro procura que los participantes del proyecto tengan experiencia en el campo. Esto no implica que sean artistas consagrados o que tengan larga trayectoria, sino que tengan las habilidades necesarias para llevarlo a cabo. En el portal web de Mecenazgo se especifica que un artista nuevo puede aplicar, pero la magnitud del proyecto debe ser acorde a los antecedentes que posee[39].

Luego, los puntos 5 y 9 demuestran una suerte de voluntad democratizadora promoviendo que los proyectos sean destinados a amplios públicos o a poblaciones vulnerables y que se promuevan acciones en áreas (asumimos que no se limita a lo geográfico) con menor injerencia de políticas o financiamiento público. Sin embargo, ¿cómo hacen los evaluadores para conocer las áreas donde hay menor presencia estatal? ¿Y los beneficiarios? Pedro Delheye sostiene que él le propuso al Ministro Hernán Lombardi generar una planificación macro que permitiera estimular proyectos de disciplinas específicas o en áreas selectas de la ciudad, sin alterar la ley. Se prefirió, a pesar de esto, no hacerlo (Op. Cit.). Es decir, si bien en la lectura de un proyecto los consejeros

[39] http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo/preguntasfrecuentes

pueden rápidamente entender el público objetivo, no pueden, de la misma manera, juzgar el criterio de subsidiaridad. Beati afirma que Mecenazgo ha, efectivamente, manejado una "visión más liberal" que tiende a tener "una determinada fe en la vocación y en el impulso cultural que tienen los ciudadanos y hacia dónde ellos también quieren llevar la cultura" (Op. Cit.)

En las entrevistas realizadas a consejeros permanentes y alternos del CPC, evidenciamos que estos criterios son menos que guías y, en ningún caso, se pretende que se cumplan. Al ser consultados por los criterios, todos insistían en la importancia de que sean proyectos sin fines de lucro y de interés cultural para la ciudad, pero no había un consenso –tal vez nunca se debatió- sobre lo que era de interés cultural para la CABA. Valeria Kovadloff, consejera alterna de danza y directora de Prodanza, subrayó la diferencia entre Mecenazgo y un régimen de subsidios con presupuesto fijo como es Prodanza:

> "En Mecenazgo, uno como jurado no se pone a ver si el proyecto es pertinente o no para lo que hay que priorizar porque no por darle la aprobación a ese proyecto no se la das a otro. El criterio con el que uno como jurado evalúa los proyectos es que esté bien presentado, que sea viable y sea cultural y, dentro de esa disciplina, que los que lo hacen sean idóneos. Punto. Después está la opinión personal. (comunicación personal, 2015)".

Lo mismo sostuvo Delheye: "No es que vos estás compitiendo uno con otro. Si ves el proyecto, está bien, lo aprobás. Vos lo leés, está bien armado, es noble el objetivo, lo aprobás." (Op. Cit.).

De esta manera quedan plasmados los criterios del Régimen de Promoción Cultural. Dentro de una tradición de gestión cultural estatal que se caracterizó por un fuerte direccionamiento de las políticas desde los organismos del Estado, Mecenazgo se constituyó como un espacio "más liberal". Es decir, que el Estado cede su facultad de orientar el desarrollo cultural. Si bien el Estado está presente para dar su aval, el CPC toma la mayor parte de las decisiones. Este consejo incluye diversas manifestaciones políticas y personalidades del ámbito

cultural que evalúan los proyectos en sí mismos, sin plantearse una estrategia que los englobe.

El objetivo de generar un diagnóstico antes de la conceptualización de una política pública es poder evaluar cuáles son las necesidades de la población y del sector. En Mecenazgo no hay un diagnóstico previo, por lo que resulta imposible orientar las acciones hacia objetivos concretos. Se reciben proyectos, se los evalúa en sí mismos –si el presupuesto se corresponde con las acciones, si tienen la capacidad de llevarlo adelante, si tiene fines culturales- y se aprueban. De esa manera se dan situaciones como el cine del Museo de Bellas Artes. La asociación de amigos de un museo sostenido por fondos nacionales –no de la CABA- presentó un proyecto para un cine. Nadie se preguntó si hacía falta un cine en ese barrio, ni cuál sería el contenido o el uso que le darían, no se preguntó si lo podían mantener en el largo plazo o, ni siquiera, si podrían realizar ese proyecto sin la ayuda del régimen. La consejera Cordero manifiesta:

> “Hay dos cosas que con el dolor en el alma, cosas que considerás que son horribles bajo mi criterio, pueden ser hermosas para el artista o para parte de la población. Por eso, somos bastante objetivos en esto de "esto me gusta", "esto no me gusta". En el "lo necesitan", "no lo necesitan", es bastante igual, porque la ley es para todos. (Op. Cit.)”

Según Lombardi, la filosofía de Mecenazgo es la de empoderar a la sociedad civil a través de la libertad de fijar prioridades. Esto permitiría también fomentar la convivencia con modos de gestión diferentes, objetivos diferentes, visiones diferentes (Lombardi, 2015). Al mismo tiempo, corre el riesgo de, al no tener una interrelación entre las acciones a realizar, duplicar esfuerzos y desperdiciar fondos públicos.

La promoción del régimen

La difusión de una política pública o de cualquier acción gubernamental es frecuentemente sometida a crítica. En las entrevistas realizadas aparecieron

reiteradas veces críticas a la difusión, o reclamos por la falta de comunicación. En este apartado nos centraremos en las acciones comunicacionales que llevó o debería llevar a cabo el GCBA para difundir el Régimen de Promoción Cultural entre el público objetivo.

Mecenazgo tiene dos grandes públicos: los artistas, gestores y organizaciones que podrían presentar proyectos y los contribuyentes que pagan ingresos brutos en la CABA. El sistema funciona cuando los primeros presentan proyectos solicitando financiación y los segundos están dispuestos a derivar su pago de impuestos hacia las cuentas bancarias de aquellos. Para que esto suceda es imprescindible que estos actores conozcan de la existencia y el funcionamiento del régimen.

La ley implementada fue presentada, en diciembre de 2008, por el primer presidente del CPC, Juan Batalla, en el auditorio de la Fundación Proa. Su presidenta Adriana Rosenberg había sido una de las impulsoras y promotoras de la misma. Según declara el sitio web de Proa, en la presentación estuvieron presentes “personalidades de la cultura y líderes de organizaciones de la sociedad civil” (Se presentó la ley de mecenazgo, 2009). No tenemos información respecto a quiénes fueron estos “líderes” presentes.

Los medios gráficos también hicieron eco del nuevo régimen. Clarín, La Nación y Página 12 publicaron artículos referidos, primero a la aprobación de la ley, y luego, al primer llamado a proyectos (ver Picabea, 2008; Reinoso, 2009; El mecenazgo también es patrimonio, 2009). Así mismo, encontramos publicaciones en revistas online y en blogs, tanto dedicados al área cultural como a lo contable, legal o impositivo.

No obstante esto, en las entrevistas a participantes, comprobamos que los beneficiarios habían tomado conocimiento de Mecenazgo gracias al “boca en boca”. Algunos por colegas, otros por amigos y uno por un alumno.

Por otro lado, Juan Manuel Beati relata en su libro: “Cuando se inició el funcionamiento del Régimen de Promoción Cultural trascendió que los propios contadores de los potenciales patrocinadores y benefactores desalentaban realizar

aportes” (2015:23). Por ello, se tomó la decisión de, en conjunto con el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, realizar dos conferencias explicativas del régimen. Esta fue difundida en el diario Ámbito Financiero.

Uno de los problemas relevados es que no hay suficientes empresas dispuestas a participar como para cubrir la cantidad de proyectos aprobados. Si bien el monto permitido por el GCBA –el 1,10% de la recaudación del año anterior- alcanza, hay todavía muchas empresas que no participan. Según Beati, el sector privado hoy sabe de la existencia de la ley. Sin embargo, otros como Anahí Cordero, consejera y abogada empresarial, o Fernando Álvarez, contador y consultor experto en temas impositivos, sostienen que hay aún un gran desconocimiento, no solo de su existencia sino también de sus procesos y beneficios. Más allá de esto, no ha sido posible obtener datos de la cantidad de contribuyentes que participan del régimen, ni si lo hacen como benefactores o patrocinadores. Según el GCBA, no tenían tiempo para “filtrar la información” que les estábamos solicitando. Esto no solo nos ha generado límites a la investigación y a la posibilidad de hacer más extenso nuestro análisis, sino que también son datos que deberían estar ya sistematizados para la buena comprensión y evaluación del funcionamiento de la ley.

Por otro lado, la ley demandaba la creación de un registro de acceso público que incluyera los aspirantes a benefactores o patrocinadores, con sus datos de contacto. Ese registro existe pero, al día de hoy, solo muestra tres empresas: Banco Itaú, Banco Santander Río y Rapipago. Como el registro es optativo para los benefactores, depende de ellos si quieren o no figurar en el sitio web. En el capítulo siguiente profundizaremos en las consecuencias que esto genera a los beneficiarios.

De parte del GCBA, la postura de no tener más contacto con el sector empresario tiene su justificación. Juan Manuel Beati explica: “Nosotros tratamos siempre de mantener cierta distancia de las empresas, porque me parece que hay un paso muy chiquito entre que el GCBA articule con las empresas a que el gobierno después les diga en qué proyecto poner plata (comunicación personal,

2015)". No obstante ello, el presidente del CPC afirma que las empresas están al tanto de esta posibilidad, pero que muchas simplemente no tienen una vocación o una misión responsabilidad social empresaria ligada a lo cultural. Sin embargo, es justamente el objetivo de la ley estimular al sector privado en este aspecto.

Jorge Telerman, durante la creación de la ley, había asegurado que: "en los proyectos queremos trabajar en una doble cuerda: pedagogía sobre los sectores empresariales y particulares para acercarlos al ámbito de la cultura, pero también estimulación a hacerlo a través exenciones impositivas (Ackerman, 2004)". Uno de los estímulos que existió durante los dos años posteriores a la primera convocatoria a proyectos fue que los contribuyentes podían deducir el 100% de sus aportes (como un benefactor) y también asociar su marca al proyecto. Esta era una cláusula transitoria que la ley contemplaba para promover el régimen en sus comienzos. Hoy, este mecanismo es inviable dado que representa cabalmente el uso de dinero público para beneficio de los privados.

La tarea que sí lleva a cabo el área de administrativa de Mecenazgo es el brindar asesoramiento a los participantes. El personal de la subgerencia Operativa de Regímenes de Promoción Cultural recibe llamados y consultas presenciales de beneficiarios y benefactores con respecto a los procedimientos del régimen. Los entrevistados coinciden que el personal fue amable y procuró buscar respuesta o soluciones a las situaciones que se fueron dando. Algunos incluso estuvieron en contacto un asesor legal, otros con contables, que les brindaron información. Sin embargo, también sienten que para llegar a estas respuestas había que insistir, llamar numerosas veces o acercarse a las oficinas de GCBA.

En definitiva, una de las demandas de los beneficiarios fue la necesidad de mejorar el asesoramiento haciéndolo más rápido y, también, a través de canales virtuales, como mail o redes sociales. Más allá de esto, muchos sugirieron también la posibilidad de que se organicen charlas informativas para ayudar a presentar mejores proyectos o para promover buenas prácticas para la búsqueda de patrocinadores o benefactores.

Sostendremos que el Régimen de Promoción Cultural tiene la oportunidad de articular con la sociedad civil y de conectar el sector privado con el sector cultural. El CPC y el área administrativa pueden seguir teniendo el rol de evaluar proyectos y habilitar la transferencia de recursos. No obstante, tiene a sus pies también la oportunidad de convertirse en algo mayor. Tal como desarrollamos en el marco teórico, el Estado tiene el rol de “reconocer la pluralidad de prácticas y de perspectivas, la valoración de la diferencia y la promoción de una actitud de apertura y escucha de las iniciativas de los actores” (Uranga, 2011). De ignorarse esta atribución, Mecenazgo no podrá desarrollar una participación y un relacionamiento sostenible con la sociedad civil.

La voz de los participantes

El Régimen de Promoción Cultural de la CABA conecta a múltiples actores. Por un lado, tenemos las personas que presentan proyectos, los titulares, y todos aquellos que trabajan con ellos. Por otro, tenemos a los contribuyentes, en su mayoría grandes o medianas empresas, aunque también existe, en muy pequeña medida, el pequeño contribuyente del Régimen Simplificado (Monotributo). En un tercer lugar, se encuentra la Comisión de Promoción Cultural (CPC), cuyos miembros trabajan *ad honorem*, revisando y evaluando los proyectos. Por último, los empleados administrativos que trabajan día a día para asistir a los otros actores y cumplir los objetivos de la ley.

Dado que ellos son los protagonistas de Mecenazgo, hemos decidido entrevistar a una cantidad representativa de ellos, con el fin de recabar sus experiencias, sus acuerdos e incomodidades respecto a la reglamentación y puesta en marcha de la ley N°2.264. A partir de estos encuentros, hemos organizado sus comentarios en diferentes categorías: una, respecto al tipo ideal del titular de un proyecto; luego, exploramos las dificultades en la producción y realización del mismo, incluyendo la búsqueda de benefactores y el proceso general hasta la rendición final de cuentas.

¿Qué tipo de beneficiario es el ideal?

La ley porteña posee una característica distintiva que ha hecho que su red de actores sea más compleja y numerosa: permite la participación de personas físicas como beneficiarias. Otras legislaciones, como la de Chile, no aceptan esta posibilidad y solo las personas jurídicas participan. Según Beati, actual presidente del CPC, esto permitió abrir las puertas del Régimen a más personas, pero también supuso mayores problemas:

> “Se generaron más probabilidades de frustración, para los propios beneficiarios, toda vez que el artista o el gestor cultural individual cuenta

con menos contactos y posibilidades de relacionarse con el sector empresario que las ONGs, las cuales poseen una conformación plural y en ocasiones un equipo de personas dedicadas a la tarea de *fundraising*[40], por lo que aquellos tienen menos oportunidades de lograr el financiamiento de proyectos" (2015:17)

Según las estadísticas oficiales, el 99% de los proyectos aprobados por personas jurídicas obtuvieron su financiamiento contra un 75% de los de las personas físicas (Beati, 2015b). Asimismo hay que tener en cuenta que los montos permitidos para las personas físicas son limitados, mientras que para las organizaciones no. Este año, el límite fue de $250.000. La razón expuesta es que no siempre es posible evaluar la estabilidad "física, intelectual o moral" (Beati, 2015:18) del beneficiario. Parece que sí es posible evaluar la de las organizaciones.

Si bien los entrevistados coinciden en las facilidades que tienen las organizaciones para llevar a cabo proyectos –ya sea por sus recursos económicos y humanos, como por sus contactos con el sector empresario-, tanto personas físicas como jurídicas son motivadas a participar y son asistidas, en igual manera, por el GCBA. La problemática surge puesto que estos actores tienen puntos de partida disímiles a la hora de armar el proyecto y salir a buscar financiamiento. La diferencia de recursos inclina la balanza a favor de las asociaciones, dejando más desprotegida a la persona física.

Al preguntar a los entrevistados si consideraban que el GCBA debía llevar a cabo acciones para mejorar el porcentaje de éxito, muchos estuvieron de acuerdo. Beati, disidentemente, comentó que, desde su visión, el Estado no debe hacer todo:

"Nosotros a través de instructivos, prácticamente les estamos diciendo: "el proyecto se hace así". Dar cursos, dar más promoción, ya es casi como agarrarla de la mano a la persona y llevarla. Y ya a una persona que

[40] El *fundraising* es la captación o recaudación de fondos y recursos, especialmente para causas sin fines de lucro.

tenés que llevarla así de la mano, yo no sé si es bueno, no sé si es capaz de desarrollar después ese proyecto (comunicación personal, 2015)".

Desde la dirección del Régimen, en relación con las personas físicas, se busca fomentar la figura del emprendedor cultural. Es decir, personas que desde su vocación por lo cultural o por amor al arte, lleven adelante un proyecto propio, con trabajo y esfuerzo. Sostiene Beati: "La idea no es que esté todo resuelto complemente, sino que esa persona tenga que hacer menos esfuerzos. Que el amor no le cueste un gran sacrificio personal, pero no que el amor sea gratis (Op. Cit.)". Por ello, si bien los titulares de los proyectos pueden tener una compensación monetaria por su tiempo invertido, no pueden cobrar los valores de mercado. El presidente del CPC destaca:

"Si en los valores de mercado, un director de proyecto tendría que cobrar, por decir un número cualquiera, diez mil pesos por mes por hacer ese proyecto, no corresponde que esa persona le pida a mecenazgo diez mil pesos. Esa persona le tendría que pedir cinco mil. ¡Porque el proyecto es tuyo! Nosotros estamos acá para ayudarte, no para hacértelo. (Op. Cit.)"

Consejos de CPC como Anahí Cordero y Valeria Kovadloff también apoyan esta visión. Entienden que el Estado no está contratando a los titulares sino que les está facilitando la posibilidad de llevar a cabo su idea y que ésta vuelva a la sociedad. Kovadloff, directora de Prodanza, incluso motiva a sus participantes a trabajar en equipo y que cada uno tome el rol que le resulte más cómodo, dado que reconoce que no todos pueden gestionar proyectos: "Lo que se vive en la danza es que lo hacen pero con muchísimo malestar. Les hace mal y lo hacen mal. Está mal presentado el proyecto. Hay gente, gestores culturales, que se dedican a eso y Mecenazgo te permite contratar uno (Op. Cit.)".

Al respecto Tomás Amante, músico beneficiario de Mecenazgo, plantea que en el ambiente cultural independiente se dan nuevas formas de trabajar:

"A mí me parece que, en este momento de Buenos Aires, de la escena, uno también es gestor. Sos productor de tu propia medida y no podés

> hacerte el boludo con esto. (…) Es la nueva figura del artista-gestor que a mí me interesa. No me quiero abrir de eso. Yo al otro lo entiendo también. Pero peleas desde otro lado. (Comunicación personal, 2015)".

De esta manera, se definen levemente las características que se pretenden de los titulares de los proyectos, pero esto no está exento de contradicciones. Por un lado, se apela a la determinación y pasión del titular, quien debe estar preparado para enfrentar obstáculos y resolver problemas. Sin embargo, no se le dan herramientas para asistirlos en el desarrollo de sus planes de trabajo, en la concreción de sus objetivos o para lidiar con las potenciales situaciones.

La elección de fomentar el rol de emprendedor cultural es coherente con la visión de la gestión del PRO en la CABA. Desde el área de Desarrollo Económico, se ha trabajado fuertemente en programas para emprendedores. En su página web, enuncia: "Los emprendedores son actores fundamentales en el proceso de desarrollo económico y social de la Ciudad de Buenos Aires porque contribuyen a la creación de nuevas fuentes de trabajo sustentables, a la diversidad productiva y son una fuente relevante en materia de innovación y progreso personal."[41]Lo que resulta llamativo es que estas otras áreas ofrezcan programas de capacitación para formar a los emprendedores deseados y Mecenazgo no. Si se reconoce que la capacitación puede "fortalecer y potenciar el proceso de creación y puesta en marcha de nuevos emprendimientos", ¿por qué Mecenazgo no lo hace? ¿Por qué no articular con otras áreas con conocimiento en formación? ¿Por qué en el sector cultural se apela al "amor al arte"?

¿Es trabajo o es un hobby?

Así encontramos un debate que divide opiniones. Los titulares de los proyectos: ¿deberían cobrar por su tiempo invertido en el proyecto? De ser así, ¿cuánto? Al día de hoy, el régimen establece:

[41] http://www.buenosaires.gob.ar/emprendedores/capacitacion-y-financiamiento

> “Siempre que el Beneficiario participe en la ejecución del proyecto cultural, puede recibir una retribución en carácter de compensación por los servicios, lo cual es distinto a percibir honorarios, dicha distinción obedece a que la Ley es clara en cuanto a que no puede haber lucro.”[42]

El lucro es la ganancia del empresario o del patrón al vender lo que han producidos sus empleados. Esto es muy diferente al sueldo o remuneración que puede tener un artista o gestor por llevar a cabo un proyecto. Lucro sería si el titular se concede a sí mismo una retribución mayor que a sus otros proveedores. Federico Syskins, titular de dos proyectos, afirma que el artista debe ganar dinero por su tiempo invertido, si no el trabajo se convierte en hobby (comunicación personal, 2015).

Si bien hay un consenso respecto a que el titular puede recibir una compensación, lo que se debate es el monto. Como ya hemos mencionado, los consejeros del CPC afirman que el titular no debe cobrar lo que cobraría en el mercado un gestor de un proyecto, dado que el mérito y el prestigio que la obra le otorga es parte de su ganancia. Es curioso que en una banda, por ejemplo, si el cantante es el titular, él cobrará menos que sus compañeros que cobrarán y deberán facturar por sus servicios como cualquier otro proveedor. ¿Ayuda a la sustentabilidad del proyecto o del artista tener un ingreso simbólico? ¿Ayuda a la profesionalización y a dignificar su trabajo?

En los siguientes apartados, expondremos la información recolectada sobre los desafíos que este régimen supone. A través de entrevistas directas a músicos, artistas y gestores, así como de relevamientos de artículos, blogs y experiencias, logramos reunir vivencias que los beneficiarios han compartido y otras que han sido específicas de cada caso.

[42] http://www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo/preguntasfrecuentes

Escribir el proyecto

El sitio web de Mecenazgo ofrece instructivos detallados para la elaboración de los proyectos. En los mismos, se orienta a las personas respecto a sus responsabilidades, beneficios y sobre el marco legal en el cual se inserta el régimen. Del mismo modo, aparece también un índice con todos los puntos que deben estar presentes. Estos son:

- Objetivo/s del proyecto
- Curriculum Vitae del solicitante y demás integrantes del proyecto
- Síntesis descriptiva del proyecto
- Descripción completa y clara del proyecto
- Cronograma de ejecución del proyecto
- Descripción de los gastos del proyecto, sumados en un presupuesto global.
- Presupuestos de los proveedores que respalden los gastos del punto anterior
- Compensación por servicios prestados al proyecto del titular (de requerirlo)
- Población beneficiaria del proyecto
- Estrategias para contactar a los potenciales benefactores/patrocinadores
- Cantidad de personas participantes en el proyecto
- Coproducción o acuerdo con instituciones (En caso de existir)
- Características innovadoras del proyecto
- Mecanismos de evaluación del impacto social y cultural del proyecto en términos cualitativos y/o cuantitativos.

Hemos relevado que las opiniones respecto a la dificultad de completar las carpetas de presentación de los proyectos son varias. Por un lado, tenemos beneficiarios que no manifestaron problemas. Por ejemplo, Tomás Amante, comenta: “En cuatro días escribís el proyecto, pero tenés que estar conectado. Si te tomás un mes para escribirlo, seguramente no lo presentes nunca. Tenés que hacer un poco de oficina en tu casa. Ese es tu laburo. (Op. Cit.)”. Otros entrevistados afirmaron que tuvieron algunas dificultades en la elaboración del

proyecto, sea por la falta de experiencia o por el hecho de haberlo hecho con un gran grupo de personas.

Sobre todo, aquello que generó más complicaciones fue el presupuesto. Martina Santolo, productora, asevera: “La mayor dificultad fue el presupuesto que tenés que respaldarlo con presupuestos reales de proveedores o con cartas de honorarios. La verdad es que era un presupuesto súper estimativo. Tener que buscar documentos reales que nos respaldaban fue difícil. (Comunicación personal, 2015)”. Desde la dirección de Mecenazgo, sostienen la importancia de este aspecto dado que establece las reglas de juego y una forma de trabajo. Todo lo gastado debe ser facturado y, posteriormente, presentado en la rendición final de cuentas.

Hay una tercera opción a la hora de escribir proyectos: contratar un gestor. Esa fue la decisión de Federico Syksnys. Él decidió que, dentro de su proyecto, uno de los gastos contemplados fueran los servicios de una gestora. Al respecto, Valeria Kovadloff sostiene: “El que lo quiere hacer [tomar el rol de gestor] porque tiene el tiempo y el saber: ¡Fantástico! Pero si no, no hagas de todo y mal. Encima te frustás. Hay gente que se dedica a eso. (Op. Cit.)”.

La escritura del proyecto requiere de ciertas habilidades. Es por eso que algunos artistas u organizaciones deciden convocar a alguien para que lo lleve a cabo. A la hora de escribir, lo más importante es mantener la coherencia: entre los objetivos y las acciones y entre las acciones y el presupuesto. Los objetivos determinarán si el proyecto es de interés cultural, pero las acciones tienen que estar vinculadas con aquello que se pretende. Kovadloff explica:

> “Lo que más pasa es que hay proyectos que tienen muy flojos los fundamentos y lo estratégico. ¿Cómo está fundamentado? Nosotros queremos hacer un espectáculo que trabaje tal tema, que proponga hacer ocho funciones con chicos en situación de vulnerabilidad que vengan a ver. Y no plantean nada de estrategia de cómo van a llegar a esos chicos. (…)Tal vez sea mejor que en lugar de ocho grupos a ocho funciones, sea un grupo a varias funciones. Muchos proyectos se plantean en este punto

de acción social, pero eso hay que lograrlo con cierta sistematicidad. Hay gente que lee las bases y quiere quedar bien. Eso es bastante evidente. (Op. Cit.)".

Dado que toda la información de Mecenazgo está disponible, es común que los aspirantes a beneficiarios lean el reglamento, los criterios de evaluación y que, de esta manera, decidan darle a su proyecto la forma que creen que va a lograr la aprobación más fácilmente.

El segundo punto mencionado fue la relación entre las acciones que el proyecto propone con los presupuestos. Los consejeros coinciden que ya están entrenados para notar si los presupuestos son exagerados o no. Siempre hay pedidos de montos excesivos pero no son la mayoría. El CPC tiene la resolución de rechazar esas carpetas o de autorizarles montos inferiores –hasta 50% menos- al solicitado. Una situación especial que destacó la consejera permanente Anahí Cordero fue que algunas organizaciones o personas físicas presentaban múltiples proyectos –dado que no hay límites a la cantidad de carpetas que se pueden presentar- pero con presupuestos iguales. Se dieron cuenta que el desglose y el monto solicitado era igual para proyectos diferentes. Por ello, tomaron la iniciativa de corregir todos los proyectos de los mismos aplicantes al mismo tiempo, para evitar estos abusos (Op. Cit.).

El manejo del dinero

El primer paso para obtener el dinero, luego de tener el proyecto aprobado, es abrir la cuenta en el Banco Ciudad. Se abre una cuenta por proyecto, sin importar cuántos proyectos tenga aprobados o en curso ese titular. Esto ha generado confusiones, dado que en la denuncia de la PROCELAC mencionada[43] y en los medios que la recogieron, se hacía hincapié en que todas las cuentas estaban a nombre de Mateo Goretti, uno de los denunciados. Sin embargo, esto es normal, dado que él era el presidente de la organización titular de los proyectos, por lo que las cuentas debían estar a su nombre.

[43] Ver capítulo 5, "Cuatro principios para el crecimiento de un programa".

El Banco Ciudad, para abrir esta cuenta, tiene sus propias regulaciones y demanda de trámites y documentación. Muchos de los entrevistados manifestaron que los trámites de apertura de cuenta son dificultosos. Ana Trabucco comentó que: “Para abrir la cuenta, el banco te pide los análisis de sangre, orina y tomografía computada (Op. Cit.)”. Si bien esta hipérbole muestra cómo el papeleo genera molestias, es entendible que una institución bancaria deba pedir extensos documentos para asegurar la legalidad de los beneficiarios y evitar operaciones ilícitas. Sin embargo, esto no explica porqué se ha decidido tener una cuenta por proyecto y no por titular, evitando así la duplicación de esfuerzos.

Antes de obtener su dinero, los aspirantes a beneficiarios han tenido que presentar un plan detallado de gastos pretendidos, con presupuestos de los proveedores que respalden los valores solicitados en los diferentes rubros. Sin embargo, desde el momento de recolección y presentación de los presupuestos a la efectiva compra de los bienes o servicios presupuestados, pasan como mínimo, en promedio, ocho meses. Esto ha generado que los beneficiarios luchen para que el dinero les alcance, dado los niveles de inflación actuales en Argentina[44].

Las soluciones al problema fueron diversas. Algunos beneficiarios pusieron plata propia extra. Otro, como Federico Syksnys, decidió recortar horas de estudio –aproximadamente 30% menos- y reducir la remuneración de los músicos. Desde el GCBA, la estrategia que han tenido fue “ser comprensivos”:

> “Si un señor iba a hacer diez conciertos, después de dos años, viene y dice que hizo siete conciertos porque el monto le alcanzó para eso. Nosotros miramos y, si efectivamente el impacto inflacionario se corresponde con los gastos que él está presentando, lo comprendemos. Es la única manera de absorber o comprender el impacto inflacionario. (Beati, Op. Cit.)”

[44] Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), la inflación anual ha sido: 9,5% en 2011; 10,8% en 2012; 10,9% en 2013 y 23,9% en 2014. Según el Índices de Precios al Consumidor difundidos por el Congreso Nacional, esta ha sido de: 22,64% en 2011; 25,25% en 2012; 28,27% en 2013 y 38,53% en 2014.

No se han considerado otras alternativas porque, en definitiva, el beneficiario ideal será aquel que, si el dinero le resulta escaso, buscará la forma de conseguir más por otros mecanismos o lo pondrá de su bolsillo.

> “No nos interesa el emprendedor cultural, en principio al menos, que se quiere meter abajo del ala de Estado o de lo que fuere y no tener ningún problema y no tener otro recurso para resolver ese problema que pedir más. Incentiva a un evaluador, a alguien que está de este lado del mostrador alguien que tiene otra pujanza, que dice: yo con esto lo hago y si no le pediré a mi tía y si no trabajaré horas extra. (Ibid)”

Por otro lado, los gastos efectuados tienen rigurosos controles. Se debe realizar una rendición de cuentas parcial, a los 180 días de publicado el proyecto en la página de la AGIP, y una rendición final, luego de acabado el proyecto. En caso de no presentar la rendición final, y luego de intimaciones, se abre un sumario y la AGIP se hace cargo. Ana Trabucco, titular del proyecto Museo del Planetario, asegura:

> “Fui muy exigente desde un principio. Manejar el dinero de otro me estresa. Soy una obsesionada. Quedó muy claro que cualquier cosa que tuviera que pagar, me tenían que traer en condiciones la factura, tenía que saber qué se había hecho, quién era el que facturaba. (Op. Cit.)”

El hecho de tener que desarrollar un presupuesto obliga a los titulares a ordenarse y a tener en claro los gastos que tendrán. Muchos beneficiarios aprecian esta instancia dado que les permite pensar y elegir los proveedores con los que desean trabajar y, de este modo, los productos finales son de mejor calidad. Al mismo tiempo, los obliga a trabajar con una economía formal y en blanco. Dado que deben presentar facturas de los productos y servicios contratados, el sector se profesionaliza. Prácticas comunes como el canje o el favor de un amigo que sabe mucho de edición, no tienen cabida en Mecenazgo dado que todo aquel que quiere cobrar por su participación debe poder facturar.

La búsqueda del tesoro

Otro aspecto central del régimen es la búsqueda de financiamiento. Los fondos disponibles para los proyectos de Mecenazgo están determinados por la ley: las empresas pueden derivar 10% del monto pagado en concepto de ingresos brutos el año anterior, los contribuyentes del Régimen Simplificado, el 100%; y el monto total de todos los proyectos aprobados no debe superar el 1,10% de la recaudación total del GCBA por ingresos brutos, también el año anterior. En el año 2014, lo recaudado fue $40.370.300.000[45] por lo que, este año, $444.073.300 estaban habilitados para el régimen de Mecenazgo. Sin embargo, no todas las empresas –y muy pocas personas físicas- participan del régimen, lo que hace disminuir las posibilidades de financiamiento. Por ejemplo, en el año 2014 estaban habilitados 331.712.600 pesos pero los beneficiarios lograron obtener 32.191.872 pesos. Solo un 9% del total disponible.

¿Cómo hacen los beneficiarios para buscar y seducir a los benefactores?

Todos los artistas y gestores consultados sostienen que la mejor forma de lograr reunir el dinero es a través de contactos. Algunos tenían algún familiar trabajando en una gran empresa; otros llegan al contacto a través de un amigo artista que les "pasa el dato". Esta modalidad funciona de manera especialmente eficaz en lo que respecta a las asociaciones y organizaciones. Anahí Cordero afirma:

> "Esas asociaciones de amigos [de los grandes museos] tienen grandes empresas detrás. La del San Martín está Bulgheroni, la del MAMBA, está Rattazzi, en la del Teatro Coliseo también y la Embajada de Italia. A ellos les es fácil poder levantar el teléfono. ¡Ni siquiera necesitan levantar el teléfono! Y acá está mi crítica a la ley, justamente eso. El pequeño, el chiquito, tiene que andar mendigando. (Op. Cit.)"

[45] Dirección General de Rentas (http://www.agip.gob.ar/informacion-de-utilidad/recaudacion/recaudacion)

Ana Trabucco, presidenta de la Asociación Ciudadanía Solidaria, coincide. Ella tuvo un acercamiento a la ley un tanto diferente. Fue contactada por el Planetario dado que buscaban una persona jurídica para ser titular del proyecto del Museo del Planetario. Ella sostiene que, dado que su proyecto era para un lugar emblemático de la CABA, fue bastante sencillo obtener benefactores. Igualmente, subraya que la fórmula clave es buscar conocidos, pero aclara: "No es una fórmula absoluta. Sirve en tanto y en cuanto tengas relaciones. Estamos hablando de artesanos o chicos jóvenes. Yo no sé si tienen tantas conexiones. Ese es el asunto (Comunicación personal, 2015)".

Por su lado, el cineasta Estanislao Buisel Quintana presentó un proyecto a Mecenazgo por $100.000 para financiar parte de su película. Utilizó el dinero antes de tener el proyecto aprobado, porque confiaba en que lo aprobarían y ya tenía un acuerdo de palabra con un contacto en una empresa de medicina prepaga. Él advierte: "La ley es una fuente de financiación alternativa interesante, pero en este sentido creo que tiene algo un poco perverso, que es un poco elitista: si no tenés un contacto con el sector empresarial o con algún millonario, estás frito (El mecenas VIP, 2013)".

De los entrevistados, Martina Santolo, quien ya participó en tres proyectos financiados por mecenazgo, fue el caso ejemplar de una búsqueda intensa. Al ser aprobado su proyecto, armó un *press kit* que distribuyó entre empresas, una página en Facebook, una página web, envió mails, e incluso acudió a los olvidados pequeños mecenas –aquellos que tributan en el Régimen Simplificado- logrando aportes de montos inferiores a mil pesos. Sin embargo, confirma que la mejor opción es buscar una empresa grande que pueda aportar el total necesario:

> "La ley dice que si no recibís un aporte cada cuatro meses tu proyecto se da de baja. Pero no es real. (…) No revisan eso, pero nosotras pensábamos que sí, entonces tratábamos de conseguir aportes muy chiquitos para que no se diera de baja. Conseguimos con unos amigos de una pastelería y nos daban $600. (Op. Cit.)"

De los proyectos en los que participó, los mayores montos fueron conseguidos por contactos. Por ejemplo, el director de la obra “Nuestra arma es nuestra lengua" conocía a un gerente de Techint y el problema se solucionó “en dos minutos”. De la misma manera, consiguieron su tesoro Tomás Amante, Federico Siksnys y Sofía Juan. Pero estos son los casos exitosos.

Según el artículo *El mecenas VIP* del Diario Z, Jimena Néspolo no tuvo la misma suerte. Su proyecto era la revista Boca de Sapo. En 2010, logró conseguir el dinero requerido, dado que un contribuyente la llamó por estar interesado. Entusiasmada, al año siguiente volvió a presentar un proyecto y fue aprobado. El banco que la había apoyado en su primer proyecto, ya había aportado a otros. No logró encontrar benefactores y, en enero de 2013, con 14 número publicados, la revista cerró. Su cuestionamiento es válido: “Si hay una comisión que te evalúa y te aprueba, la conexión con las empresas debería ser automática. Si no, la realización está supeditada a que tu proyecto le sea simpático o funcional al banco o empresa equis”.

Más allá de los contactos, las empresas tienen su selección sobre qué tipo de proyectos elegir. El Banco Itaú, por ejemplo, a través de su Fundación, busca brindar oportunidades a jóvenes artistas emergentes, enfocándose en las disciplinas de literatura, artes visuales y audiovisuales. Rapipago, por su lado, en su política general de RSE, han seleccionado las áreas de educación y cultura, con foco en inclusión. American Express, que tiene un presupuesto más holgado que el anterior, decide apoyar proyectos de patrimonio cultural que, además, exigen mayores presupuestos. El problema es que, al no haber un listado extenso de empresas y de sus criterios de selección, los beneficiarios tocan las puertas sin saber si su proyecto va a ser o no de interés, lo que genera una pérdida de tiempo y de motivación.

¿Cuáles son las motivaciones de las empresas para participar?

Cuando Anahí Cordero fue entrevistada por La Nación en el año 2011 declaró: “Esta ley es perversa porque los artistas seleccionados no pueden

conseguir finalmente el apoyo de las empresas" (Cruz, 2011). Durante los primeros años del régimen apenas una de cada tres personas físicas lograba recaudar su monto aprobado. Esto generaba una gran asimetría con las personas jurídicas que tenían tasas de éxito muy superiores. Según Juan Manuel Beati, luego del aumento de la alícuota que pueden derivar las empresas del 2% al 10% en noviembre de 2013, aumentó la tasa de realización de proyectos. Al respecto, declaró: "La ley como fue concebida en el 2006 nos daba un porcentaje de éxito de los proyectos de 70%, para personas jurídicas, y 27% para las físicas, redondeando. Ahora, subieron a un poco más de 70% para personas físicas y de jurídicas debe ser cercana al 100%. (Comunicación personal, 2015)".

Así se solucionó el "estrangulamiento" que impedía que muchos proyectos se efectivizaran. Es decir, se optó por que los benefactores existentes pudieran otorgar mayores montos, en lugar de promover la incorporación de nuevos benefactores al régimen. De hecho, no ha habido una política desde el GCBA tendiente a aumentar la cantidad de benefactores o patrocinadores de Mecenazgo.

Una de las razones es la voluntad de mantener la trasparencia en la administración. Hemos tratado este tema y la postura de Juan Manuel Beati en el capítulo anterior. Valeria Kovadloff agrega:

> "Esta gestión prefirió dejar que se haga experiencia y que eventualmente al principio no sea fácil, porque las empresas no son muy amigas de apoyar a proyectos que no cobran mucha notoriedad. Eso era preferible a correr el riesgo de que el Estado quede susceptible de ser juzgado por estar favoreciendo a ciertos proyectos o a ciertas empresas (Op. Cit.)"

No obstante, es importante preguntarse qué motiva al sector privado a participar de un régimen de estas características. Esta cuestión es central debido a que el objetivo de la ley es, según su artículo 1°, "estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales".

Según los entrevistados, surgen dos motivos principales por los cuales una empresa puede no participar de este régimen: por desconocimiento o por indiferencia. El primer motivo ha sido abordado en el capítulo precedente. Con respecto al segundo motivo, Ana Trabucco comenta que, si bien el trámite fiscal es sencillo, “el tema pasa por si la empresa quiere o no tener una oficina abocada a eso [RSE]. (Op. Cit.)”. Beati sostiene lo mismo: “Pasa por un tema de vocación. Hay empresas que les interesa más colaborar con la salud y no pasan por mecenazgo. (Op. Cit.)”.

En efecto, evidenciamos que el Banco Itaú, uno de los más grandes contribuyentes al Régimen del Promoción Cultural, tiene cinco personas en la Fundación Itaú dedicadas, no exclusivamente, al mecenazgo. Incluso, contratan a una persona externa para evaluar proyectos. En Gire S.A., contribuyente de 2 millones de pesos por año, también es el sector de Responsabilidad Social Empresaria que tomó la posta de Mecenazgo. Se enteraron por un empleado de la compañía y, después de investigar, decidieron que podían participar. Ayelén González, la analista a cargo del tema, comenta:

> “Todo lo nuevo genera un miedo. ¿Qué va a pasar? ¿Me va a llegar una inspección enseguida? Trabajamos mucho con los chicos de Impuestos. Tenían miedo porque ya saben que todo el tiempo les llegan inspecciones por distintos motivos. No por esto puntualmente. Se preguntaban cómo hacer la declaración jurada (…) por eso el primer año hicimos solo tres aportes (comunicación personal, 2015)”.

Finalmente, no se ha logrado cumplir cabalmente el espíritu de la ley. Esta buscaba estimular la participación privada en el sector cultural a través de la derivación de impuestos. No buscaba simplemente tener benefactores, sino que se pretendía que aumentara la cantidad de patrocinadores que son, en definitiva, los que agregan dinero privado al sector. Hay pocas empresas que usan esta figura. El Banco Itaú y American Express son dos de ellas. Tienen en común el hecho de tener fundaciones sin fines de lucro como política empresarial y son

estas fundaciones que, entre otras acciones, aprovechan mecenazgo para hacer rendir más aún el presupuesto que se les asigna.

Entre el 2009 y 2011, 63% de los aportes fueron hechos en calidad de benefactor y 37%, de patrocinador (AGCBA, 2013). Esto agregó un poco más de 5 millones de pesos al sector cultural de dinero netamente privado, más lo que correspondía a pago a cuenta del IIBB. No hemos podido acceder a datos de los últimos años.

Así como la figura del patrocinador inyecta más dinero al sector, también es beneficiosa para la empresa quien puede usar estas acciones como marketing. Annabella Ciana afirma:

> "Cuando decidimos ser patrocinadores, hay comunicación de marca. Vos elegís el producto [en referencia al proyecto], estás haciendo *branding* con la marca, tenés posibilidad de hacer algún evento específico para clientes y haces algún evento VIP. Eso también es un beneficio que tiene la ley cuando sos patrocinador y lo acordás con el titular. (comunicación personal, 2015)"

La participación de benefactores es útil como método para motivar e instruir al sector empresario en lo que es la responsabilidad social empresaria y la capacidad que tienen de financiar proyectos. Sin embargo, es en la figura del benefactor donde mecenazgo se convierte en una simple transferencia de recursos desde lo público a los proyectos culturales, mediados por los empleados del sector empresario que deciden el rumbo de esos recursos. Si el objetivo de la ley era "estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales", sería pertinente que se invirtiera tiempo y recursos al incentivo de la figura del patrocinio porque, si bien conlleva la asociación de una marca a un proyecto, es también la que genera nuevos y mayores ingresos para el sector cultural.

Es también necesario pensar nuevamente el objetivo de la ley, viendo los resultados que esta ha generado luego de seis años de vigencia. En el próximo capítulo, profundizaremos sobre nuestras propuestas al respecto.

Conclusiones y propuestas

Este trabajo fue realizado en el marco de la finalización de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, con orientación en políticas y planificación. La idea de elegir a la ley N°2.264 de la CABA surge a raíz de la cursada de un seminario optativo sobre políticas culturales en Argentina. Siendo la ley elegida una ley joven, poco explorada y poco evaluada, nos permitía aportar a un balance de sus resultados, sus logros y sus debilidades.

¿Es Mecenazgo una política cultural pública?

En este contexto y luego de meses de investigación, la primera conclusión es que el Régimen de Promoción Cultural no es una política pública. Hemos tomado la definición de política pública cultural de Rubens Bayardo quien afirma que esta es:

> "un conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa y presupuestaria, que sirven como base para la acción cultural de un gobierno. Es decir que no se trata de acciones aisladas ni a corto plazo, sino de intervenciones estratégicas sometidas a monitoreo, evaluación y seguimiento (Bayardo, 2008)".

El régimen permite y facilita la realización de acciones por parte de actores privados, independientes los unos de los otros, sin coordinación de esfuerzos, ni de objetivos entre ellos, en el ámbito cultural. Estas acciones, ¿son monitoreadas y evaluadas antes, durante y después de realizadas? Solo en el aspecto presupuestario. Si bien sí se evalúan los proyectos, sus objetivos, su estrategia, cuando son presentados, no hay desde el Estado un seguimiento y una evaluación de cuál ha sido su efectividad para lograr los objetivos que se habían planteado. No hay, asimismo, un relevamiento ni antes ni después de las necesidades y demandas culturales de la población. La decisión sobre los proyectos a desarrollar está monopolizada por los titulares de proyectos. Lo que sí es monitoreado

cautelosamente por el GCBA es que el dinero que los titulares reciban tenga un buen uso. Es decir, todo gasto está presupuestado y es, luego, sustentado con facturas. De la misma manera, sí hay un control de que las obras o productos proyectados se efectivicen. Es decir, el rol del Estado en este régimen no es el de planificar estratégicamente intervenciones ordenadas para satisfacer el desarrollo simbólico o las necesidades culturales, ni pretende serlo. La ley no fue pensada para generar ese tipo de Estado y aquellos que implementaron la ley no quisieron alterar su espíritu inicial.

Por un lado, el tipo de Estado que se establece es un Estado catalizador que promueve y da financiamiento a nuevos actores de la sociedad civil, con el fin de fomentar lo que consideran el sector independiente de la cultura. De esta manera, logran generar acciones "desde abajo", fomentando la participación de actores privados en la uso de fondos público. Desde el GCBA, se afirma que: "la ley de Mecenazgo impulsa la democracia cultural porque se entiende que una democracia es el sistema en el que tienen voz la mayor cantidad posible de personas" y que, por lo tanto, "el mecenazgo es claramente participativo" (Beati, 2015:59). El problema es que esto no implica una participación en el análisis situacional del sector, porque no se da esa instancia de análisis previo. La participación es, en este régimen, brindarles a artistas y gestores una nueva herramienta de financiar sus proyectos que surgen, en la mayoría, de sus deseos y voluntades personales. Poca relación tienen estos con los deseos y voluntades de la ciudadanía. El aspecto positivo de esta apertura a proyectos que no sean elaborados desde el Estado es que facilita la existencia de una "pluralidad de prácticas y de perspectivas, la valoración de la diferencia y la promoción de una actitud de apertura y escucha de las iniciativas de los actores" (Uranga, 2011). Según Washington Uranga, reconocer esta diversidad debe ser una práctica activa del Estado para fomentar "la gestión participativa y asociada de las políticas públicas" (Ibíd.). Nuevamente, esta articulación y participación de la sociedad civil no debería darse a través de acciones aisladas, sino con un análisis situacional que direccione los esfuerzos de esta articulación.

Por otro lado, la ley le otorgaba al Estado el rol de estimular la participación privada en el financiamiento de la cultura. Una de nuestras hipótesis era que esto podía generar una privatización de una facultad y responsabilidad del Estado de la CABA que es cubrir las necesidades culturales de la población, asignando recursos públicos a políticas diseñadas para tal fin. Sin embargo, este no fue el caso. Mecenazgo representa un 0,3% del presupuesto total de la CABA y el Ministerio de Cultura tiene asignado un 3% aparte. El GCBA continua financiando los programas que ya tenía, como Prodanza, donde sí se evidencia el planeamiento público, con diagnósticos del sector. Sin embargo, y teniendo en cuenta los niveles de inflación mencionados, el presupuesto del sector no fue actualizado. De hecho, en los últimos cincos años contó con aumentos anuales de no más del 10%[46]. Lejos están estos menudos aumentos presupuestarios de las variaciones de precios de la CABA que la misma Dirección General de Estadística y Censos porteña mide desde 2013[47]. No hemos investigado cómo es el trabajo en otros programas, como Proteatro.

Según los dirigentes del gobierno actual, el Régimen de Promoción Cultural no debía reemplazar a las políticas culturales de la CABA, sino complementarlas. Es preciso recordar que, como mencionado en el capítulo 4, el presupuesto a cultura ha sido notablemente inferior en el gobierno de Mauricio Macri que en el de sus antecesores. Desde el 2001 al 2005 bajó de 4,5% a 4%; de 2006 a 2008 se sostuvo en 3,5% y durante los años posteriores no llegó nunca a alcanzar ese último valor.

Más allá de esto, Mecenazgo se erigió como una nueva herramienta para financiar el sector cultural, con una visión más "liberal" (Beati, 2015:56; Beati, comunicación personal, 2015). Según la Real Academia Española, el liberalismo es una "doctrina política que postula la libertad individual y social en lo político y la iniciativa privada en lo económico y cultural, limitando en estos terrenos la intervención del Estado y de los poderes públicos"[48]. En Mecenazgo, el Estado

[46] Informes de gestión de Prodanza: presupuesto 2010 ($1.100.000), 2011 ($1.210.000), 2012 ($1.210.000), 2013 ($1.270.500) y 2014 ($1. 397.550).
[47] Inflación interanual Septiembre 2012-2013 (25%); 2013-2014 (40,3%); 2014-2015 (24%).
[48] http://dle.rae.es/?fw=liberalismo&o=h

cumple un rol importante al evaluar los proyectos y determinar si son o no de interés cultural. La ley demanda que el CPC sea un filtro y que establezca criterios de evaluación. El problema es que los criterios adoptados han sido blandos. Prima el que sean sin fines de lucro y que los montos solicitados sean coherentes con las acciones a desarrollar, pero no hay lugar suficiente lugar para preguntarse si el proyecto es necesario, si satisface alguna necesidad o si es un mero capricho estético o artístico de una persona. Al hacer esto, la presunción de María Lorena Ferrando se hace cierta. En su tesina de grado ella planteó: "El creciente uso de la Ley de Mecenazgo minimiza el papel del Estado en su responsabilidad de gestionar la cultura y lo ubica en un rol de simple mediador, gestor de colaboraciones (económicas) entre el sector privado y público" (2011:15).

De nuevo, debemos resaltar que sector privado no se refiere simplemente al sector empresario. Aquellos más beneficiados con la ley de Mecenazgo son los artistas, gestores y organizaciones que han logrado realizar sus proyectos. Todos los entrevistados han manifestado que repetirían la experiencia. Muchos ya han realizados dos o tres proyectos. La pregunta a postular es: ¿se ha visto la población de la CABA beneficiada por las obras culturales realizadas en estos últimos seis años? Imposible saberlo. No hay una evaluación al respecto.

La profesionalización del sector cultural

Esta es una de las más importantes críticas que hemos evaluado respecto al Régimen de Promoción Cultural. Sin embargo, como hemos mencionado, los beneficiarios, así como consejeros del CPC y otros entrevistados, han también resaltado los aspectos positivos o favorables de Mecenazgo. Annabella Ciana afirma:

> "Lo que la ley permitió hacer es inyectar un montón de dinero al ámbito cultural. Me parece que un montón de proyectos culturales no serían hoy realidad si no fuera por esta ley. Hay gente que lloro acá, en esta sala diciendo: me van a apoyar el proyecto, el sueño de mi vida era hacer este proyecto (Op. Cit.)".

Pedro Delheye también admite que este mecanismo, al ser más directo, permite que los recursos lleguen directamente a los artistas y que no quede atrapado en la burocracia ministerial (comunicación personal, 2015). Los beneficiarios entrevistados manifestaron todos que sus proyectos se lograron gracias al régimen. Agregaron que es ideal para el artista independiente que no puede apelar al mercado, por no ser un producto comercial, ni a las instituciones académicas que tienen presupuestos magros.

Tomás Amante destacó dos importantes beneficios del régimen: primero, le permitió ser totalmente independiente, no tuvo que "tranzar" con nadie, no tuvo que poner la marca de la empresa, ni del GCBA, solo tenía que poner el sello de Mecenazgo "que en tal caso está buenísimo porque es que tu proyecto está declarado de interés cultural". En segundo lugar, le permitió realizar el proyecto profesionalmente: elegir los proveedores, poder pagarles correspondientemente y no tener que recurrir al canje o a favores de amigos. Sofía Juan resalta el mismo aspecto: los músicos de su proyecto fueron bien pagos. (Op. Cit.). Al respecto Ciana agrega:

> "Se activa la industria cultural. Antes al tipo que prestaba la cámara por canje y ahora recibe un sueldo porque es camarógrafo o alquila la cámara. El actor que antes lo hacía de onda, recibe un honorario. Se dignifica un poco el rubro. El de la gestión, el de la producción cultural y de la industria en general (Op. Cit.)"

Una de las grandes victorias de Mecenazgo es que permitió estimular la profesionalización del sector cultural y generar un mercado cultural más formal y con honorarios más dignos. Los artistas y gestores son obligados a pensar planes de trabajo, con presupuestos y cronogramas. Esto también se ve reflejado en los productos, que son de mejor calidad y se realizan con menores dificultades. De esta manera, se aporta a algunos de los objetivos que promueve la UNESCO respecto a la gestión cultural de los Estados que es mejorar la eficiencia del sector y fomentar su aspecto productivo.

La tendencia a la concentración

Una segunda hipótesis con la que trabajamos fue si esta ley generaba una concentración de acciones y financiamiento en las zonas de mayor poder adquisitivo de la CABA. Evidenciamos que este tipo de leyes –los regímenes brasileros y chilenos entre ellos- generan concentración de tres tipos: territorial, de beneficiarios y de benefactores. En lo territorial, se evidenció muy fuertemente en los países vecinos, que cuentan con legislaciones de alcance nacional, que las grandes ciudades centralizaban el interés de los benefactores. En la CABA, esto no se comprobó a gran escala. No obstante, no tuvimos acceso a datos relativos al origen barrial de los titulares de proyectos o la zona de realización de los mismos. Por ello, sugerimos que, para poder evaluar la distribución territorial de proyectos y de dinero aportado, se realice una sistematización de los datos ya existentes para mostrar cuántos proyectos son realizados en cada comuna y en qué comuna están radicadas las personas físicas o jurídicas que los llevan a cabo.

En segundo lugar, tenemos a los benefactores. Hemos establecido ya en los capítulos precedentes que hay asimetrías entre las personas físicas y jurídicas con acceso a contactos en empresas y aquellas que no los tienen. Esta disparidad es esencialmente notable en las personas físicas que no tienen relación alguna con empresas y deben empezar desde cero la búsqueda de benefactores. Aquí las asociaciones de amigos de los grandes museos porteños ganan la pulseada, así como las instituciones emblemáticas de la ciudad como el Teatro Colón o el Planetario. Mientras que algunos proyectos tiene exceso de oferta de benefactores, otros tienen que salir a tocar timbres y golpear puertas. Además, al no estar disponible el listado de benefactores potenciales, el trabajo es muy grande. Hoy en día, una de cada cuatro personas físicas se queda sin financiamiento. Hasta hace dos años, una de cada cuatro lograba terminar su proyecto.

Ha habido una mejora sustancial en las tasas de éxito. Sin embargo, esto no se debe a un incremento de benefactores. Muy por el contrario, los grandes benefactores y patrocinadores siguen siendo los mismos, pero ahora pueden

aportar mayores cantidades, dado que la alícuota derivable es de 10% de sus IIBB. Esto ha generado también una concentración de actores del lado de los contribuyentes. De las personas entrevistadas, tres habían tenido proyectos financiados por el Banco Itaú. Esto no es una coincidencia: Itaú, como benefactor y patrocinador, es uno de los más grandes contribuyentes al régimen. Los beneficiarios buscan estas grandes empresas porque es más sencillo buscar un gran benefactor que cubra la totalidad del proyecto que apuntar a los contribuyentes del Régimen Simplificado. En este escenario, estos pequeños mecenas resultan poco atractivos e inútiles a los fines de buscar financiamiento rápidamente.

En definitiva, este tipo de leyes suelen reflejar las desigualdades de recursos ya existentes en la sociedad. Es con la orientación y el establecimiento de pautas desde el Estado que estas concentraciones se pueden reducir. Por eso, recomendamos que se considere cuidadosamente si es beneficioso el establecimiento de un régimen similar a nivel nacional. De todas las preocupaciones expuestas, la concentración territorial es la que más puede afectar a un proyecto nacional de mecenazgo, como se evidenció en Chile y Brasil.

Propuestas

Roberto Di Lorenzo, Director de Promoción Cultural y Desarrollo en el ANSES y antiguo subsecretario de Gestión Cultural del GCBA, escribió cuando la ley empezaba a ser implementada:

> "[La Ley de Mecenazgo] definirá un aspecto importante de la articulación público-privado. Si se concibe el mecenazgo como una de las funciones indelegables del Estado, habrá que advertir que eso no suplantará el diseño de políticas públicas por parte del Estado, sino que más bien lo exigirá. Justamente, una de las diferencias entre el mecenazgo privado y el público es que el último cobra sentido en el marco de una gestión pública, orientada por políticas de Estado e

inserta en esta dinámica intrínseca a su historia de avanzar en la institucionalidad y la construcción de ciudadanía (2009:21)”

Sostenemos que este régimen tiene todavía la posibilidad de redefinirse y encontrar una nueva identidad, más alejada del espíritu liberal y procurando convertirse en un espacio de real articulación y colaboración del sector público con el privado, buscando la ampliación de actores participantes y enfocándose en las necesidades de la población.

Para ello propondremos ciertas líneas de acción que de modo alguno deben reemplazar una planificación estratégica y participativa. Estas surgen de las falencias evidenciadas en la concepción e implementación de la ley y de las sugerencias de los actores entrevistados. Tienen en cuenta también que la vocación de Mecenazgo hoy en día, según las autoridades del GCBA, es desarrollar el sector independiente de producción cultural. Quedará pendiente el trabajo de un análisis situacional colaborativo que apunte a vislumbrar las necesidades de la ciudadanía y del sector cultural.

- Capacitación a aspirantes: generar espacios de trabajo y formación para que aspirantes a beneficiarios puedan crear un proyecto coherente, basado en objetivos factibles y viables.
- Acompañamiento a beneficiarios: realizar talleres con especialistas en *fundraising* que provean de herramientas para la búsqueda de benefactores o que generen puentes entre los beneficiarios y el sector empresario.
- Asesoramiento a participantes: si bien los entrevistados valoraron y alabaron la asistencia recibida por los funcionarios a cargo de Mecenazgo, manifestaron que requería muchas visitas a la oficina. Las consultas podrían ser atendidas por mail, por Facebook y por teléfono, tratando de desestimular las consultas presenciales.

- Promoción de los proyectos en redes sociales: creación de una página de Facebook del Régimen de Promoción Cultural donde se difundan las acciones de los proyectos, así como las convocatorias.

- Mayor difusión entre empresas y promoción del rol de patrocinador: dado que el Estado cuenta con la información de quiénes son los contribuyentes de IIBB, puede promocionar el régimen entre aquellos que no hayan participado aún. Pueden realizarse reuniones, charlas informativas o simplemente enviar folletería en la factura del ABL u otros impuestos.

- Síntesis del proyecto en el portal de la AGIP: actualmente solo figura el título del proyecto y los datos de contacto del titular. Sería más fácil para las empresas buscar proyectos de su interés si en la página web de la AGIP tuvieran una breve descripción del proyecto.

- Beneficios a proyectos de personas físicas: sería interesante considerar la aceptación de que los proyectos de las personas físicas también tengan la posibilidad de tener un beneficio, para asegurar la sustentabilidad de los proyectos. Por ejemplo, si el titular publicó un libro, podría venderlo a un precio ya establecido en el proyecto y así tener la posibilidad de volver a imprimirlo en caso de necesitar más copias.

- Establecer nuevos criterios para la aprobación de los proyectos: dado que cada año se presentan más proyectos, el CPC puede consensuar qué dirección tomará cada año Mecenazgo o cómo se decidirá dentro de cada disciplina. Sobre todo, deberían establecer más criterios para rechazar proyectos que no aporten a la satisfacción de los derechos culturales de los porteños. Para esto sería útil una evaluación de la distribución territorial de los proyectos y de los actores más activos.

El Régimen de Promoción Cultural es un área joven y en crecimiento constante. Tiene ahora la vocación de ser un espacio plural, con voces diferentes y que permite la participación de todos. Es imperioso que, en este afán de no

cerrar las puertas a nadie, Mecenazgo no se convierta en un despilfarro de dinero público a favor de los que ya tienen acceso al financiamiento. O que su “espíritu liberal” se convierta en la esencia del programa dejando cada vez más en manos del sector empresario la decisión de cuáles proyectos se financian y cuáles no. Es el rol y el deber del Estado utilizar estos instrumentos a su favor, logrando que la intervención de los “mecenas” se conduzca hacia los campos que requieren atención prioritaria. Es el Estado también quien debe coordinar esfuerzos para poder determinar cuáles son esos campos.

Bibliografía

ABRAHAM, Alejandro y FERNANDEZ SAGASTI, Anabel. (2015). Proyecto de ley sobre Régimen Nacional de Promoción de las actividades culturales (Régimen de Mecenazgo Cultural). *Honorable Cámara de Diputados de la Nación.* Recuperado de: http://www1.hcdn.gov.ar/proyxml/expediente.asp?fundamentos=si&numexp=3745-D-2015, el 24 de noviembre de 2015.

ACKERMAN, Sebastián. (28 de junio de 2004). "La participación privada en la cultura debe ser un complemento". *Página 12.* Recuperado de http://www.pagina12.com.ar/diario/cultura/7-37326-2004-06-28.html, el 29/08/2015.

ANTOINE, Cristian. (2008) "¿Réquiem para las donaciones privadas a la cultura de Chile?". Revista Quantum 3. Págs. 88-105.

ANTOINE, Cristian. (2009) Panorama latinoamericano de políticas públicas para incentivar el mecenazgo privado en el sector cultural. *Revista aportes.* Recuperado de http://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/23/10.pdf, el 25/08/2015.

ANTOINE, Cristian. (Junio 2010). Mapa del mecenazgo cultural en América Latina. Revista de Humanidades Nº21.

APPELLA, Gabriel; HUARTE, Cecilia y VARGAS, Teresita. (2012). Cuaderno de cátedra N° 6: Análisis situacional desde la comunicación. (Material de cátedra). Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

ARTEAGA, Alicia de. (6 de enero de 2002). Duhalde vetó la ley de mecenazgo. *La Nación.* Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/364517-duhalde-veto-la-ley-de-mecenazgo, el 25/08/2015.

AUDITORÍA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. (Mayo de 2013) Control de cumplimiento Ley 2264 (Proyecto N° 8.11.01). Recuperado de:

http://www.agcba.gov.ar/docs/inf-20130628_1359---Control-del-Cumplimiento---Ley-2264..pdf, el 09/09/2015.

BAYARDO, Rubens (2004) “La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura”. En: Turismo y Patrimonio, Nº 4, pp. 57 – 68, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Lima, Universidad de San Martín de Porres.

BAYARDO, Rubens (2008): “Políticas culturales en Argentina”, en: CANELS RUBIM, Antônio Albino y BAYARDO, Rubens (compiladores), Políticas Culturais na Ibero-América. Editorial: EDUFBA

BAYARDO, Rubens. (2013). Políticas culturales y economía simbólica de las ciudades: “Buenos Aires, en todo estás vos”. Latin American Research Review, Vol. 48, Special Issue. Recuperado de: http://lasa-4.univ.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/Vol48noSI/48-SI_100-128_bayardo.pdf, el 05/09/2015.

BEATI, Juan Manuel (2015) Seis años de mecenazgo en Buenos Aires / Juan Manual Beati y Carmen María Ramos de Balcarse. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

BEATI, Juan Manuel. (24 de junio de 2015b). Presentación del libro *6 años de mecenazgo en Buenos Aires*. Centro Cultural Recoleta. Buenos Aires.

BIGLIA, Juan Carlos (2004). La política gubernamental de la cultura. Democratización y poder. Recuperado en: http://www.buenosaires.gob.ar/museos/investigacion, el 11/03/2015.

BIGLIA, Juan Carlos. (2005) Leyes de mecenazgo en el ámbito del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Proyectos y comentarios. Recuperado de: http://www.consejo.org.ar/coltec/biglia_0208.htm, 2005, el 11/03/2015.

CASTILLA, Américo (2010): “La memoria como construcción política” en Castilla, Américo (comp.) El museo en escena. Política y cultura en América Latina, Buenos Aires, Paidos.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes – CNCA. (2013). La responsabilidad social empresarial y su aporte a la cultura. Santiago de Chile. Editorial Andros.

COSTA, Leonardo y ROCHA, Renata. (2011) Muito Barulho por Nada? Maria Bethânia, a Lei Rouanet e a Mídia Brasileira. *PROA: Revista de Antropologia e Arte*, v. 1, n. 3. Recuperado de: http://www.revistaproa.com.br/03/?page_id=225, el 06/09/2015.

CRUZ, Alejandro. (3 de julio de 2011). La agenda cultural en tiempos electorales. *La Nación.* Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/1386349-la-agenda-cultural-en-tiempos-electorales, el 14/11/2015.

DAN MEDIA SANCIÓN A LA LEY DE MECENAZGO. (26 de agosto de 2005). *La Nación.* Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/733255-dan-media-sancion-a-la-ley-de-mecenazgo, el 25/08/2015.

DELHEYE, Pedro (2015a) *La Ley de Mecenazgo de la CABA*. Artículo inédito. Revista de la Sociedad Central de Arquitectos.

DENUNCIAN POR LAVADO DE DINERO AL MINISTRO DE CULTURA DEL PRO. (19 de septiembre de 2015). *Diario Registrado.* Recuperado de http://www.diarioregistrado.com/politica/129623-denuncian-por-lavado-de-dinero-al-ministro-de-cultura-del-pro.html, el 22/09/2015.

DI LORENZO, Roberto. (16 de julio de 2009). Principales transformaciones y desafíos actuales de las políticas culturales en Buenos Aires. *Aportes para el Estado y la administración gubernamental.* Recuperado http://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/23/02.pdf, el 21/11/2015.

EL MECENAS VIP. (1 de marzo de 2013). *Diario Z.*

EL MECENAZGO TAMBIÉN ES PARA EL PATRIMONIO. (21 de marzo de 2009). *Página 12.* Recuperado de http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/m2/10-1600-2009-03-24.html, el 22/10/2015.

ESPÓSITO, Néstor. (19 de septiembre de 2015). Recae una denuncia contra el ministro de Cultura del PRO. *Infonews.* Recuperado de http://www.infonews.com/nota/250245/recae-una-denuncia-contra-el-ministro-de-cultura-del-pro, el 22/09/2015.

ESPÓSITO, Néstor. (9 de octubre de 2015). Imputan al ministro de cultura de Macri por presunto "lavado de activos". *Infonews.* Recuperado de http://tiempo.infonews.com/nota/189959/imputan-al-ministro-de-cultura-de-macri-por-presunto-lavado-de-activos, el 24/10/2015.

FERNÁNDEZ SAGASTI Y ABRAHAM QUIEREN REGULAR EL MECENAZGO CULTURAL. (8 de julio 2015). *Sitio Andino.* Recuperado de http://www.sitioandino.com/nota/163882/, el 25/08/2015.

FERRANDO, María Lorena. (2011). Políticas Culturales: entre el espectáculo y el desarrollo. La gestión cultural en la Ciudad de Buenos Aires. Tesina de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Tutora: Mercedes Di Virgilio.

FOLLARI, Roberto A. (s.f.). Pensar lo público: la difuminación de los horizontes. Recuperado de: http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/follaripublico.pdf, el 22 de noviembre de 2015.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1987) Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. En García Canclini, Néstor (ed.), *Políticas Culturales en América Latina*. México D.F.: Grijalbo.

GARCÍA DELGADO, Daniel. (1997). Nuevos escenarios locales. El cambio del modelo de gestión. En: García Delgado, Mario (compilador), *Hacia un modelo de desarrollo local. Municipio y sociedad civil en Argentina.* Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC, Universidad de Bs. As.

GARCÍA HUIDOBRO, Cecilia y CARVALHO XAVIER, Sérgio Luis de (agosto 2004). Encuentro sobre Mecenazgo. Experiencias y contribuciones de Brasil y Chile. José Ignacio Garrido (moderador). Consejo argentino para las

relaciones internacionales. Comité de promoción de la cultura argentina. Buenos Aires. Recuperado de http://www.cari.org.ar/pdf/mecenazgo.pdf, el 25/08/2015.

GARCIA, Euclides Lucas. (18 de enero 2012). Lei Rouanet concentra 70% dos recursos no eixo Rio-São Paulo. *Gazeta do Povo.* Recuperado de http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/lei-rouanet-concentra-70-dos-recursos-no-eixo-rio-sao-paulo-84j5d0g05bub17gxc9jj84nda, el 24/08/2015.

GUERRA, Tabatha & GUZMÁN, Juan Andrés. (18 de marzo 2013). Universidades privadas con más recursos son las más beneficiadas con la Ley de Donaciones. *Centro de Investigación Periodística.* Recuperado de http://ciperchile.cl/2013/03/18/universidades-privadas-con-mas-recursos-son-las-mas-beneficiadas-con-la-ley-de-donaciones/, el 25/08/2015.

HARVEY, Edwin R. (2003) *La financiación de la cultura y de las artes. Iberoamérica en el contexto internacional (instituciones, políticas públicas y experiencias)*. Madrid: Iberautor promociones culturales.

Ley Nº 2.264. Ley de Mecenazgo de la Ciudad. Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires, CABA, 14 de diciembre de 2006.

Ley Nº 8.313. (23 de diciembre de 1991). Presidencia de la República de Brasil, Brasilia. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm, el 25/08/2015.

LIRON, Eduardo. (2011). Brasil: O blog da Maria Bethânia e o financiamento da cultura. *Global Voices.* Recuperado de http://pt.globalvoicesonline.org/2011/03/18/brasil-o-blog-da-maria-bethania-e-o-financiamento-da-cultura/, el 25/08/2015.

LOMBARDI, Héctor. (24 de junio de 2015). Presentación del libro *6 años de mecenazgo en Buenos Aires*. Centro Cultural Recoleta. Buenos Aires.

MARÍN, Javier. (12 de mayo de 2013). “La ciudad empresa. Espacios, ciudadanos y derechos bajo la lógica del mercado”. *La revista del CCC* [en línea]. Septiembre / Diciembre 2013, n° 19. Ediciones del CCC. Buenos Aires.

Recuperado http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/428/, el 28/10/2014.

MÁS DE 50 PROYECTOS CULTURALES EN DESARROLLO. (25 de agosto de 2015). *La Voz del Chaco.* Recuperado de http://www.diariolavozdelchaco.com/notix/noticia/08461_mas-de-50-proyectos-culturales-en-desarrollo.htm, el 25/08/2015.

MATUS, C. (s.f.). "Sesión 5: El actor en situación". En C. MATUS, Teoría del juego social.

MECENAZGO: CONCLUYÓ LA PRIMERA CONVOCATORIA DE PROYECTOS. (7 de julio de 2015). *El Litoral.* Recuperado de http://www.ellitoral.com.ar/369167/Mecenazgo-concluyo-la-primera--convocatoria-de-proyectos, el 25/08/2015.

MINISTÉRIO DA CULTURA DO BRASIL. (2014). Rélatorio 2014 da Lei Rouanet. Recuperado de http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1171222/Relat%C3%B3rio+2014.2015+para+publica%C3%A7%C3%A3o.pdf/74399ba3-efd9-4953-affe-a17d46e31c85, el 13/12/2015.

MINISTÉRIO DA CULTURA DO BRASIL. (4 de abril de 2015). Mudança da Lei Rouanet é discutida no Senado. *Assessoria de Comunicação, Ministério da Cultura do Brasil.* Recuperado de http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/id/1251826, el 06/09/2015.

PERCEVAL, María Cristina (2005). Proyecto de ley sobre régimen de mecenazgo social. *Senado de la Nación.* Recuperado de: http://www.senado.gov.ar/web/proyectos/verExpe.php?origen=S&tipo=PL&numexp=4034/06&nro_comision=&tConsulta=1, el 24 de noviembre de 2015.

PICABEA, María Luján. (29 de noviembre de 2008). La ley de mecenazgo se pone en marcha desde el año 2009. *Clarín.* Recuperado de

http://edant.clarin.com/diario/2008/11/29/sociedad/s-01812478.htm, el 22/10/2015.

PRATS, Llorenç. (Mayo 2005). “Concepto y gestión del patrimonio local”. Publicado en Cuadernos de Antropología Social Nº 21, pp. 17-35. FFyL. UBA

PRIETO CASTILLO, Daniel. (s.f.). Gestión de la comunicación, una práctica en medio de condicionamientos. Recuperado de: http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=50:recomen-16&catid=9&Itemid=108, el 22 de noviembre de 2015.

RAMOS AITKEN, Isabel. (2014). Panorama de la institucionalidad cultural y las políticas culturales en Iberoamérica. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AECID-, 240 p. Madrid.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN CULTURAL. (s/f) Reglamento del Consejo de Promoción Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado de: http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/reglamento_interno_cpc.pdf, el 09/09/2015.

REINOSO, Susana. (29 de mayo de 2009). Aluvión de proyectos para el recién estrenado mecenazgo. *La Nación.* Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/1133610-aluvion-de-proyectos-para-el-recien-estrenado-mecenazgo, el 22/10/2015.

RENOU, Leandro. (10 de octubre de 2015). Cuatro operaciones por $1,3 MILLONES, bajo la lupa. *Infonews.* Recuperado de http://www.infonews.com/nota/255018, el 24/10/2015.

RUSSO BURGIERMAN, Denis. (2011). Collor, Bethânia e a Lei Rouanet. *Blog Sustentável é pouco*. Recuperado de https://sustentavelepouco.wordpress.com/category/cultura/, el 25/08/2015.

SANTILLI, Diego. (2 diciembre de 2008). La ley de mecenazgo: una deuda con la cultura. *Agencia de noticias Punto Cero*. Recuperado de:

http://puntocerohaciaelfuturo.blogspot.com.ar/2008/12/la-ley-de-mecenazgo-una-deuda-con-la.html, el 26/08/2015.

SE PRESENTÓ LA LEY DE MECENAZGO. (Diciembre de 2008). *Página web de la Fundación Proa.* Recuperado de http://proa.org/esp/events/2008/12/se-presento-la-ley-de-mecenazgo/, el 22/10/2015.

SIRVÉN, Pablo (26 de agosto de 2015) Hernán Lombardi: "Cultura nunca puede ser propaganda". *La Nación*. Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/1822490-hernan-lombardi-cultura-nunca-puede-ser-propaganda, el 27/08/2015.

UNESCO. (4 de noviembre de 1966). Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional.

UNESCO. (1970). Informe final. Conferencia intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales. Venecia, 24 de agosto – 2 de septiembre de 1970.

UNESCO. (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, 26 de julio - 6 de agosto de 1982. México.

UNESCO (1998) Informe final. Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo, 30 de marzo al 2 de abril de 1998. Estocolmo, Suecia.

UNESCO. (2 de noviembre de 2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural.

UNESCO (s.f.). Las políticas culturales. Oficina de Información Pública. Recuperado de: http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi47_culturalpolicies_es.pdf, el 22 de noviembre de 2015.

URANGA, Washington. (2011). Sin comunicación no hay políticas públicas democráticas. Recuperado de:

http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_sin_comu.pdf, el 22 de noviembre de 2015.

URANGA, Washington. (s.f.). Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Material de cátedra. Recuperado de: http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=29:propios-14&catid=8:textos-propios&Itemid=107, el 22 de noviembre de 2015.

URDAPILLETA, Inés. (16 de octubre de 2008). El financiamiento de la cultura y el papel de los organismos culturales municipales, provinciales y nacionales. Amelia Mesa (coordinadora). II Congreso Argentino de Cultura. Secretaría de Cultura de la Nación Argentina. San Miguel de Tucumán. Recuperado de http://v2012.cultura.gob.ar/archivos/noticias_docs/ines_urdapilleta.pdf, el 26/08/2015.

VILAS, Carlos M. (2011). Introducción y capítulo III. En C. M. VILAS, Después del neoliberalismo: estados y procesos políticos en América Latina. Buenos Aires: Ediciones de la UNLa.