

CONSEJO ARGENTINO PARA LAS RELACIONES INTERNACIONALES
COMITÉ DE PROMOCIÓN DE LA CULTURA ARGENTINA

“Encuentro sobre Mecenazgo. Experiencias y contribuciones de Brasil y Chile”
13 de agosto de 2004

Palabras de apertura a cargo de Teresa Aguirre Lanari de Bulgheroni

El propósito de esta convocatoria es por un lado conocer de los propios protagonistas la experiencia recogida en sus respectivos países como fruto de la aplicación de las leyes de incentivo fiscales. Por otro, analizar los elementos principales que deben formar parte de una ley de incentivos en nuestro país, y que volcados en un documento final será presentado en la sesión académica de esta tarde para que sea un aporte útil a los legisladores y funcionarios involucrados en la formulación de estos respectivos proyectos. Por eso invito a los participantes locales y extranjeros a enriquecer técnicamente el temario propuesto, con el fin de lograr el mayor consenso posible alrededor de este tema tan fundamental para el desarrollo de la cultura nacional.

Expositores

Mario Gilardoni, Periodista.

Sérgio Luis de Carvalho Xavier, Secretario de Fomento e Incentivo a la Cultura, Brasil.

Cecilia García Huidobro, Vicepresidenta Ejecutiva de la Corporación del Patrimonio Cultural, Chile.

Moderador: José Ignacio Garrido.

Palabras de Mario Gilardoni

Quisiera explicar cuál es la mecánica de esta reunión y el objetivo para sintetizarlo después en un documento final. Se ha dividido en dos partes: una parte operativa en los aspectos técnicos legislativos, pues descontamos que no es necesario reiterar las necesidades de la vigencia de una ley de este tipo en nuestro país. En esa mecánica hemos tratado, por la pluralidad de proyectos que se han presentado, sintetizar un pequeño temario (que está abierto a cualquier sugerencia o propuesta de los participantes) en cuanto a cuáles son los puntos fundamentales que no deberían faltar en una ley de incentivos fiscales. Vamos a hacer una enunciación de media docena de puntos de modo tal que puedan expresarse las opiniones alrededor de los mismos, e incorporar aquellos puntos que no hayan sido contemplados en este principio de temario. Le hemos pedido a los representantes de Brasil y de Chile que esta mañana hicieran una síntesis desde el punto de vista de la experiencia técnica alrededor de la ley, no tanto los aspectos políticos que la acompañan, los cuales reservamos para esta sesión de la tarde, donde van a tener más tiempo para exponer sus experiencias.

Palabras del Sr. Sérgio Luis de Carvalho Xavier, Secretario de Fomento e Incentivo a la Cultura, Brasil

Síntesis desde el punto de vista de la experiencia técnica.

Buenos días... Yo voy a pedir disculpas por hablar en portugués, pero creo que eso es importante para que nuestras lenguas se aproximen aún más. Yo ya estoy entendiendo muy bien, oyendo español, espero que ustedes también entiendan bien el portugués porque en la aproximación de nuestros países, esta aproximación de la lengua, también es muy importante. Yo quería saludar al CARI, saludarlo por esa iniciativa, saludar a todos ustedes y decir que nosotros estamos en Brasil muy motivados, muy animados en trabajar en sociedad con Argentina, con Chile, con los países del MERCOSUR, porque tenemos una gran diversidad cultural, una diversidad que nos diferencia ante el mundo de ese proceso de globalización y que tiene también aspectos estratégicos importantes en la dimensión económica, en la dimensión de los simbolismos de las identidades nacionales, en fin, y que realmente tiene que ser percibido como algo importante para cada país que nosotros representamos aquí. Por lo tanto en Brasil, el Ministro Gilberto Gil ha trabajado para crear esta percepción de que la cultura es una dimensión estratégica del desarrollo y que debe ser encarada como algo importante en varias dimensiones; en la dimensión de la ciudadanía, de la inclusión social, en la dimensión de los simbolismos que la cultura representa para la identidad nacional y también para la economía. Y ese es un tema que nos remite a las leyes de incentivo.

En este momento Argentina está con la economía siendo retomada y es un buen momento para discutir cómo esa economía puede integrarse a la cultura, cómo las empresas pueden en su proceso de crecimiento y desarrollo incorporarse al desarrollo cultural también del país. Creo que ese es el gran espíritu de las leyes de incentivo, hacer que las empresas perciban la importancia de la ligación entre cultura y economía. La economía generalmente determina los rumbos del desarrollo, los indicadores, los números, las estadísticas financieras, pero en verdad, la cultura es la que da consistencia a ese proceso de desarrollo. Por lo tanto es dentro de este contexto, de esta percepción, a mí me gustaría presentar rápidamente...

(Ver presentación de PowerPoint: "Sistema de Fomento e Incentivo à Cultura. Visão Geral, Evolução e Perspectivas no Brasil", Buenos Aires, 13 de agosto de 2004, publicada en este sitio web, <http://www.cari1.org.ar/ppt/cultura.ppt>).

Para objetivar más la presentación yo elaboré aquí algunos ejemplos que pueden ayudar en la visualización de algunas ideas y de algunos datos importantes en esa experiencia brasileña en relación a la ley de incentivo. Yo voy a hacer una presentación hablando de las líneas generales de las leyes de incentivo en Brasil: la Ley Federal, las Leyes Estatales, las Leyes Municipales, un poco de los resultados que nosotros obtuvimos en los últimos años, algunos problemas que las leyes tienen y las soluciones que estamos buscando en este momento para perfeccionar, superar estos problemas.

Una visión general de las leyes de incentivo en Brasil.

Nosotros tenemos dos Leyes Nacionales: la Ley Rouanet, más conocida por ese nombre por cuanto el Ministro de Cultura de esa época fue quien coordinó la creación de esa ley. Ella es una ley que viene un poco después de la primera ley, conocida como la Ley Sarney. El Presidente Sarney en 1986 creó una ley de incentivo, fue la primera ley de incentivo en Brasil y la Ley Rouanet en 1991 substituyó esa Ley, la Ley Sarney del 86. La Ley Rouanet permite descuentos en el Impuesto de Rentas de empresas hasta el límite de 4% del valor debido y de personas físicas hasta de 6% del valor debido sobre inversiones hechas en proyectos aprobados por el Ministerio de Cultura. Y esas inversiones las empresas pueden descontar en el Impuesto de Rentas 30% ó 100% del valor invertido. Esa es la esencia de la Ley Rouanet. La Ley del Audiovisual permite también descuentos en el Impuesto de Rentas para empresas ó personas físicas que

realicen inversiones en producción cinematográfica adquiriendo cotas de comercialización en el mercado de capitales. Las Leyes Estatales prácticamente permiten descuentos en impuestos de circulación de mercaderías y las Leyes Municipales permiten descuentos sobre los impuestos territorial e urbano. Yo no sé exactamente cuál es el nombre que tiene ese impuesto aquí en la Argentina, pero es el impuesto que se paga por edificios, terrenos en las ciudades, e impuestos sobre servicios. Las pequeñas empresas generalmente utilizan las Leyes Municipales porque todas las pequeñas empresas tienen impuestos municipales y están más próximas a las comunidades y por lo tanto la Ley Municipal es más inclinada para las pequeñas empresas. La Ley Federal está más adecuada a grandes empresas debido a los límites permitidos de descuentos en el Impuesto de Rentas. Una empresa para tener un valor expresivo dentro de esos 4% tiene que pagar una cantidad grande de ese Impuesto de Rentas, nosotros intentamos incluir las pequeñas empresas también en la Ley Federal pero operacionalmente era muy complicado debido a cuestiones de la forma de recaudación de impuestos es diferente en relación a las grandes empresas. Bien, este diseño muestra una visión general de cómo el Brasil trabaja el incentivo, el financiamiento público a la cultura. En verdad, nosotros entendemos que la cultura tiene que tener una parte de financiamiento del Estado, esa parte naranja a la izquierda, y otra parte del Mercado. Esa es la visión que el gobierno brasileño tiene no sólo de hoy pero ya de algún tiempo de que el Mercado y el Estado se complementan en el financiamiento. Por lo tanto la Ley de Incentivo, la Ley Rouanet, ella comprende esas tres columnas centrales. Ella está formada por el Fondo Nacional de Cultura (FNC) que es un mecanismo de financiamiento de proyectos sin fines lucrativos, proyectos de instituciones que no son del Mercado, proyectos que ciertamente el Mercado, las empresas no se interesan, proyectos típicamente de acción del Estado. Sólo que esos proyectos no envuelven marketing cultural que ciertamente las empresas jamás financiarían, es el rescate de la cultura de una comunidad distante, la recuperación de un centro cultural en el interior del país, en fin, proyectos que no tienen una facilidad de captación en el mercado. El Mecenazgo, el incentivo fiscal, esa parte central tiene una parte de recursos públicos y una parte de recursos del Mercado. Está allí en la zona intermediaria. El Estado ofrece descuentos en el Impuesto de Rentas y el Mercado teóricamente debería también complementar los recursos con recursos propios. La Ley ha permitido a varios proyectos el descuento del 100%, eso ha generado una cierta discusión porque 100% de recurso público el Mercado prácticamente no contribuye financieramente. Y el tercer mecanismo son los Fondos de Inversiones que son cotas también de proyectos culturales adquiridas en el mercado financiero a través de la creación de Fondos de Inversión con finalidades lucrativas. Una empresa adquiere cotas de un filme por ejemplo, y si el filme tiene ganancias, aquella empresa tiene ganancias. Por lo tanto es un mecanismo típicamente de Mercado y además de eso nosotros tenemos los patrocinios directos que son también del Mercado, empresas que no utilizan la ley, pero que financian las estatales brasileñas. Da un gran ejemplo en esto la PETROBRAS que invierte más de 30.000 millones de dólares por año directamente sin ley de incentivo, y otras grandes empresas brasileñas también. Por lo tanto es también un mecanismo de financiamiento del Mercado que merece atención, merece trabajar articulando las empresas, los personajes de comunicación, de marketing, en fin, mostrando que la dimensión cultural es un óptimo instrumento para la divulgación de las empresas, de sus productos a través del marketing cultural. Y, allá a la izquierda, nosotros tenemos otras actividades que son del Estado que no necesariamente utilizan la ley de incentivos, que son financiamientos indirectos a través de apoyos en el campo de la capacitación, utilizando equipamientos públicos para abaratar la circulación de espectáculos y otras actividades en este campo de la producción artística y cultural. Por lo tanto es de esta forma que el Brasil trabaja el financiamiento público y nosotros estamos trabajando en el perfeccionamiento permanente de estos varios aspectos del financiamiento. Todo esto está siendo integrado en un sistema de información que es algo esencial, no es posible tener un resultado positivo de una ley, sin tener una estructura adecuada de tecnología de información para integrar los datos, evaluar los resultados, acompañar los procesos, utilizar indicadores que puedan generar críticas para perfeccionamiento de los procesos. Por lo tanto todo el sistema está siendo trabajado en este momento en una gran base de datos, integrando no

sólo las acciones del gobierno federal pero también de los Estados y de los Municipios. Es el Sistema Nacional de Cultura que en este momento nosotros estamos construyendo.

Dentro de esta perspectiva, la Ley de Incentiva, ella necesita de tres bases muy sólidas para funcionar bien. No basta el Congreso aprobar la ley, y ni basta el Estado disponer de los recursos de la renuncia fiscal. Es necesario que estas tres dimensiones, las de los productores y artistas, la del Estado y del Mercado, trabajen en conjunto. La primera, los productores y artistas precisan estar capacitados, articulados para realizar buenos proyectos, precisan entender como funciona la gestión cultural, no basta sólo crear, es preciso hacer que aquella creación, aquel producto cultural llegue al público. La Ley actual en Brasil identifica al productor y al artista como beneficiario, nosotros estamos mudando, en verdad el beneficiario debe ser el público final, debe ser la población, debe ser el ciudadano que contribuye con los impuestos ya que es dinero público. El artista y el productor son eslabones importantes, estratégicos del proceso y deben ser vistos de esa forma o sea, tienen que estar capacitados para hacer buenos proyectos, principalmente los gestores, los productores. Los artistas deben estar creando, pensando, sin estar preocupados con burocracias, pero existen personas calificadas con perfil de articuladores, de productores que ciertamente hacen que aquella creación artística llegue hasta grandes parcelas de la población y esa es en fin, esa es la gran meta de la Ley de Incentivo brasileña en este momento. Es llevar la creación cultural, la producción artística hasta grandes masas, hasta sectores importantes de la sociedad en todos los niveles y traer también de la sociedad nuevas percepciones para que los artistas interactúen permanentemente. El segundo aspecto es el Estado tener soportes adecuados, tecnología, sistemas eficientes, comunicación, orientación, tener una cadena de socios que puedan explicar el funcionamiento de la Ley en cada lugar del país, socios locales que informen cómo elaborar un proyecto, cómo hacer aquel proyecto llegar hasta el final. En fin, ese es otro gran desafío, la Ley es apenas el punto de partida, el documento inicial, pero esa parte física de articulación es extremadamente importante. Y el tercero es el Mercado. Son las empresas estar concientes de que es importante invertir en cultura, de que el marketing cultural agrega valor a la empresa sobre todo discutir el marketing cultural dentro de los límites aceptables de la producción cultural. Existe mucho, mucho prejuicio en el sector cultural en relación a hacer uso de la cultura como marketing pero existe la posibilidad de integrar de manera armónica esos dos aspectos ahí. Primero utilizando el marketing para destacar las riquezas culturales, hacer el marketing utilizado para informar, para divulgar, para difundir las riquezas culturales y el marketing es eficiente para eso, la comunicación es eficiente. Y, el inverso también, utilizar la cultura como un medio de comunicación para divulgar productos de marcas dentro de ciertos niveles que no comprometan la creación cultural, la libertad de expresión y ni transforme la cultura en "out in door" una pieza publicitaria. Esa no es la idea, es hacer un trabajo de equilibrio para que las dos partes ganen con eso. Esa es la gran ingeniería y en el Brasil estamos trabajando mucho con las agencias de publicidad para que ellas entiendan esas limitaciones y trabajen en armonía con el sector cultural.

Para concluir los pasos básicos de la Ley de Incentivo son: Primero, los productores y artistas presentan proyectos al Ministerio en un patrón definido de formularios en un proceso definido para cada segmento cultural. Entonces: Proyecto de Patrimonio Histórico, de Música, de Arte Escénicas, en fin, de cada segmento hay patrón específico para que sea analizado dentro de un proceso estructurado. El segundo paso es un preanálisis de las documentaciones del encuadramiento de la Ley, si el proyecto está adecuado a la Ley, si está correcto. El tercer paso es un parecer técnico. Una Comisión de Peritos analiza el proyecto y emite un parecer aprobando o desaprobandando en relación a aspectos técnicos y de presupuesto. Los valores, nosotros tenemos unas tablas de referencias de precios para saber si los precios, los costos están adecuados a los valores de Mercado. El cuarto punto es la aprobación de ese proyecto por una Comisión Nacional que está compuesta por representantes de segmentos culturales. Hay representantes electos por las instituciones que representan el Teatro, la Música, la Danza, el Patrimonio Histórico, Literatura, etc. Por lo tanto, es una Comisión independiente que refrenda, que aprueba esos proyectos a partir de ese parecer técnico. El quinto paso es la captación, el productor después de la aprobación puede en el Mercado captar

recursos junto a las empresas y el productor emite un recibo a cada inversor e informa al Ministerio de la Cultura que captó aquel recurso. El sexto paso es la realización del evento ó del proyecto cultural que tiene el acompañamiento del MinC (Ministerio de la Cultura) en sus diversas etapas. El séptimo paso es la prestación de cuentas donde nosotros evaluamos los resultados y por fin el inversor que dispuso recursos para el proyecto, descuenta aquella inversión en su declaración del Impuesto de Rentas. En síntesis estos son los pasos. En cada paso de estos, nosotros estamos ahora haciendo una prolijidad, una revisión; reduciendo la burocracia, mejorando la base de datos de información, creando la posibilidad de acompañamiento más riguroso de la captación de los recursos, en este momento estamos definidos con el Banco del Brasil que todas las cuentas queden centralizadas en el único Banco oficial, el Banco del Brasil. Hoy cada productor cuando desarrolla un proyecto abre la cuenta en cualquier Banco para administrar el proyecto, eso dificulta el acompañamiento de la aplicación de los recursos y es muy importante. Por lo tanto, es uno de los puntos que nosotros estamos trabajando ahora, es la concentración en un único Banco, no sólo para garantizar el acompañamiento de la aplicación del recurso a través de extractos "online" de informaciones "online", pero también para evaluar qué Estado recibió más recursos, cuál ciudad no recibió nada, en fin, para que podamos trabajar en la distribución, en la mejor distribución de los recursos. Básicamente son esas las cuestiones que nosotros tenemos. Hay aquí unos datos solamente para ilustración de la evolución de la captación, la Ley ya garantizó la captación de cerca de 800 millones de dólares desde el 96 hasta el 2004. Aquí está la distribución por los Estados en el año pasado por las regiones, la región Sudeste, ese es uno de los puntos que estamos trabajando. La región Sudeste concentra mucho, muchos recursos y otras áreas del Brasil no reciben, no consiguen tener acceso a los recursos. Estamos trabajando para facilitar el acceso en todo el país. En el año pasado fueron 140 millones de dólares, más o menos, que la Ley permitió captar, pero la región Centro-Oeste representa 77%, lo que es una distorsión que estamos tratando de corregir. Aquí está la distribución por segmentos culturales y es bien equilibrado, y el perfeccionamiento del sistema que estamos haciendo en este momento, trabaja en verdad, en varios aspectos. Primero construir un mapa de las demandas, organizar esa base de datos, saber dónde hay mucho dinero y dónde no hay ningún dinero y tratar de equalizar mejor la distribución de recursos, trabajar en importantes estrategias de la cultura, sensibilizar el universo de empresarios. Hoy Brasil tiene 200.000 empresas que pueden utilizar la Ley y apenas 2.000 la utilizan, entonces hay un universo inmenso para nosotros explotar ahí, la persona física también la utiliza muy poco. Nosotros estamos creando sistemas más ágiles en Internet para facilitar la participación de la persona física, estamos trabajando para democratizar el acceso a los productos generados por los recursos de la Ley de Incentivo, mejorando la calidad de los proyectos. Insertando en la economía de la cultura, estamos trabajando indicadores que muestran cuántos empleos fueron generados en esos proyectos, cuántos artistas fueron contratados, cuántos técnicos y analizando las cadenas productivas de la cultura para que esos procesos tengan sustentación.

El Mercado Cultural, es uno de los mercados más democráticos en la creación de empleo porque permite absorción de personas altamente calificadas y personas que no tienen la mínima calificación. La industria del "Samba" por ejemplo, en Río de Janeiro permite que personas extremadamente calificadas, preparadas, participen del proceso y personas que no saben ni leer que también ganan dinero, se sienten felices y trabajan en aquel espectáculo que el mundo conoce. Por lo tanto, la industria cultural para países como Brasil, como la Argentina, como Chile que tienen una gran diversidad una gran riqueza cultural, y que tienen también problemas de desempleo y de baja calificación, es una gran salida económica y tiene que ser analizada de esa forma. Los Gobiernos precisan percibir que esos aspectos son estratégicos. Las cadenas productivas de la cultura no son consideradas en los PIB nacionales. Brasil nunca calculó cuánto genera de cultura en su producto interno bruto, ciertamente Argentina no debe tener esos datos, yo no sé si Chile tiene esos datos, pero nadie calcula eso y es muy grande. Miren, un empleo en la industria automovilística precisa de 30.000 dólares más o menos, para ser creado. Entonces una fábrica de coches para generar un empleo precisa de una inversión de 30.000 dólares. En la cultura, 100 dólares y Ud. puede

generar un pequeño negocio de artesanía ó financiar un artista popular para que él comience un pequeño emprendimiento y pueda tener su sustento. Por lo tanto, es estratégico también del punto de vista del empleo que es algo esencial y prioritario en este nuestro momento. Y por fin, desburocratizar el proceso, mejorar la atención. Entonces son en estos aspectos que nosotros estamos trabajando y estamos a disposición de la Argentina y queremos conocer también más las acciones de Chile, queremos aproximarnos más para que podamos trabajar no sólo leyes nacionales más adecuadas, pero también crear un proceso de intercambio mayor de circulación de espectáculos, de intercambio de acciones culturales, de circulación de los artistas para que nuestras culturas sean más conocidas entre nosotros y que uno se sienta más fuerte porque la cultura da alta estima, eleva el alma, eleva las percepciones y creo que la Argentina, Chile y Brasil, tienen mucho que ofrecer no sólo para nuestros pueblos sino también para el mundo entero. Muchas gracias.

Respuestas dadas por el Sr. Secretario Sérgio Luiz de Carvalho Xavier a preguntas que surgieron:

1)... Río y São Paulo pertenecen a la región SUDESTE.

2)... Esa Comisión tiene 13 Representantes de la sociedad que son elegidos por sus Instituciones Representativas. Ejemplo: nosotros convidamos los segmentos de Teatro, las Asociaciones de Teatro, las Federaciones de Teatro; ellos se reúnen y eligen un Representante y ese Representante compone ese Consejo. Lo mismo para Literatura, Artes Plásticas, Música, entonces hay una composición bien representativa y personas muy calificadas, personas que realmente conocen el Sector. Además de eso, todo proyecto que sigue, que va para análisis de la Comisión, él tiene un parecer técnico también de especialistas. Por lo tanto son dos momentos de análisis, es técnica especializada en relación al proyecto. En ese análisis, es bueno que se destaque, no hay el análisis del mérito del contenido, de la creación, son análisis técnicos en relación a la ley al cumplimiento de la ley, en relación a costos. No se entra en la cuestión de la creación. Son técnicos invitados, algunos son del Ministerio, en otros casos son, son..... nosotros tenemos un Banco de profesionales calificados que nosotros invitamos dependiendo del tipo de proyecto. Es una variedad tan grande, es una gran diversidad y es imposible tener personas contratadas dentro del Ministerio para todas las áreas. Por lo tanto nosotros tenemos convenios con universidades, con otras instituciones y dependiendo de cada demanda, nosotros invitamos aquel "parecerista" (funcionario público incumbido de dar pareceres) renombrado, calificado, exento, independiente del Ministerio para hacer este parecer.

3)... Ah! El tiempo. Claro, claro!.....Yo entendí tipo de artista! El tiempo, generalmente entre dos y tres meses más o menos. Nuestro deseo es que este tiempo sea menor, este gráfico muestra nuestro problema hoy. Esa barra más oscura es el número de proyectos presentados. La barra más clara son los proyectos que son aprobados y que consiguen la captación. Entonces vean que hay un gran número de proyectos aprobados que pasaron por todas las etapas y que no consiguen captar.

4)... Sí. La captación es hecha por el productor, él visita las empresas y busca la captación. Para solucionar ese problema nosotros estamos creando "eptais", es un proceso de competición. Ejemplo: en el Estado de Amazonas que tiene una gran diversidad cultural, tiene una cultura indígena importante y que no tiene acceso a recursos, nosotros estamos definiendo un recurso específico para esas regiones, estamos creando un "eptal" un sistema de competición para proyectos de aquella región en esas áreas que tienen

dificultad de captar recursos y estamos invitando a las empresas para que inviertan recursos en este proceso de selección. Los proyectos seleccionados tienen ya recurso garantizado y entonces no precisan quedarse buscando empresa por empresa cuál es la que va a tener interés, eso va a facilitar esa captación. Pero además de eso, nosotros vamos a garantizar también que segmentos importantes reciban recursos que se distribuyan mejor por el país, los recursos disponibles. Y para que las empresas se interesen en invertir en estos proyectos, nosotros vamos a crear un sello de responsabilidad cultural, las empresas que participaren del proceso de selección vía esos “eptais” van a recibir un sello para que lo utilicen en sus campañas publicitarias, en su imagen, y también van a ser premiadas aquellas que más invirtieren, van a recibir premios. Esa es una forma de atraer a las empresas y garantizar que los recursos de esas empresas puedan ser aplicados en áreas que el Mercado generalmente no se interesa porque están en zonas distantes, en áreas distantes que no tienen visibilidad. Los empresarios quieren invertir en las grandes ciudades, en São Paulo, en Rio de Janeiro, y allí no se necesita ley de Incentivos, en ciertos aspectos, porque el Mercado puede financiar los proyectos independientemente de la Ley. Por lo tanto es de esta forma que nosotros vamos a corregir este problema.

5)... PETROBRAS y todas las empresas de la RUDE, son varias empresas en conjunto que trabajan todas en conjunto. Voy a dar un dato global de las estatales. Las estatales invierten hoy en Brasil cerca de 200 millones de dólares anualmente. De estos 200 millones de dólares, apenas 45 millones son por la Ley de Incentivo, el restante son inversiones directas.

6)... Porque nosotros entendemos que primero está la cuestión de ganancias. Algunas estatales no dan ganancias. En Brasil algunas estatales no son lucrativas, no dan ganancias, por lo tanto ellas no pueden utilizar la Ley de Incentivo porque no pagan el Impuesto de Rentas. Entonces tienen que hacer inversión directa. Y otras son muy lucrativas como la PETROBRAS, entonces ella utiliza la Ley de Incentivo pero también invierte directamente. Por lo tanto, las empresas están contribuyendo bastante con este proceso de financiamiento. Por eso creo que además de la Ley de Incentiva, es muy importante articular las empresas porque muchas de ellas también hasta prefieren invertir directamente porque piensan que es burocrático lo de la Ley, en fin, que hay cuestiones internas y es importante también alertar para esta posibilidad.

7)... Sí, sí estamos viendo e inclusive revaluando el 100%. Sólo que cuando la Ley fue creada, siempre que estas leyes son creadas, existe una inercia para que el Mercado comience a utilizar esa Ley. Nosotros entendemos que en algunos lugares del Brasil el 100% ya puede ser reducido, en otros no; porque el empresariado, ejemplo del Amazonas, los empresarios todavía no utilizan la Ley, no conocen mucho la Ley, no entendieron la importancia de la Ley. Por lo tanto en algunos lugares del Brasil es importante mantener el 100%. En otros lugares, en las grandes ciudades, en las grandes capitales, nosotros vamos a reducir. Y la gran mudanza en el porcentaje es que en vez del 30% ó 100% como es hoy, nosotros vamos a tener una escala gradual de 30 a 100 pudiendo variar dependiendo del local, del segmento cultural y esos valores van a ser definidos año a año.

Palabras de la Sra. Cecilia García Huidobro, Vicepresidenta Ejecutiva de la Corporación del Patrimonio Cultural, Chile

Yo creo que si nos unimos en los temas de mecenazgo vamos a lograr mucho más a nivel latinoamericano que cada uno dando su pelea en su país. Nosotros podemos hacer todo con las herramientas y mecanismos que queramos pero si no hay una voluntad profunda de entender que nuestras herencias

culturales tienen que estar en todo el entramado social es muy difícil que logremos pasar estas leyes. Los hechos que les voy a contar son cómo logramos la ley de mecenazgo y cómo la perdimos.

A fines de los años 80, en pleno gobierno militar, se entendió que el estado no podía llegar a ciertos temas y que nunca los iba a poder financiar. Se consideró prioritario el tema de las universidades, entendiendo docencia, investigación y extensión cultural. La cultura en esa época ni siquiera entró en debate. Se aprobó entonces una ley de universidades, incentivos tributarios para empresas que dieran para estos proyectos, sin comité calificador, simplemente las universidades mandaban su papel al Ministerio de Educación y se le descontaba automáticamente al donante su donación. En los años 90 surgieron circunstancias que yo considero providenciales, porque de repente son los ángeles de la guarda los que permiten este tipo de leyes. Ejercía la presidencia del Senado Don Gabriel Valdés, padre del ex embajador de Chile en Argentina, que es un hombre de una cultura y estatura moral impresionantes, una familia dedicada al teatro, a la música, a los grandes valores estéticos, y él, como presidente del Senado, al entrar en discusión una gran reforma tributaria, metió la ley de la cultura. Al ir en esta cosa gigante pasó más o menos desapercibida, logró consenso, y este texto llegó ya consensuado al parlamento, y en 24 hs. salió la aprobación de la famosa ley Valdés que incluso lleva su nombre. Esta ley operó durante 10 años estupendamente bien, permitió el florecimiento de la cultura de una manera impresionante, es decir surgió una nueva figura en Chile que se llama el gestor cultural. Nunca antes se había hablado del gestor cultural como una carrera, una profesión. Nosotros formamos incluso 2 años atrás la Asociación Gremial de Gestores Culturales para tratar de fomentar al máximo su profesionalización.

Posteriormente se hizo una modificación, que en mi opinión no fue muy feliz, en la cual se pusieron como beneficiarios museos y bibliotecas, y esto fue lo peor, el consejo de monumentos nacionales, que es un órgano normativo que tiene que dar permiso pero no puede, en mi opinión, ejecutar proyectos, eso produjo bastantes problemas.

Desde el año 1991 en que se operó la ley, se aprobaron ciertos proyectos por un monto de 300 millones de pesos. Ya en el año 92 se habían aprobado 6000 millones de pesos, lo cual demuestra que esta unión público privado fue espectacular porque todos nuestros políticos hablan de lo importante que es la cultura, la unión público privada, pero eso más que palabras tiene que demostrarse en hechos. Si el estado se hace parte de la cultura tiene que hacerlo con un gesto elocuente que es la aprobación de beneficios tributarios. El año pasado por problemas políticos de transparencia y corrupción que hubo en nuestro país, se decidió pasar por el parlamento una ley de transparencia en los partidos políticos, es decir cómo se financian los partidos políticos. En 24 horas abrimos el diario y nos encontramos con la sorpresa del cambio y la modificación de la ley de donaciones culturales. ¿En qué consistió? 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”.

¿Por qué se produjo esto del buen uso de la ley de proyectos culturales? La ley de donaciones culturales tuvo una diferencia respecto de la ley de los beneficios de las universidades: se creó un comité. La ley cultural tiene un comité calificador, compuesto por un representante del Poder Ejecutivo, otro del Poder Legislativo, un representante de las universidades y uno de los empresarios, es decir, todos los proyectos pasan a ser calificados por este comité, que tiene un plazo máximo de 60 días para pronunciarse si se aprueba o no. Eso entonces impidió cualquier irregularidad. En cambio las universidades hicieron grandes irregularidades, que iban desde hacer por ejemplo estudios para una industria específica en una universidad que le servía solamente a esta industria, que no era público (este estudio) y después salían a

la venta, hasta la venta de terrenos por el donante a una universidad a un valor mucho más alto que el valor del mercado. Esto existió, es real, porque no existía este comité sancionador, que yo lo considero fundamental en una ley de mecenazgo.

Desgraciadamente, como todo esto se convierte en cosas ideológicas, entonces ese fue el argumento para justificar lo injustificable, porque nosotros empezamos a decir "Perdón ¿qué pasó con la ley?", y ellos decían "Es que las irregularidades..." las irregularidades fueron de las universidades, no de la cultura. Pero esto ya cristalizó y quedamos como que todos hicimos irregularidades. Después pasó también el famoso término ideológico que todo esto servía a la ley de donaciones culturales para que los ricos hicieran espectáculos y cócteles para lucir a sus empresas, porque realmente era muy difícil de justificar. Lo peor de todo fue que la ley de donaciones culturales tenía un tope del 2% de la renta líquida imponible que hacían tanto personas naturales como empresas. Era un tope del 2% al crédito y el otro 2% a gasto. Es decir que al final la empresa podía descontar casi un 60% de su donación. Este tope se bajó a 4.5 (habían 4 leyes más, la de universitaria, educación básica y media, deportes y cultura. En total era 8% crédito y 8% gasto.) Todas estas leyes se juntaron y se puso un tope máximo de 4.5%, peor aún, se agregó el aspecto social, porque hubo una gran presión de organismos que se dedican al tema de la salud, de los hogares de menores, hospitales pobres, etc. Un tope del 4.5 para todas las leyes y la cultura ahora compitiendo con un hogar de menores. Si a mí un empresario me dice que me va a dar plata para una exposición artística y se la va a quitar a un hogar de menores yo soy la primera en decir que por ningún motivo. En Estados Unidos, que yo creo es el ejemplo máximo de mecenazgo que hay en el mundo, solamente un 12% es cultura. Bastante parecido es en Chile, nunca vamos a conseguir más y no deberíamos tampoco conseguir más, la cultura no es el aspecto prioritario en la tarea del país, hay cosas mucho más urgentes, pero siempre tiene que haber ese porcentaje. El problema es que la cultura no puede entrar a pelear ahora con el equipo de fútbol de una zona rural, un hospital, una universidad, los colegios fiscales, municipales, etc. Entonces, la situación es terrible. En esta cosa grande, los partidos políticos se metieron en el medio, la sociedad civil no participó en nada, nunca se hizo una consulta de parte de los parlamentarios. Apareció en el diario, está promulgada, está en vigencia y estamos peleando hace un año pero no hemos logrado absolutamente nada. Yo felicito realmente a Brasil que sí ha hecho estudios que son muy interesantes para la presión social, a nosotros nos faltó eso, porque dábamos como *taked for granted*, o sea la ley existía e iba a existir siempre. Nunca pensamos que teníamos el peligro de perderla, y por lo tanto no tenemos ni estudios de economía de la cultura ni cómo se ha incentivado, el estado no lo ha hecho, pero nosotros los privados debimos haberlo hecho para presionar.

Los *know how* con respecto a los manejos que se hacen de modificación de las legislaciones por debajo de la mesa no son patrimonio solamente de la Argentina. Para centrarnos en la temática técnica que tiene que ver con los proyectos de incentivos fiscales, la Argentina en este momento es un bebé no nato en la ley de incentivos, ni siquiera hemos podido en 10 años dar el primer paso no sólo para lograr la experiencia de Brasil de 20 años, sino para dejar de envidiar esa articulación que Uds. han ido logrando pero lo han ido logrando caminando, cometiendo errores, tropezando para llegar al punto en que están ahora y que todavía siguen intentando modificar. Por ese motivo hemos sintetizado 7 puntos, dado la pluralidad de proyectos que existen en este momento tanto en el Parlamento nacional como en el gobierno de la ciudad, etc. Cuáles son aquellos elementos fundamentales que no deberían faltar nunca en una ley de incentivos fiscales, que muchas veces están implicados de tal forma que la ausencia de uno de ellos destruye el contenido total de la ley, cosa que ya tuvimos la experiencia de la frustración de la ley de mecenazgo aprobada hace un par de años, y que justamente cometió esos errores y que fue vetado a pedido de la gente de la cultura por el Poder Ejecutivo.

Uno de los aspectos que creemos que es muy importante y que están contemplando algunos de los proyectos que hemos analizado es intentar de una vez por todas separar los dos conceptos tal cual lo hace en gran parte la ley brasilera: el concepto de las donaciones con respecto a los patrocinios. Hemos llegado

a esa conclusión ya que varios de los proyectos solicitan que el tema donaciones sea nuevamente incorporado a la ley 20628, que es la que ya reglamenta donaciones. Esto por un lado facilitaría la confección de una ley de incentivos, el hecho de que la capacidad de donar en acciones culturales este contemplado en la propia ley de donaciones que ya regula exactamente esa función, y como en el caso de Chile esta facultad estuvo incorporada durante muchos años y a raíz de una modificación legislativa se sustituyó a la cultura y se incorporó la financiación de partidos políticos. Vemos que hay ciertas similitudes en algunos casos.

En segundo lugar, consideramos muy importante (que notamos que en algunos proyectos no está contemplado) el hecho de que el Poder Ejecutivo tenga la facultad de establecer cuál es la resignación fiscal anual que está dispuesta a hacer a favor de la cultura. ¿Por qué? Porque de no existir esa facultad cuando se vota el presupuesto, corremos el peligro que esto sea imposible que atravesase las comisiones de hacienda, dado que podría significar un verdadero descalabro de los recursos fiscales.

El tercer lugar, y acá cada uno de los proyectos maneja montos o porcentajes de incentivo diferentes, unos más generosos, otros más conservadores, yo creo que esas cifras en muchos casos van a ser expresiones de deseo, porque va a tener que atravesar todo un trámite parlamentario de negociaciones políticas, de negociaciones con hacienda, y en última instancia yo creo que por más que las propuestas sean por un monto determinado van a terminar siendo acotadas por esa negociación. Por lo tanto hablar del 80%, del 60%, decir que sea el 90% o el 70, eso correspondería más que nada intervenir en el momento en que estos proyectos sean analizados en el Parlamento, y tratar ahí sí de maximizar los beneficios a favor de la cultura. Definido de esa manera desde el patrocinio con un nivel donde se diferencia el particular del empresario con un mayor beneficio hacia el particular, de modo tal de incentivar no solo la participación de aquellas empresas comerciales, sino abrir la posibilidad a que lo puedan hacer otro tipo de personas jurídicas o personas.

Un tercer punto que nosotros consideramos fundamental y que a veces pasa desapercibido en la evaluación de estos proyectos es la posibilidad de que el patrocinante o la empresa que desea invertir en materia de cultura, tenga una opción. Es decir, ¿cuáles son las fuentes de financiaciones actuales no teniendo una ley vigente? La única posibilidad que tiene una empresa de hacer una acción cultural, apoyar una exposición, un museo, un libro, etc., es aplicar eso como un gasto operativo de la empresa, lo cual le trae un "beneficio económico" del orden del 33% que sería el mismo nivel de incentivo que puede ser el comprar un auto para el funcionamiento de la empresa, etc. Ese es el mecanismo actual, es el que existe, es el que las empresas argentinas están acostumbradas a utilizar y que de no estar contemplado eso, y estar vigente una ley de incentivos fiscales, como no está expresamente establecido en la forma de la declaratoria de impuestos de las empresas, se puede llegar a cuestionar ese gasto particular que hacen las empresas diciendo "ahora que existe una ley todo debe ser aplicado por una ley e impedir que haya una cantidad muy importante de recursos que no se volcaran porque serían tal vez cuestionados por la AFIP".

Hay otro punto que tiene algunas divergencias en cuanto a quién debe ser la autoridad de aplicación de esta ley. En general se ha subdividido en dos: por un lado el Fondo Nacional de las Artes y por el otro la Secretaría de Cultura de la Nación. También supongo que estos son dos organismos que dependen del Poder Ejecutivo, van a ser fruto de una discusión política de ver cuál es lo que nos interesa, que ese organismo aplique bien la ley con sus características particulares. El caso del Fondo, una mayor experiencia en la administración de recursos de origen impositivo o de fondos y, una institución como la Secretaría de Cultura con una estructura en contacto con todo el país que puede facilitar algunas cosas. Esto es un tema de debate.

Por otra parte, otro punto importante es el mecanismo de desgravación o el mecanismo en el cual se van a manejar los proyectos, que es bastante parecido al modelo de Brasil, donde un organismo como es un consejo de mecenazgo o consejo de incentivos fiscales, con una participación mixta entre el Estado y representantes de instituciones privadas, esa interacción sea: los que analicen los proyectos, establezcan

los registros de beneficiarios de modo tal de satisfacer una preocupación fiscal en cuanto a que aquellos que puedan optar por estos beneficios, en general asociaciones o fundaciones sin fines de lucro y con expresa voluntad de actuar en materia cultural, tengan capacidad de ser fiscalizadas por su mecánica y sus registros contables. Ese consejo que en última instancia controlaría toda esta gestión aprobando el proyecto y su posterior rendición de cuentas, en ese proceso se propone utilizar un mecanismo directo sin intermediación del estado, es decir, este consejo cuando evalúa un proyecto emite una especie de certificado que le sirve a los organizadores de los proyectos, sean operadores culturales, sean fundaciones, salir a la búsqueda de los recursos, es decir, una vez aprobado el proyecto, el certificado permite ofrecer al sector empresario o patrocinante, cediéndole el monto que corresponda dentro del monto total del proyecto para una posterior desgravación fiscal. Es importante este mecanismo, porque experiencias anteriores señalaban como que el patrocinante debía entregar los recursos al propio estado, que lo depositaba en una cuenta de renta generales. En cambio, la propuesta sería que la acción fuera entre las partes interesadas, por supuesto con la fiscalización del Estado, pero que las acciones fueran directas, de modo tal que se emita cuando está cumplido el proyecto una refrendación de ese certificado y que ese certificado pueda ser aplicado directamente al pago de ganancias. Hay otros proyecto que estipulan que puedan ser aplicados como una deducción previo al pago de ganancias. Por supuesto que todo esto debe estar amparado por el poder fiscalizador de la AFIP para solicitar informes en caso de dudas etc., al consejo de incentivos fiscales, que debe brindar toda la documentación que avala cada uno de los proyectos. Esto, lo único que ha pretendido sintetizar: elementos que no deberían faltar en un proyecto de ley, porque la ausencia de la opción de gastos de operación, por ejemplo, frente a la ley puede significar la destrucción de una parte de nuestra actual financiación de la cultura, o que de pronto la utilización de los recursos por parte del estado quede determinado a que después un funcionario diga “esa plata que puso un particular para tal objetivo, en este momento no tenemos recursos, debe esperar, etc.”.

Creímos sintetizar en esto aspectos prácticos que deben estar contemplados en la legislación, de modo tal que incluso exista una cierta armonía sobre todo pensando en que esto, que es uno de los aspectos que debe propiciar la ley sea replicado en las provincias y municipalidades en una forma de compatibilidad, que exista un cierto patrón operativo que haga que esas cosas sean compatibles en el futuro.

Preguntas

Da la sensación que tenemos el temor que cualquier proyecto de ley que termine siendo aprobado desincentive la inversión en cultura, en lugar de incentivarla, como consecuencia que hoy en día, una empresa deduce el 100% de los gastos que están vinculados a la actividad de la empresa en la medida en que sea considerado patrocinio. Si una empresa sponsorea una muestra de arte, ese gasto que realizó en el sponsorship de la muestra es deducido del 100%. Si tenemos un proyecto de ley de mecenazgo, da la sensación que la empresa a través de esta ley va a deducir menos de lo que hoy en día está haciendo.

Los nuevos proyectos, tanto el que tiene el Ejecutivo que promueve la Secretaría de Cultura, como el que tiene el Senado establecen un nuevo principio. Primero, no afectar nada de lo existente y construir desde allí un incentivo que permita atraer más inversores. Para eso se estableció, por lo pronto en el proyecto del Senado está vigente, el siguiente principio: la empresa, y se pone tanto el inversor como una persona física o jurídica, puede optar entre descontar total o parcialmente. Estas dos características permiten adicionar al actual sistema vigente, además de los que usted descuenta hasta el 35% en su balance fiscal tiene esto otro que le está arrimando la nueva ley como un verdadero estímulo. Este principio, que parece fundamental para asegurar un interés en los inversores, tiene la siguiente diferencia, que es muy importante y de la cual tenemos que crear un estado de opinión favorable: produce una modificación absoluta del régimen de incentivos fiscales en la legislación tributaria argentina. Este es el principal valor no burocrático de este proyecto, porque los montos que se emiten como certificados, ya sea el 60% o el 80% del gasto, cancelan impuestos. Esto es revolucionario.

Aquí lo que tenemos que establecer es la seguridad de la administración fiscal, de que esto es tan poco burocrático como un patrocinante a través de un beneficiario recibe un certificado cuyo monto va a poder adicionar a su declaración jurada de impuestos. Tiene un límite porque sino sería una locura. En el proyecto del senado tiene el límite del 3%, que es inferior al del 5% de la ganancia neta del ejercicio para el tema de las donaciones. Pero di Uds. sacan la cuenta, la totalidad hasta el 3% es mucho más que el 33% de todo. Mientras en uno cancelo como impuesto, en el otro voy a deducción en la base.

Ejemplo numérico

Sobre un gasto en acción cultural de \$5000, como gasto deducís aproximadamente \$1750. Si lo haces como donación, utilizando la ley de donaciones, deducís prácticamente lo mismo. Si utilizas el modelo de la Secretaría de Cultura, con esto deducís \$3000, la persona física. La persona jurídica deduce \$2000. Si utilizas el proyecto del Senado, esas cifras se transforman, para la persona física \$4000 sobre \$5000, mientras que en el patrocinio de la persona jurídica deduce \$3000, es decir el doble prácticamente. Es una competencia para las acciones como gasto la existencia de la ley. Lo que pasa es que muchas empresas no quieren someterse a todo el proceso de pedir el permiso, elaborar el proyecto, prefieren hacer la acción directa y lo mandan como gasto, pero cuando empiecen a darse cuenta del beneficio fiscal que pueden obtener si se adhieren a una cosa organizada como es la elaboración de un proyecto, no hay duda que los administradores van a decir que sí.

Lo que nosotros necesitamos es empezar a andar, tener un proyecto que no resigne, no vayamos a pedir una limosna en cuanto a los recursos que se asignen. Pero sí tener un punto de partida porque sino corremos el riesgo que esto sufra todo el trámite legislativo, que es largo, pesado, para que después nos encontremos nuevamente con un veto proveniente del Ministro de Economía. Entonces, encontremos los puntos de acercamiento entre las posiciones lógicas, siempre los enemigos de este tipo de legislaciones han sido aquellos que recaudan. Lo que se pretende con esto es establecer algo que les de una tranquilidad.

Pregunta referida al primer punto

Esclarecimiento entre los dos conceptos: donación y patrocinio. Creo que hay experiencia en ambas leyes (Brasil y Chile) por descuidar esta diferenciación. Quisiera saber con qué conceptos nos estamos manejando aquí. Difícilmente pueda asumir que una persona física pueda ser un patrocinador. El patrocinio es una herramienta de comunicación que otorga beneficios de algunas contrapartidas a la empresa. ¿Tiene sentido pensar en términos de patrocinantes como personas físicas?

Uno de los inconvenientes que tuvo el proyecto del Estado fue que incluía la definición de categorías jurídicas que ya estaban definidas por otras normas.

La donación tiene un régimen general que ya está previsto en la ley del impuesto a las ganancias. Queremos restituir eso. Esto es una estrategia, significa saber cuáles son aquellos puntos que van a obtener más fácilmente una aprobación. En este sentido las donaciones tienen como ventaja frente a los patrocinios que ya existieron, y que es fácil decirle a la autoridad fiscal cuáles son las razones y oportunidades de mérito que hacen que la cultura esté excluida del régimen de beneficios establecidos para otras actividades. Con relación específicamente a los beneficios que obtiene quien se va a dirigir al régimen, el patrocinio tiene mejores beneficios fiscales. Es el 60-80% de lo que se invierte en el proyecto hasta el 3% de la ganancia neta del ejercicio, pero eso como moneda cancelatoria de impuestos. Aquellas inversiones tanto en efectivo como en servicios que se afecten a un proyecto aprobado tendrán un resultado fiscal mejor que cualquier otro tipo de inversión, entre ellas las donaciones. Las donaciones normalmente están vinculadas dentro del tema de *fund raising* que está íntimamente vinculado a los pequeños donantes, aquellas instituciones que requieren sus contribuciones patrimoniales por pequeñas

cantidades y a un universo más amplio. Tenemos infinidad de instituciones que se adhieren a ese sistema. Nadie va a presentar un proyecto para una asociación de este tipo a fin de legitimar sus donaciones. ¿Por qué juntar lo que no necesariamente tiene que estar junto?

¿Qué es lo nuevo de todo esto? La ley de incentivos fiscales o mecenazgo. Lo que tenemos que asegurar es que quien quiere invertir allí, ya sea en efectivo o en servicios o donación en especies, tenga un estímulo mayor que ir a su empresa, no pasar por ningún lado y afectarlo como un gasto. Hasta ahora el descuento en publicidad admitido es un criterio de la administración fiscal. Esto quiere decir que es tan frágil como la voluntad del director de impositiva que esté en el momento. El valor de este nuevo proyecto es convertir un criterio en un principio legal.

Palabras del Sr. Sérgio Luis de Carvalho Xavier, Secretario de Fomento e Incentivo a la Cultura, Brasil (Segunda Parte)

Buenas noches... Es lo único que sé decir en español, entonces pido disculpas por hablar en portugués pero yo ya percibí que estamos entendiéndonos muy bien. Hoy por la mañana tuvimos una óptima discusión, una discusión muy rica, nosotros llevamos también mucha experiencia de este nuestro encuentro aquí. Brasil trajo un poco de informaciones de experiencias de ideas pero con seguridad captamos muchas informaciones positivas de Chile, de la propia Argentina y eso demuestra que es muy importante mantener este intercambio de información, ese intercambio de ideas y no sólo es darle prolijidad a las Leyes Nacionales pero crear sistemas que hagan circular la riqueza cultural de América del Sur, de los países que están tan próximos como Argentina, Chile y otros países. Yo traigo de Brasil un mensaje del Ministro Gilberto Gil de fortalecer esos lazos, de cada día más Argentina, Brasil, Chile y los países del Mercosur estar más próximo. En el único aspecto que no estaremos de acuerdo es en el football, en el football continuaremos disputando con mucha energía e hinchando por la Argentina que está allá en la Copa, allá en las olimpiadas ya que el Brasil no pudo estar representado.

Yo quería destacar que el Brasil entiende que la Ley de Incentivo debe ser percibida como un instrumento estratégico en el desarrollo del país. Nosotros sabemos que la Cultura diferencia a los países, les da identidad, les garantiza una cualidad diferenciada en ese proceso de globalización. Un país sin cultura prácticamente no es nada. Imaginen a los Estados Unidos sin la industria del audiovisual, sin la industria del entretenimiento. Imaginen si los Estados Unidos tendrían una presencia tan fuerte en el mundo si no circularsen tantos filmes, tantas obras audiovisuales. La industria cinematográfica americana representa el segundo, el segundo volumen de recursos en el PIB americano. Son más de 400 mil millones de dólares, entonces no sólo representa presencia política, hegemonía cultural, más representa también un gran instrumento de creación de empleo, renta, divisas para el país. Por lo tanto la Cultura tiene que ser percibida como algo estratégico algo importante para el país, algo que no es un simple adorno, una simple decoración; la Cultura tiene que estar en el centro de los procesos del desarrollo, en el centro del planeamiento estratégico del país. Imaginen Italia sin la Cultura, Francia sin la Cultura, Argentina, Brasil, Chile, nadie se queda imaginando qué serían esos países si nosotros borrásemos la referencia Cultural. Por lo tanto, es un contrasentido, una contradicción muy grande que haya una percepción que la Cultura es esencial, pero en la hora de definir los presupuestos, la Cultura pasa a ser el menor presupuesto, pasa a tener el menor recurso. Eso debe ser repetido, debe ser trabajado para que no sólo la sociedad, pero también los gobernantes, perciban la importancia estratégica de la Cultura. Digo esto porque en este momento el Presidente Lula, el Ministro Gilberto Gil están trabajando con estos nuevos conceptos, Brasil se está despertando para la Cultura y yo hablaba con Mario hace poco tiempo que creo que es muy importante que la Argentina también haga un gran movimiento, un movimiento amplio con grandes artistas, productores, empresarios; en el sentido de destacar la importancia estratégica de la Cultura. En este

mundo de globalización y de una gran hegemonía americana, nosotros precisamos trabajar en sintonía con mucha unión, con mucha sociedad, para crear algún equilibrio. No que no sea importante recibir productos culturales americanos y de otros países. Nosotros defendemos una apertura total en el flujo de producciones artísticas, en el flujo de bienes culturales de conocimiento, en fin. Es importante para la humanidad que haya ese flujo pero es importante que haya un equilibrio, que haya oportunidad de recibir, de expresar, de mandar de divulgar por el mundo nuestra expresión cultural. En este sentido nosotros trabajamos la Ley de Incentivo en Brasil, entendiendo que nosotros tenemos que traer las empresas, los grandes inversores para este universo cultural, nosotros entendemos que el Estado y el Mercado se complementan, hay papeles complementares en el financiamiento público. Algunos proyectos culturales tienen un perfil ligado a una inversión que debe ser del Estado ya que no hay sostén comercial, no hay posibilidad del Mercado sustentar esos proyectos. Yo me refiero por ejemplo a culturas populares, a culturas de comunidades indígenas, a culturas afro descendientes, a culturas que están en el margen del proceso económico, y al Estado que tiene el deber de financiar, de preservar, de recuperar, de registrar esas culturas, y en Brasil nosotros tenemos centenas de comunidades esparcidas por el Amazonas, esparcidas por el Nordeste del Brasil como la riqueza que no sólo el país precisa conocer, sino el mundo también precisa conocer. Por lo tanto en la Ley de Incentivo brasileña, existe un mecanismo llamado Fondo Nacional de Cultura que tiene ese papel, papel de financiar proyectos que no tienen sostén comercial, que el Mercado no atiende, que no suministra. El segundo mecanismo es el mecanismo intermediario entre el Mercado y el Estado que es exactamente el incentivo, donde el Estado dispone una parcela de recursos del Impuesto de Rentas, que pueden ser descontados por las empresas que invierten en Cultura y las empresas complementan con recursos propios un porcentaje. En el inicio de un proceso de Ley de Incentivo es necesario crear una cultura de la inversión en cultural, por lo tanto en Brasil en algunos sectores aún no es posible utilizar recursos de las empresas y recursos públicos en el financiamiento, entonces en algunos casos el Gobierno permite el 100% del descuento del valor invertido. Pero eso dentro de un proceso educativo didáctico para que los empresarios con el tiempo perciban la importancia de invertir en cultura.

El Gobierno en este momento está haciendo cambios para que la Ley pueda tener porcentajes variables y cada año nosotros podamos definir un porcentaje más alto o más bajo dependiendo de la preforma de aquel segmento, de aquella región y con eso nosotros vamos a ajustar ese porcentaje de descuento. Pero en síntesis la idea sería que parte del recurso sea del empresario y parte sea del Gobierno. Y el tercer mecanismo de la Ley son los Fondos de Inversión que ahí es el mecanismo típicamente de Mercado son los Fondo de Inversión donde los inversores aplican recursos en proyectos culturales, y si hubiere ganancias, los inversores tienen un retorno financiero. Estos son los tres mecanismos de la Ley y nosotros entendemos que cualquier Ley de Incentivo tiene que cubrir ese espectro, tiene que atender ese espectro que va del papel del Estado al papel del Mercado. Si la Ley tuviere apenas un aspecto del Mercado ciertamente va a faltar una acción más efectiva del Estado. Si la Ley se fija apenas el papel del Estado también va a haber una falta del compromiso de participación del Mercado. Por lo tanto una Ley de Incentivo efectivamente en nuestra percepción, en la experiencia de Brasil debe tener esa posibilidad de incorporar los mecanismos de financiamiento Estatal y de Mercado. Pero para que la Ley funcione, no basta un proyecto enviado al Congreso, no basta un texto con una serie de normas y reglas enviadas al Congreso. Es necesario que haya tres bases estructuradas para que la Ley funcione bien. La primera base es el Estado, es el Gobierno estar apto, organizado, estructurado con sistemas de información, con equipos calificados, con personas que puedan orientar la estructuración de proyectos, con técnicos que puedan evaluar la calidad de los proyectos, con recursos disponibles para la exención fiscal. Por lo tanto el Estado precisa estar preparado para la demanda que debe surgir. La segunda base son los artistas y productores que precisan entender cómo funciona la Ley, precisan tener la facilidad de elaborar proyectos, precisan tener alguna preparación en la gestión de los proyectos, en la administración de proyectos. Por lo tanto es importante capacitar productores, e informar a los artistas sobre el funcionamiento para que

buenos proyectos sean hechos. El tercero, la tercera base son los empresarios, son los inversores. Es necesario sensibilizar las empresas, mostrar que invertir en Cultura agrega valor a la marca y a los productos de las empresas, y las empresas construyen una imagen positiva ante la sociedad, lo que valoriza su marca. Además de eso permite que los empresarios también se comprometan con el desarrollo de su país con el desarrollo de su propio mercado. Por lo tanto son acciones que tienen que ser trabajadas paralelamente para que ese sistema funcione bien.

Otro aspecto son las Leyes Estatales, las Leyes Municipales, las Leyes de las Provincias en el caso de la Argentina. Es importante que se creen también Leyes locales utilizando impuestos locales para que la pequeña empresa, el pequeño inversor pueda utilizar ya que la exención fiscal en el Impuesto de Rentas, sólo permite que grandes empresas patrocinen. Empresas que tienen ganancia mayor en el caso de Brasil es permitido apenas el descuento de 4% del valor debido, del impuesto debido. Por lo tanto sólo una empresa con gran facturación tiene condición para invertir un recurso mayor. Por lo tanto, las Leyes Estatales y las Leyes Municipales, complementarían los recursos en el ámbito de las comunidades locales y pequeñas empresas podrían participar. Brasil tuvo una experiencia positiva pero también tuvo varios problemas. Uno de los problemas es la concentración, hoy sólo las grandes ciudades consiguen tener acceso a los grandes recursos. Estamos buscando formas de crear un proceso de distribución de recursos para que haya un mayor equilibrio, mayor democracia en el acceso a los recursos. Eso va a ser hecho a partir de un sistema de competición donde el Ministerio invita a empresas para invertir en un seguimiento o en una región que no tiene facilidades para acceder a recursos y los productores de aquella región presentan proyectos y los proyectos seleccionados tienen el financiamiento garantizado y seguridad eleva la calidad ya que hay competición entre los productores locales.

Otro aspecto también importante es la falta de información integrada. En Brasil existen Leyes Municipales, Estatales, la Ley Federal, pero no hay una comunicación y nosotros no sabemos cuánto cada área aplicó, cuánto cada Intendencia Municipal aplicó, y eso genera muchas veces una mala distribución de los recursos. Estamos construyendo un sistema de información para tener el mapa de la inversión nacional en Cultura y podemos distribuir mejor los recursos para que no haya una concentración excesiva. Por fin, nosotros trabajamos hoy con un nuevo concepto en relación al beneficiario de las Leyes de Incentivo. En Brasil, el beneficiario en la Ley que fue creada en 1991, era el artista o el productor. En este momento nosotros estamos mudando ese concepto y entendiendo que el beneficiario debe ser el público final, debe ser la población. El artista y el productor son eslabones entre el recurso público y la población. Como en el sistema de salud las políticas se vuelven hacia el ciudadano y no hacia los médicos. En el sistema de educación las políticas se vuelven hacia los estudiantes, para la población y no hacia los profesores. Por lo tanto, los profesores, los médicos, los artistas son importantes en estos procesos pero son eslabones de una cadena productiva y deben buscar desarrollar proyectos que hagan llegar los bienes culturales hasta las personas de forma democrática. Por lo tanto, ese cambio que parece simple pero hay una gran diferencia entre entender que el artista es el beneficiario y entender que el público es el beneficiario. Y por fin, nosotros estamos trabajando también en la creación de un sistema nacional de cultural en Brasil integrando las acciones, las estructuras, los recursos de las Intendencias Municipales, los Estados del Gobierno Federal, para que haya una optimización de los resultados, para que los resultados sean mejores, para que las informaciones también puedan ser mapeadas en forma conjunta. En este sistema nacional de cultural nosotros vamos a tener, por ejemplo, la posibilidad de saber cuántos empleos fueron generados con la aplicación de recursos en la Cultura, cuántos artistas fueron contratados, cuál público fue beneficiado en cada proyecto, en cada pieza teatral, cuál los perfiles de ese público. Con eso nosotros vamos a tener informaciones para ajustar las políticas, para mejorar, para perfeccionar las políticas culturales. Por lo tanto, es importante ese aspecto porque la Cultura es una de las áreas más democráticas del punto de vista de creación de empleos. Es un área donde cada inversión ciertamente incorpora personas altamente calificadas y personas sin ninguna calificación. Por lo tanto, para países que están con

problemas de desempleo, todos nosotros estamos viviendo eso, Brasil, Argentina, Chile, es un problema mundial.

La Cultura responde de forma muy rápida y positiva, por lo tanto es más un dato que los Gobiernos precisan considerar. La posibilidad de generar empleos rápidos con poco recurso y que eleva la alta estima del país que fortalece la identidad nacional, que crea atractivos para el turismo, que genera una serie de posibilidades y abre sobre todo mentes, corazones que es lo que el ser humano mucho necesita hoy. El Arte, la Cultura en Brasil por ejemplo, hoy es uno de los pocos instrumentos que nosotros tenemos para salvar adolescentes del tráfico por ejemplo en Río de Janeiro. Solamente los proyectos de música, de teatro y de danza consiguen rescatar niños y adolescentes de los "morros" que hoy tienen un problema muy serio, ustedes conocen muy bien, y generar artistas nuevos, generar nuevos valores, generar alta estima. Por lo tanto, Cultura es ciudadanía, es inclusión social, es economía, es empleo, es renta, es desarrollo pleno de una Nación. Por todo eso yo saludo al CARI por este evento y expreso nuestro deseo de contribuir, de aproximarnos aún más en este proceso no sólo de la Argentina sino también de Chile y espero que este evento de hoy sea apenas un paso a más en el proceso permanente de integración, de unión, de intercambio de ideas y Culturas porque, como yo hablé hoy de mañana, no sólo nuestros pueblos precisan y merecen eso, sino el mundo todo necesita conocer nuestra riqueza Cultural y nosotros podemos exportar mucha alegría, mucha paz, mucha esperanza a través del arte de la Cultura de nuestros países. Muchas gracias.

Acta del Encuentro del CARI sobre incentivos fiscales para el desarrollo de la cultura

En la ciudad de Buenos Aires, República Argentina, a los trece días del mes de agosto de 2004, en la sede del Consejo Argentino de Relaciones Internacionales (CARI), con la Presidencia de la señora Teresa Aguirre Lanari de Bulgheroni, en su carácter de Directora del Comité de Promoción de la Cultura Argentina de la institución anfitriona y celebrado el “Encuentro sobre Mecenazgo. Experiencias y contribuciones de Brasil y Chile”, con la asistencia del señor Secretario de Fomento e Incentivo a la Cultura de la República Federativa de Brasil, Sergio Luis de Carvalho Xavier, de la señora Vicepresidenta Ejecutiva de la Corporación del Patrimonio de la República de Chile, Cecilia García Huidobro y la participación de técnicos de instituciones nacionales y privadas, legisladores, artistas y empresarios argentinos. Escuchadas las exposiciones sobre las experiencias recogidas en Brasil y Chile en la aplicación de las leyes de incentivos fiscales para la promoción de la cultura y analizados los aspectos fundamentales que debería, en igual sentido, contener una iniciativa legislativa en la República Argentina, los concurrentes arriban a las siguientes conclusiones:

1º) Que, la experiencia recogida ha demostrado que el incremento de la participación privada en el financiamiento de proyectos culturales tiene directa incidencia con la sanción de normas que establezcan de modo armónico los estímulos convenientes.

2º) Que, en función de lo expuesto, resulta de toda conveniencia instar a los gobiernos para que adopten las iniciativas que correspondan de acuerdo con su orden jurídico a fin de sancionar leyes que permitan la realización de tales objetivos.

3º) Que, para su mejor concreción, en la consideración de tales instrumentos deberán tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

a) Distinguir entre Donaciones y Patrocinios.

b) Restituir las donaciones con fines culturales al tratamiento previsto en la ley 20.628.

c) Recomendar para los Patrocinios un tratamiento sencillo y no burocrático en la determinación y ejecución del incentivo fiscal, que incluya a personas físicas y jurídicas, mediante un procedimiento que impute el beneficio al pago del impuesto.

d) Mantener la opción del patrocinante de deducir su contribución como gasto de operación o afectarla al procedimiento legal que establece el régimen de promoción.

e) Establecer la autoridad de aplicación, que a través de un Consejo de integración mixta, pública y privada, regule la recepción, análisis, resolución y control en la ejecución de los proyectos.

f) Armonizar el proyecto de ley con las exigencias presupuestarias, recomendando la inclusión de una norma que establezca el monto máximo global del beneficio.

4º) con moción especial de los representantes de Brasil y Chile, se solicita se adopten las medidas necesarias a fin de dar continuidad a la iniciativa del CARI, mediante el intercambio de información y de técnicos y, eventualmente, con la participación de otras instituciones públicas y privadas de los países de la región.

Con la aprobación unánime de los puntos precedentes, se labra la presente acta, que firman de conformidad y con lo que se da por finalizado el Encuentro.