

LIBRO IV
**EL ELEMENTO
FUNCIONAL DE LOS MUSEOS**

INTRODUCCIÓN

LAS ACTIVIDADES DE LOS MUSEOS

Lluís PEÑUELAS I REIXACH *

SUMARIO: 1. LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL MUSEO: ADQUIRIR, CONSERVAR, DOCUMENTAR, INVESTIGAR, DIFUNDIR Y EXPONER LA COLECCIÓN PERMANENTE. 1.1. La organización de las visitas del público. 1.2. El fundamento y límites de la potestad del museo de organizar la visita. 1.3. La relación entre los distintos principios o valores: la seguridad y conservación han de primar sobre el acceso. 1.4. Normas de ética sobre el acceso. 2. LAS CONDICIONES GENERALES DE ACCESO Y VISITA DEL MUSEO. 2.1. Normas legales y contractuales que regulan la visita. 2.2. Publicación de las condiciones generales de acceso y visita. 2.3. Cuestiones reguladas por las condiciones generales de acceso y visita. 2.4. Los horarios. 2.5. Las entradas y la promoción del museo. 2.6. El precio de las entradas. 2.7. La posibilidad de establecer distintos precios de entradas. 2.8. El derecho de admisión y de expulsión de los visitantes. 2.9. La protección de los datos de carácter confidencial del visitante. 2.10. La responsabilidad del museo por accidentes y daños a los objetos personales. 3. LAS ACTIVIDADES ACCESORIAS O COMPLEMENTARIAS DE LOS MUSEOS. 3.1. Las actividades accesorias o complementarias. 3.2. Normas éticas y actividades accesorias. 3.3. Normas jurídicas y actividades accesorias. 4. LA ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES TEMPORALES. 4.1. ¿Actividad principal o accesorio? 4.2. Normas éticas y exposiciones temporales. 4.3. Normas jurídicas y exposiciones temporales. 4.4. Seguros y exposiciones temporales. 5. ACTIVIDADES COMERCIALES. 5.1. Normas éticas y jurídicas sobre actividades comerciales. 6. CESIÓN DE ESPACIOS, ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y VISITAS ESPECIALES. 6.1. Cesión o alquiler de espacios y permisos de eventos organizados en los museos. 6.2. Normas jurídicas y alquiler o cesión de espacios. 7. LA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, MORAL E INDUSTRIAL. 7.1. Régimen jurídico. 7.2. Normas éticas y propiedad intelectual y moral. 7.3. El merchandising. 8. LA VALORACIÓN O TASA DE BIENES CULTURALES. 8.1. Normas éticas y jurídicas sobre valoración de bienes culturales. 8.2. Museos y valoraciones de bienes. 9. LA ACREDITACIÓN O AUTENTIFICACIÓN DE BIENES CULTURALES. 9.1. Normas éticas y autentificaciones. 9.2. Normas jurídicas y autentificaciones. 10. LA BÚSQUEDA DE APORTACIONES Y GASTOS DE LOS PARTICULARES A FAVOR DE LOS MUSEOS. 10.1. Aportaciones y gastos de los particulares a favor de los museos, incentivados fiscalmente: el mecenazgo. 10.3. Las aportaciones desinteresadas a los museos. 10.4. Los convenios de colaboración empresarial. 10.5. Los gastos en actividades de interés general. 10.6. ¿Qué museos reúnen los requisitos para recibir aportaciones o donaciones que generen beneficios fiscales a los donantes?. 10.7. Las cuotas de los miembros de las asociaciones de amigos de los museos pueden o no estar incentivadas. 10.8. Los voluntarios de los museos no reciben incentivos fiscales en España. 10.9. Si se condiciona una donación, se pierden los incentivos fiscales. 10.10. Otros gastos e inversiones incentivadas fiscalmente por el Estado central de interés para los museos. 10.11. Otros gastos e inversiones y aportaciones incentivadas fiscalmente por las CCAA de interés para los museos. 11. TRIBUTOS QUE GRAVAN LAS ACTIVIDADES Y PATRIMONIO DE

* Secretario General de la Fundació Gala-Salvador Dalí. Profesor titular de Universidad de Derecho Financiero y Tributario.

LOS MUSEOS. 11.1. Los tributos que gravan los museos. 11.2. El Impuesto de Sociedades y los museos. 11.3. ¿Qué prestaciones de servicios de los museos se encuentran gravadas por el IVA?. 12. MUSEOS, ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO Y EL RÉGIMEN JURÍDICO TRIBUTARIO Y DEL MECE NAZGO DE LA LEY 49/2002. 12.1. Ideas previas. A. Entidades que pueden acogerse a este régimen. B. Es un régimen tributario mucho más favorable que el general y que afecta a cinco impuestos y al mecenazgo. C. Es un régimen voluntario. D. Es un régimen permanente. E. Es un régimen que se pierde de forma automática si se incumplen los requisitos. 12.2. Requisitos de la ley 49/2002. A. Requisito principal. B. Requisitos que concretan el requisito principal. C. Requisitos de información. D. Análisis de estos requisitos. 12.3. Perseguir fines de interés general. A. Significado. Museos abiertos al público en general. 12.4. El destino de rentas e ingresos. A. Significado. B. Se cumple este requisito tanto si se destinan las rentas a gastos como a inversiones. 12.5. Que no realicen explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria. A. Significado. B. El arrendamiento de espacios del museo no se tiene en cuenta. 12.6. Que no exista trato de favor. A. Significado. B. Excepciones a la regla general. 12.7. Gratuitad de los miembros del órgano de gobierno. A. Significado. B. No pueden cobrar, pero pueden ser reembolsados por los gastos que asuman y que el desempeño de su función les ocasione. C. Pueden percibir retribuciones por otros servicios y prestaciones laborales, siempre que se cumplan ciertas condiciones.

1. LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL MUSEO: ADQUIRIR, CONSERVAR, DOCUMENTAR, INVESTIGAR, DIFUNDIR Y EXPONER LA COLECCIÓN PERMANENTE

1.1. La organización de las visitas del público

Los museos son instituciones que adquieren, conservan, documentan, investigan, difunden y exponen al público bienes culturales con fines de estudio, educación y recreo.

Éste es un postulado pacífico. En contraposición, nosotros afirmábamos en el apartado 2 de la introducción al Libro I otro que puede encontrar detractores: lo que hace a los museos instituciones únicas y diferenciadas del resto de entidades culturales y educativas es específicamente el acceso directo, presencial y permanente que permiten entre los ciudadanos y los bienes culturalmente relevantes de su colección.

Dado este segundo postulado, central en nuestro discurso, consideramos las actividades necesarias para organizar y permitir la visita a la colección permanente, es decir: para dar acceso directo y presencial del público a los bienes culturales, como las principales que realizan los museos.

Estas actividades incluyen la organización de la visita del público o la actividad de dar acceso al público al interior del museo, donde se expone de forma permanente la colección del museo.

También, aquellas sin las que no sería posible abrir al público el museo en las condiciones que obligatoriamente exige la legislación sobre museos:

- La adquisición, el estudio, la documentación, la investigación y la catalogación de los bienes culturales; y
- La custodia, conservación y restauración de los bienes de la colección permanente.

Y por último, las actividades destinadas a que dicha visita o acceso sea más enriquecedor, placentero o especial para los ciudadanos:

- Los servicios de audio guías, de descargas de archivos digitales, de visitas guiadas, de visitas docentes, de visitas fuera del horario del museo, de visitas con permiso para filmar o fotografiar, de visitas con permiso para copiar obras, de visitas con permisos para realizar eventos sociales y culturales en el interior del museo, etc.

1.2. El fundamento y límites de la potestad del museo de organizar la visita

El fundamento constitucional del poder o potestad del titular del museo de organizar la visita a las dependencias del museo ha sido analizado en el apartado 2 del capítulo XII por Marc CARRILLO. Se trata del principio de libertad de empresa, propio de cualquier empresario español (art. 38 de la Constitución)¹.

Pero la Constitución no sólo ofrece el fundamento para que los museos puedan organizar sus servicios. También establece valores y principios programáticos que deberán seguir y respetar en el ejercicio de esta potestad y que actúan como principios que han de inspirar y orientar las normas que elaboran y aplican, y de todas sus actividades en general.

Estos principios constitucionales son muchos, pues como cualquier entidad o institución, el museo, o mejor dicho, sus titulares, están sometidos a todos los valores constitucionales. Pero entre ellos, hay algunos que inciden de forma muy especial y relevante en la vida y actividades de los museos. Son los relacionados con la cultura y el patrimonio cultural. Y entre los mismos, los principales son:

- Garantizar la conservación del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España (art. 46 de la Constitución).
- Promover el enriquecimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España (art. 46 de la Constitución).
- Promover y tutelar el acceso a la cultura de todos los ciudadanos (art. 9 de la Constitución).

Estos principios han sido analizados en el apartado 3 de la introducción al Libro I; en el capítulo I; en el apartado 2.3 del capítulo XII; y en el apartado 2 del capítulo XI.

¹ Este principio o valor constitucional otorga a los empresarios la capacidad de organizar sus procesos de producción y distribución de bienes y servicios. Tiene su fundamento en el art. 1255 del CC (las personas pueden acordar lo que quieran, siempre que respeten la moral y las leyes), y en último término en el principio de libertad de empresa reconocido en el art. 38 de la Constitución y en el derecho de propiedad privada reconocido en el art. 33 de la Constitución.

La Constitución establece también verdaderos límites a la potestad del museo de organizar las visitas, de dar acceso al museo: los derechos fundamentales de los ciudadanos, recogidos en sección I del Capítulo II del Título I de la Constitución.

Los más importantes a efectos de los museos son:

- Derecho a la igualdad (art. 14 de la Constitución)
- Derecho a la intimidad (art. 18 de la Constitución)
- Derecho a la propia imagen (art. 18 de la Constitución)
- Derecho a la propia seguridad (art. 17 de la Constitución)

Han sido objeto de estudio en los apartados 2, 3 y 4 del Capítulo XII; en el apartado 2 del capítulo XI y en el capítulo XIV.

1.3. La relación entre los distintos principios o valores: la seguridad y conservación han de primar sobre el acceso

Las leyes que regulan el acceso de los ciudadanos a los locales públicos² y la seguridad de los trabajadores impiden, y nadie discute esta proposición, que se pueda dar acceso al museo, como a cualquier otro establecimiento abierto al público, si no existe seguridad para la vida y salud de dichas personas.

Menos pacífico es cómo debe conjugarse, por un lado, la obligación del titular del museo de conservar y proteger el patrimonio cultural del museo para el público actual y para las futuras generaciones, y por el otro, la obligación que también tiene de dar acceso a los ciudadanos al mismo.

Estos dos objetivos frecuentemente están en tensión debido a la tendencia actual a utilizar el patrimonio cultural y los museos como medios para atraer al máximo número posible de turistas. En teoría todos estarían de acuerdo en que no es posible dar acceso si una acción pone en peligro claramente la conservación del patrimonio, pero el problema se encuentra en cómo se equilibran estos dos objetivos cuando una determinada actividad u organización de la misma no atenta de forma clara y extrema a la custodia y conservación del patrimonio.

Son muchas las entidades públicas y privadas que presionan a los museos para abrirlos el máximo número posible de horas, el máximo posible de días y para que dejen entrar al máximo posible de visitantes, y en cambio son muy pocas las que los presionan para proteger convenientemente su patrimonio cultural y para que lo conserven para la actual generación y las futuras.

Desde el punto de vista jurídico constitucional, en los apartados 2 y 3 de la introducción al Libro I nosotros entendíamos que «la finalidad y

² Mencionadas algunas de ellas en el siguiente apartado.

actividad de conservar la colección, que es propia de muchas otras entidades, pasa a tener prioridad frente a la finalidad y actividad que constituye la esencia y sentido de los museos: dar acceso físico del público a los bienes culturales que conforman su colección, dado que el museo debe, sí, velar por los intereses de la generación actual de ciudadanos, pero también de las futuras».

1.4. Normas de ética sobre el acceso

Las normas profesionales establecidas por el ICOM no contradicen ni chocan con los valores y mandatos constitucionales españoles.

Sin embargo, el Código de Deontología del ICOM³ y en general todos los códigos éticos de otras asociaciones de museos no establecen claras jerarquías al respecto⁴. Ciertamente se pueden llegar de una forma bastante razonable a defender que para el ICOM el deber de «proteger» y el de «conservar» el patrimonio deben prevalecer, en caso de conflicto,

³ Así, en el primer apartado del código del ICOM, al señalar las obligaciones de los museos siempre se indica en primer lugar la de «proteger» el patrimonio cultural y natural, para colocar, seguidamente, la obligación de «promover» dicho patrimonio:

«Los museos garantizan la protección, documentación y promoción del patrimonio natural y cultural de la humanidad.

Principio.

Los museos son responsables del patrimonio natural y cultural, material e inmaterial. La primera obligación de los órganos rectores y de todos los interesados por la orientación estratégica y la supervisión de los museos es proteger y promover ese patrimonio, así como los recursos humanos, físicos y financieros disponibles a tal efecto». (Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf). En contraposición, dicho código posteriormente se refiere al acceso antes de hacerlo a la seguridad de los trabajadores, los visitantes y las colecciones. Así, en su art. 1.4 declara que los órganos rectores deben velar porque todos tengan acceso al museo. En los tres artículos que siguen al mismo, se deja claro que dichos órganos deben también velar por la seguridad física de los visitantes, de los trabajadores y de las colecciones, véanse art. 1.5, 1.6 y 1.7, para pasar a exigir lo propio respecto a la conservación de la colección en las secciones siguientes (véanse arts. 2, 3, y 3.2 en *ibid.*).

⁴ Estas apreciaciones también se constatan en el Código de Ética de la American Association of Museums, que declara: «Los museos realizan su contribución al público, coleccionando, preservando e interpretando las cosas de este mundo» (*Código de Ética para museos*, American Association of Museums, Washington, 1994, p. 3). «La autoridad directiva del museo se asegura de que (...) las colecciones y programas de los museos, además de sus recursos físicos, humanos y financieros, estén protegidos, mantenidos y desarrollados en apoyo a la misión del museo» (*ibid.*, p. 6). Como se puede apreciar, las obligaciones de «preservar» y «proteger» siempre parecen anteceder a la de «interpretar» o de desarrollar programas de actividades. El Código de Ética que más pone en evidencia que existe un conflicto entre los valores «proteger» y «conservar» con los de «dar acceso» y «divulgar» es el la Asociación británica de museos (véase http://www.museumsassociation.org/asset_arena/text/cs/code_of_ethics.pdf). En dicho código, que, por cierto, coloca el deber de salvaguardar la colección en una sección, la sexta, posterior a la de dar acceso, la tercera, declara que deben equilibrarse estos valores (véase art. 3.12, donde se aconseja que cuando existan restricciones al acceso, se hagan públicas las razones que las justifican). Esta asociación desarrolla más este tema en un documento específico sobre el mismo: «Access», en http://www.museumsassociation.org/asset_arena/text/ss/Access.pdf

sobre los de «divulgarlo» o «dar acceso» directo al mismo. Pero creemos que esta proposición debería constar de forma explícita en éste y en todos los códigos. Estas normas sí aconsejan a los gestores de los museos hacer públicos los motivos por los que restringen el acceso del público a los bienes culturales que administran.

2. LAS CONDICIONES GENERALES DE ACCESO Y VISITA DEL MUSEO

2.1. Normas legales y contractuales que regulan la visita

Las leyes y reglamentos que regulan la visita a los museos españoles establecen derechos y deberes de los ciudadanos que acuden a los museos. Las hemos referenciado y analizado en el apartado 2.3 del capítulo VI, de Luis LAFUENTE BATANERO; en los apartados 2, 3 y 5 del capítulo XII, de Marc CARRILLO; en el apartado 3 del capítulo XIII, de Santiago ESPIAU ESPIAU; en el capítulo XIV, de Jaume CABECERANS CABECERANS y en el apartado 5 de la introducción al Libro I.

Sin embargo, no son las leyes y reglamentos la única fuente de la que surgen los derechos y deberes de los visitantes. Existe otra casi más relevante a efectos del número de derechos y de deberes que establece: es el contrato que nace de la concurrencia de la voluntad del titular del museo de ofrecer unos servicios y la del visitante de aceptarlos con la compra del ticket de entrada y el uso de la misma.

Dicho contrato se puede calificar de adhesión, ya que es el titular del museo el que configura unilateralmente las prestaciones que ofrece y los derechos y obligaciones del visitante, y a éste se le da sólo la opción de aceptarlos o no en bloque. Como indica Santi ESPIAU en el apartado 3.2 del capítulo 13: «El museo establece los derechos y las obligaciones que derivan de dicha relación y el adquirente de la entrada se limita a prestar su adhesión a un contenido predispuesto en cuya elaboración no ha podido intervenir y que mucho menos puede modificar, de manera que se le impone sin que tenga más alternativa que aceptarlo o rechazarlo». Es decir, puede decidir si entra o no, pero no las condiciones en las que entra.

Evidentemente, el museo no tiene absoluta libertad para configurar este contrato de adhesión y, por tanto, los derechos y obligaciones que tendrán aquellos ciudadanos que acepten comprar la entrada y hacer uso de su derecho de entrar en el museo derivado de dicho documento o título.

Tal como pone de manifiesto Marc CARRILLO en el apartado 2 del capítulo XII, y también Santi ESPIAU en el apartado 3 de su capítulo, la autonomía de la voluntad propia de todo contratante y el principio de libertad de empresa permite al museo configurar los derechos y deberes de dichas personas en su visita al museo, pero siempre dentro del margen o

ámbito delimitado por la normativa jurídica aprobada por los Parlamentos o las Administraciones y siempre respetando los valores, derechos y principios constitucionales anteriormente señalados que condicionan a los museos.

2.2. Publicación de las condiciones generales de acceso y visita

Para dar seguridad jurídica, garantizar la validez y eficacia de las condiciones y mejorar el servicio a los visitantes es conveniente que el museo tenga y publique unas normas generales escritas sobre el acceso y la visita al museo.

Estas normas deberían estar a disposición del público en la entrada del museo y publicadas en su web. Las más relevantes se pueden hacer constar en el ticket de entrada o en los planos que se entregan a los visitantes con la entrada. Todo ello sin perjuicio de que las normas del museo que versen específicamente sobre el derecho de admisión deban, éstas sí, estar por mandato legal colocadas en la entrada del museo, según disponen muchas de las leyes y reglamentos que regulan este derecho⁵.

2.3. Cuestiones reguladas por las condiciones generales de acceso y visita

En dicho documento escrito deberían figurar las normas que regulan prácticamente todos los aspectos del acceso de los visitantes y de su visita al museo, deriven éstas a su vez de las normas legales y reglamentarias que se ocupan de estas cuestiones, o de las condiciones establecidas por el museo con base en su autonomía de voluntad y libertad de empresa y que los visitantes aceptan, como parte de un contrato de adhesión, al entrar en el museo.

⁵ Por ejemplo, en Cataluña, las condiciones de acceso se disciplinan por el Decreto del Departamento de Gobernación de la Generalidad de Cataluña 200/1999, de 27 de julio, que regula el derecho de admisión a cualquier establecimiento público donde se realicen espectáculos o actividades recreativas, y que desarrolla en este sentido la Ley de la Generalidad de Cataluña 10/1990, de 15 de junio, sobre policía de espectáculos, actividades recreativas y establecimientos públicos. Este Decreto establece: «7.1. Es obligatorio hacer públicas las condiciones de acceso a los establecimientos públicos donde se realizan espectáculos y actividades recreativas, de acuerdo con los requisitos siguientes:

a) En sus accesos, visible desde el exterior, y en su caso en las taquillas de venta de localidades, debe tenerse fijado un rótulo con una inscripción en la que se hagan constar expresamente las condiciones objetivas a las que se supedita la entrada a los establecimientos.

b) Este rótulo tendrá un formato mínimo de 30 cm de anchura por 20 cm de altura y las letras de la inscripción serán de caja alta, de 36 puntos.

7.2. Las condiciones del derecho de admisión deben ser conocidas de forma previa, por lo que la fijación de rótulos en el interior del establecimiento, o una vez éste se encuentra abierto al público, sólo puede servir de recordatorio del rótulo que obligatoriamente debe tenerse fijado de la forma que se establece en el apartado anterior de este artículo».

Así, estas normas deberían regular:

- Los tickets de entrada o entradas (validez temporal, qué ocurre si se pierden o no se utilizan, precios, posibilidad de modificar los precios en cualquier momento, supuestos de devolución del precio, obligación de conservarlo durante toda la visita y deber de exhibirlo si se requiere, validez de la entrada para visitar el museo en diversas ocasiones, validez para salir y volver a entrar en el mismo día, etc.).
- Horarios (de entrada, de taquilla, de precios de entradas, etc.).
- Derecho de acceso: restricciones a la entrada de personas (prohibición de entrar descalzo, prohibición de entrar con vestimenta o calzado húmedo, prohibición de llevar el torso desnudo, prohibición de la entrada de menores no acompañados, prohibición de la entrada de menores⁶, prohibición de la entrada de animales —incluyendo o no los perros guías para ciegos—, obligación de las personas que utilizan sillas de ruedas de contactar con el museo para poder arreglar su acceso al museo, etc.).
- Derecho de acceso: restricciones a la entrada en el museo de determinados objetos y deber de depositarlos en la consigna (mochilas, bolsos, trípodes, carritos de niños, paraguas, líquidos, globos, pelotas, sombreros de ciertas dimensiones, objetos punzantes, armas u objetos similares, material inflamable, prohibición de entrada de ciertas sillas de ruedas —por ejemplo, de grandes dimensiones...).
- Comportamiento que se exige al público (cumplir con la normativa general, seguir las instrucciones del personal del museo, seguir un determinado recorrido, cambiar de salas en un determinado tiempo, etc. También incluiría, en caso excepcional y por razones de seguridad, el deber del visitante de enseñar el contenido de los bolsos, dando lugar a que se retenga el bolso o a la expulsión del visitante en caso de que no se quiera hacer).
- Comportamiento que no se admite del público (tocar los objetos expuestos, acercarse a ellos, comer y beber fuera de las zonas permitidas, fotografiar, fotografiar utilizando flash, filmar, realizar vídeos, uso del móvil, uso de aparatos que produzcan sonido, gritar, fumar⁷, uso de patines, venta de productos, actividades comerciales, comportamiento violento, comportamiento propio de personas intoxicadas por el alcohol o las drogas, comporta-

⁶ Tal como efectúa uno de los mejores museos del mundo, The Frick Collection de Nueva York, por las razones que justifica en <http://www.frick.org/assets/PDFs/collection/ChildPolicy1.pdf> y que se basan en la conservación de las piezas expuestas de una determinada manera.

⁷ La ley del tabaco (Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco), prohíbe, art. 7, j, fumar en todo el recinto del museo. En la práctica, algunos museos no controlan la aplicación de esta norma en los patios o jardines del museo.

miento que altere el normal funcionamiento de los servicios del museo...).

- Restricciones a las visitas guiadas y a las de grupos (prohibición total, prohibición si las guías no son del museo o si no han recibido el permiso explícito del museo, prohibición de guías que no reúnan una cierta titulación, prohibición de la utilización de aparatos amplificadores, prohibición de visitas guiadas si éstas no se realizan con sistema de auriculares, deber de entrar en un cierto horario, deber de los guías de velar por el comportamiento del grupo, deber del guía de identificarse y firmar un documento sobre su responsabilidad...)
- Expulsión y no admisión de visitantes que hayan violado las condiciones de acceso y funcionamiento.
- Cláusulas de no responsabilidad y accidentes (el museo no se hace responsable de no tener expuestas todas las obras o ciertas obras de su colección, de tener cerradas algunas de sus salas o espacios, de trabajos de mantenimiento que afecten a la visita, cuantía con la que se indemnizarán los accidentes personales y los daños a objetos personales, servicios que se prestarán en caso de accidentes...).
- Objetos perdidos o dejados en consigna (prueba de propiedad, tiempo que se guardará, destino de los bienes si no se reclaman...).
- Sugerencias y quejas (procedimientos que seguirá el museo de forma independiente y separada a los propios de la Administración pública, personas de contacto para atender las quejas, formas de hacer llegar sugerencias y opiniones sobre el museo y su funcionamiento...).
- Política de protección de datos personales del público.
- Normativa aplicable y jurisdicción competente para resolver conflictos de intereses.

Dejando de lado estas cuestiones, el museo puede aprovechar las condiciones generales de funcionamiento para incluir en ellas la normativa de algunos de los servicios que presta a los visitantes:

- audioguías,
- visitas guiadas,
- visitas docentes,
- permisos de filmación y de fotografía,
- permisos para realizar copias en el museo,
- acceso de investigadores al museo,
- visitas especiales,
- alquiler de espacios, etc.

Pasamos a desarrollar alguno de los anteriores puntos, concretamente: los horarios, las entradas, los precios, el derecho de admisión y expulsión, la protección de datos personales y la responsabilidad del museo por accidentes y daños a los objetos personales.

2.4. Los horarios

La política de horarios del museo es una de las cuestiones capitales de la buena gestión de un museo. Son muchos los aspectos del horario que pueden afectar al público y con ello a que el museo cumpla o no su misión.

El condicionamiento de las normas jurídicas a la política de horarios de los museos es muy poco relevante, como lo prueba que el Teatro-Museo Dalí en el año 1992 pudiera iniciar una experiencia que se ha mantenido hasta la actualidad y que después ha sido seguida por muchos otros museos españoles y extranjeros: abrir sus dependencias durante las noches de verano. Concretamente de 20,00 a 01,00 de la madrugada, todos los días de la semana.

Las normas que regulan los museos en España no son muy trascendentes en el momento de fijar los horarios concretos de un museo. En primer lugar, debido a que muchas de las leyes sobre museos no son de obligatorio cumplimiento para los mismos⁸. En segundo lugar, porque incluso en el supuesto de que una determinada ley de museos fuese de obligatorio cumplimiento para dicho museo, en razón de lo que ella dispone o de que el museo haya decidido cumplirla para obtener unos determinados beneficios, descubriremos que casi no se ocupa de este tema. Sólo suelen exigir que el museo cuente con un horario mínimo, estable⁹ y publicitado. Así, por ejemplo, Ley 7/2006 de 1 de diciembre de 2006 de Museos de Euskadi, exige a los museos que regula:

c) Informar al público y al departamento competente en materia de cultura del Gobierno Vasco del horario de apertura del centro y de sus variaciones. En todo caso, el horario y los precios de entrada deberán figurar en lugar visible a la entrada del mismo. (art. 10).

1. Los museos y colecciones de Euskadi deberán ofrecer un horario estable de visita general y horario de acceso para personas dedicadas a la investigación adecuado a la demanda social. El régimen de visitas a los museos y colecciones integrados en el Sistema Nacional de Museos de Euskadi deberá garantizar lo que reglamentariamente se establezca al efecto con carácter mínimo. (art. 12).

Las normas administrativas sobre espectáculos y establecimientos abiertos al público también pueden establecer límites y obligaciones sobre los horarios de los museos y éstas sí serán de obligatorio cumplimiento por sus titulares.

Es necesario en cada caso consultar si la Comunidad Autónoma en la que está ubicado el museo y el municipio al que pertenezca disponen de

⁸ Tema tratado en los apartados 1 y 2 de la introducción al Libro I.

⁹ Sin dicho horario mínimo y estable nunca podría ser calificada una entidad abierta al público que expone bienes culturales como «museo». Véase apartado 2 de la introducción al Libro I.

normativa propia que regule los horarios de los museos, por ejemplo, fijando la franja horaria en que los museos pueden abrir sus dependencias al público¹⁰.

Otra de las obligaciones que suelen establecer este tipo de normativa es que una vez fijado el horario, éste se respete. Así, la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de la Comunidad Autónoma de Madrid afirma:

Artículo 22. Horario. Todos los espectáculos y actividades comenzarán a la hora anunciada y durarán el tiempo previsto en los carteles o, en su caso, en la correspondiente autorización, salvo que concurran circunstancias excepcionales que justifiquen la alteración.

2.5. Las entradas y la promoción del museo

La importancia que tienen las entradas para los museos ha justificado que se le dediquen en esta obra varios apartados. La naturaleza de las entradas se estudia en el apartado 3.1 del capítulo XIII, de Santiago ESPIAU ESPIAU. Las entradas individuales y de grupo, en el 3.3 del mismo capítulo. Su venta anticipada, en el 3.4, también del XIII. Su venta por internet, en el anexo II al capítulo XIV, de Jaume CABECERANS CABECERANS.

Por otra parte, la promoción del museo y sus consecuencias legales lo han sido en el apartado 2 del capítulo XIII y en el apartado 7 del capítulo XIV.

2.6. El precio de las entradas

Los museos no suelen hacer pagar el coste de su funcionamiento a los visitantes. Muy pocos se financian sólo con los ingresos de las entradas. En un estudio de la Association of Art Museum Directors norteamericana esta entidad ya concluyó en el año 2001 que en la inmensa mayoría de los museos de dicha asociación, y lo mismo podríamos aventurar en general de los españoles, sus ingresos por entradas casi no financiaban su coste

¹⁰ En Cataluña, la normativa de espectáculos y establecimientos abiertos al público, la Ley 10/1990, de 15 de junio, sobre Policía del Espectáculo, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos, no regula los horarios en su articulado, sino que remite, en su art. 17, a un posterior desarrollo reglamentario que deberá hacer la propia Generalidad, pero dando también competencia para ello a los municipios. El desarrollo reglamentario se produjo con la Orden del Departamento de Interior, Relaciones Institucionales y Participación 181/2007, de 30 de mayo. Sin embargo, dicha Orden, que reguló el horario de gran cantidad de espectáculos y establecimientos abiertos al público, no dice nada respecto a los museos, por lo que no existe una normativa general para toda la Comunidad Autónoma de Cataluña sobre horarios de museos. No existiendo normativa autonómica, los museos catalanes sí deberán comprobar si su municipio dispone de normativa sobre horarios que les pueda afectar.

de funcionamiento. Para esta asociación, el coste medio de funcionamiento o corriente de los museos de arte por visitante era en el 2001 de 46,65 dólares, mientras que el precio medio pagado por cada uno de los visitantes era tan sólo de 2,25 dólares¹¹.

¿Tienen autonomía los museos para establecer el precio de las entradas a su antojo? Desde el punto de vista jurídico, no. Los condicionantes y límites pueden venir de dos tipos de normativas: las que regulan la naturaleza del titular del museo y las que regulan propiamente el museo como ente cultural o como actividad cultural. Pero ya podemos adelantar que los museos disfrutan desde el punto de vista legal de una gran libertad para establecerlos, por lo que si no la ejercen es por simples motivos de política cultural del titular de dichas instituciones.

a) Por la naturaleza del titular del museo podemos diferenciar a su vez tres casos.

Los titulares de museos que tienen ánimo de lucro, cosa posible en algunas CCAA, disfrutan de la máxima libertad para establecer sus precios. Su normativa no establece restricciones y su finalidad estatutaria hará que tiendan a solicitar el precio que les permita obtener los máximos beneficios posibles a lo largo del tiempo.

Los museos privados en manos de entidades sin ánimo de lucro, como son las fundaciones, están limitados, pero sólo de forma imprecisa. Así, a las fundaciones de competencia estatal titulares de museos la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones, les prohíbe que establezcan precios que comporten «una limitación injustificada del ámbito de sus posibles beneficiarios», lo que es evidentemente un concepto jurídico muy indeterminado¹².

Los museos públicos, en la fijación de los precios de sus entradas en cuanto tipo de ingreso de una entidad pública, se rigen por las disposiciones que regulan los precios públicos. Estas normas parecen condicionar en gran medida a los museos públicos para establecer las cuantías de dichos precios de sus entradas: pues les exigen que con lo obtenido gracias a dichos ingresos se cubra como mínimo el coste del servicio, cosa que como acabamos de afirmar no se hace en España. Ello es posible porque en dichas leyes también se admite de forma expresa que puedan existir precios públicos que por motivos culturales y sociales no cubran los costes de prestación de servicios¹³.

¹¹ Association of Art Museum Directors, «Revenue generation: an investment in the public service of art museums», publicado en octubre del 2001 y que puede encontrarse en: http://www.aamd.org/papers/documents/RevenueGeneration_000.pdf. Estos datos los obtiene esta asociación de un estudio estadístico realizado por ella misma, se supone, pues no se dice explícitamente, a sus afiliados y en el año 2001.

¹² «Artículo 26. Obtención de ingresos.

Las fundaciones podrán obtener ingresos por sus actividades siempre que ello no implique una limitación injustificada del ámbito de sus posibles beneficiarios».

¹³ Así, la ley estatal Ley de Tasas y Precios Públicos, Ley 8/1989, de 13 abril, establece:

Precisamente los mandatos sociales y culturales que contiene la Constitución han hecho que los museos públicos españoles nunca intenten establecer precios de entradas que financian sus costes de funcionamiento, y mucho menos los de sus inversiones en bienes culturales o en infraestructuras.

b) La normativa estatal o autonómica que regula los museos como entes culturales que realizan unas determinadas actividades varía según la titularidad del museo y el lugar en el que está ubicado, tema tratado en el apartado 3 de la introducción al Libro I y en el capítulo I.

Así, por ejemplo, la ley autonómica de museos de Cataluña, sólo aplicable a aquellos museos ubicados en Cataluña que no son de titularidad estatal y que hayan sido inscrito en el registro de museos de la Generalidad, establece una norma tendente a que los precios no sean altos y da poder a la Generalidad para intervenir si los precios llegasen a «desvirtuar la función social y cultural del museo», cosa que hasta donde llega nuestro conocimiento, nunca ha hecho¹⁴.

Otro mandato que suelen establecer las leyes autonómicas que regulan los museos es la obligación de que los de titularidad pública dispongan de días en que la entrada sea gratuita, o que sean totalmente gratuitos para los ciudadanos de la Unión Europea. Éste es el caso de la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, donde además se puede apreciar que se establecen unos días de entrada gratuita al año y diferencias de precios o entrada gratuita según el colectivo al que pertenece el visitante¹⁵.

«Artículo 25. Cuantía

1. Los precios públicos se determinarán a un nivel que cubra, como mínimo, los costes económicos originados por la realización de las actividades o la prestación de los servicios o a un nivel que resulte equivalente a la utilidad derivada de los mismos.

2. Cuando existan razones sociales, benéficas, culturales o de interés público que así lo aconsejen, podrán señalarse precios públicos que resulten inferiores a los parámetros previstos en el apartado anterior, previa adopción de las previsiones presupuestarias oportunas para la cobertura de la parte del precio subvencionada».

¹⁴ «Artículo 12. Acceso.

(...) 2. La regulación del derecho de entrada no podrá desvirtuar la función social y cultural del museo. A dicho efecto, la Administración de la Generalitat podrá establecer limitaciones a la misma» (Ley 17/1990, de 2 de noviembre, de museos).

¹⁵ «Artículo 22. Derechos económicos por visita pública.

1. Los museos y colecciones museográficas podrán percibir derechos económicos por la visita pública y deberán, en todo caso, aplicar en esta materia el principio de igualdad entre las personas nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea, previa acreditación de su nacionalidad.

2. Las personas con nacionalidad de alguno de los Estados de la Unión Europea, previa acreditación, tendrán derecho a acceder gratuitamente a los museos y colecciones museográficas, al menos cuatro días al mes, uno por semana.

Asimismo, será gratuita la visita a los museos y colecciones museográficas, para las personas de cualquier nacionalidad, el Día de Andalucía, el Día Internacional de los Museos, el Día Internacional del Turismo y el día que se celebren las Jornadas Europeas de Patrimonio.

3. En el caso de museos y colecciones museográficas del Sistema andaluz de museos y colecciones museográficas, la percepción de derechos económicos por la visita pública estará

2.7. La posibilidad de establecer distintos precios de entradas

Los museos tienen gran libertad en general para establecer precios de las entradas, pero no pueden hacerlo de forma que violen el derecho a la igualdad de los ciudadanos de España y de los países de la Unión Europea.

Centrándonos únicamente en el derecho a la igualdad establecido en la Constitución, éste impide que los visitantes de los museos sean discriminados por razón del nacimiento, el sexo, la raza, la religión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social (art. 14 de la Constitución).

Por ello, ¿cómo se justifica que los jóvenes y la gente mayor tengan precios reducidos, por ejemplo, en el anterior precepto de la ley andaluza sobre museos o como ocurre en casi todos los museos españoles?

La justificación de este trato diferente se debe buscar en la propia Constitución, que además de establecer el anterior precepto sobre igualdad también contiene otros en los que precisamente se pide a los poderes públicos que promuevan las condiciones para la participación libre y eficaz de la juventud en el desarrollo cultural (art. 48 de la Constitución), o el bienestar de los miembros de la tercera edad mediante un sistema de servicios sociales que atiendan sus problemas específicos de cultura (art. 50 de la Constitución).

¿Y qué ocurre con el hecho de que algunos museos establezcan precios especiales para los miembros de familias numerosas? Su fundamento estará en el art. 39 de la Constitución: los poderes públicos aseguran la protección social, económica y jurídica de la familia.

Estos principios programáticos de la Constitución se dirigen en un primer término sólo a los poderes públicos y, por ello, vinculan especialmente a los museos públicos. Pero los entes públicos deben concretar y desarrollar estos principios a través de otras normas y actuaciones, que a su vez deben inspirar las normas y las actuaciones de los sujetos privados, por lo que los museos privados también pueden encontrar razones que justifiquen que ellos ofrezcan a los jóvenes, a los miembros de la ter-

sometida a la autorización expresa de la Consejería competente en materia de museos, a la que corresponderá igualmente determinar los regímenes especiales de acceso gratuito o de derechos económicos reducidos para personas, colectivos de profesionales o grupos vinculados a instituciones de carácter educativo o cultural.

En todo caso, quedarán exentas del pago por visita, previa acreditación, las personas nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea que sean menores de 18 años, las mayores de 65 años, las que estén jubiladas y las que estén afectadas por un grado de minusvalía de al menos el 33 por 100.

4. Sin perjuicio de lo establecido en el apartado anterior, en el caso de museos y colecciones museográficas de titularidad o gestión autonómica, los derechos económicos y los regímenes especiales de acceso gratuito o de derechos económicos reducidos se determinarán, cuando proceda, de conformidad con la legislación reguladora de la Hacienda Pública y de tasas y de precios públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía».

cera edad y a los miembros de familias numerosas un trato diferenciado y más ventajoso que al resto de ciudadanos.

2.8. El derecho de admisión y de expulsión de los visitantes

Si la regulación del precio es uno de los elementos esenciales de la relación entre el museo y el visitante, otro lo es la regulación de los derechos de admisión y de expulsión que ostenta el titular del museo.

El derecho de admisión lo definimos como «la potestad que tiene el titular de un establecimiento abierto al público o los organizadores de espectáculos y actividades recreativas de determinar, respetando los límites establecidos por la legislación vigente, las condiciones de acceso a los mismos»¹⁶.

Está regulado en algunas CCAA de forma muy precisa, y dicha normativa suele ofrecer a los museos unas prerrogativas importantísimas.

Cada museo deberá consultar la normativa sobre museos¹⁷ o sobre espectáculos¹⁸, estatal o autonómica, que le pueda ser de aplicación, que suele incluir la obligación de comunicar las normas de admisión a la Administración y la de anunciarlas en el exterior del establecimiento.

Pero independientemente de cuáles sean estas prerrogativas, lo importante en un primer momento es entender la naturaleza de las mismas.

La mayoría de prerrogativas que tienen los museos y cualquier establecimiento abierto al público bajo la denominación de «derecho de admisión» no son derechos subjetivos atribuidos al museo para su beneficio y que pueden por ello ejercerlos o no de forma discrecional, según su libre decisión e interés. Por el contrario, se trata de derechos-deberes, o potestades, es decir ámbitos de poder que se les otorgan en beneficio de terceros: el conjunto de ciudadanos, para proteger su seguridad o proteger el patrimonio cultural de todos o los servicios que tienen derecho a recibir. Por ello, se trata de poderes que deben ser ejercidos de forma obligatoria por el titular del museo cada vez que se producen las situaciones que hacen nacer dichos derechos o poderes.

¹⁶ Definición acorde con la establecida en el art. 2 del Decreto 200/1999, de 27 de julio, de la Generalidad de Cataluña que regula este tipo de derecho.

¹⁷ Algunas disposiciones sobre museos regulan aspectos de esta cuestión. Así, el Real Decreto 620/1987, de 10 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Museos de titularidad estatal y del Sistema Español de Museos, en su art. 22 dispone: «2. Los responsables de los museos adoptarán las medidas necesarias para asegurar el buen orden en las salas y podrán excluir de éstas a quienes, por cualquier motivo, lo alteren».

¹⁸ Para ello recomendamos acudir a las webs de las consejerías de interior de las Comunidades Autónomas o del Ministerio de Interior donde suelen estar recogidas las leyes y reglamentos vigentes y aplicables.

Para cumplir con estos derechos-deberes, el museo debe, no es que pueda, restringir el acceso a sus instalaciones cuando el aforo esté completo, o el acceso de todas aquellas personas que pongan en peligro la seguridad de los visitantes y trabajadores, el patrimonio cultural del museo o la normal prestación de los servicios del museo; y debe expulsarlos, no es que pueda hacerlo o no, cuando una vez dentro del museo hagan lo propio.

Volvemos a tomar como ejemplo la normativa propia de Cataluña, pero lo dicho aquí para Cataluña es muy semejante a otras Comunidades Autónomas.

La ley catalana que regula esta cuestión es la Ley 10/1990, de 15 de junio, sobre Policía del Espectáculo, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos¹⁹. Esta disposición deja clara la finalidad de las normas de admisión de las que deberá disponer el museo:

(...) Dicha reglamentación deberá tener también, como objetivo, impedir el acceso a personas que manifiesten actitudes violentas, que puedan producir peligro o molestias a otros espectadores o usuarios, o bien que dificulten el desarrollo normal de un espectáculo o actividad recreativa (art. 16.4)²⁰.

Estos objetivos se reproducen y desarrollan en el reglamento que siguió a esta ley, Decreto 200/1999, de 27 de julio, donde se concretan aún mucho más los supuestos en los que se podrá denegar el acceso o expulsar a los visitantes:

9. Limitaciones de acceso a los establecimientos públicos

9.1. Los titulares de los establecimientos públicos y los organizadores de espectáculos y actividades recreativas, además de poder condicionar, en determinadas circunstancias, el acceso a éstos mediante el ejercicio del derecho de admisión legalmente establecido, han de impedir el acceso cuando el aforo establecido en la licencia se haya completado con los usuarios que se hallen en el interior del establecimiento. A estos efectos, todos los establecimientos han de colocar en la entrada un rótulo indicativo del aforo máximo permitido.

¹⁹ Aplicable a los museos ubicados en Cataluña tal como dispone el Decreto 239/1999, de 31 de agosto del Departamento de Gobernación, en su art. 17, a).

²⁰ En parecidos términos, la normativa de la Comunidad Autónoma de Madrid: «Artículo 24. (...) 2. Los titulares de establecimientos y los organizadores de espectáculos o actividades recreativas o personas en quienes deleguen podrán ejercer el derecho de admisión. Este derecho no podrá utilizarse para restringir el acceso de manera arbitraria o discriminatoria, ni situar al usuario en condiciones de inferioridad, indefensión o agravio comparativo. El derecho de Admisión deberá tener por finalidad impedir el acceso de personas que se comporten de manera violenta, que puedan producir molestias al público o usuarios, o puedan alterar el normal desarrollo del espectáculo o actividad. Las condiciones para el ejercicio del derecho de admisión deberán constar en lugar visible a la entrada de los locales, establecimientos y recintos.

Se prohíbe el acceso a los establecimientos, espectáculos públicos y actividades recreativas portando prendas o símbolos que inciten a la violencia, el racismo y la xenofobia» (Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas).

9.2. De acuerdo con lo que prevé el art. 16.4 de la Ley 10/1990, de 15 de junio, los titulares de los establecimientos públicos y los organizadores de espectáculos y actividades recreativas también tienen que impedir el acceso en los casos siguientes:

a) A las personas que manifiesten actitudes violentas, y en especial las que se comporten de forma agresiva o provoquen disturbios, las que lleven armas u objetos susceptibles de ser utilizados como tales y las que lleven ropas o símbolos que inciten a la violencia, el racismo o la xenofobia en los términos previstos en el Código Penal.

b) A las personas que puedan producir peligro o molestias a otros espectadores o usuarios y, en especial en las que estén consumiendo drogas o sustancias estupefacientes o muestren síntomas de haberlas consumido y las que muestren signos evidentes de estado de embriaguez.

9.3. Asimismo, de acuerdo con el art. 16.4 de la Ley 10/1990, de 15 de junio, los titulares de los establecimientos públicos y los organizadores de espectáculos y actividades recreativas, en los supuestos previstos en el apartado anterior, tienen que proceder a la expulsión de las personas que, encontrándose en el interior del establecimiento, dificulten el desarrollo normal de un espectáculo o actividad recreativa.

Y para impedir el acceso o realizar la expulsión de los visitantes del museo, éste podrá hacerlo con el personal del establecimiento, sin perjuicio de que pueda recabar también, pero no necesariamente, el auxilio de la policía²¹.

Por tanto, además de impedir el acceso a toda persona cuando el aforo esté completo, la no admisión o la expulsión de visitantes del museo, a la luz de esta normativa catalana, semejante a la de muchas comunidades autónomas, se debe, no es que se pueda, producir en dos grandes grupos de situaciones:

- a) Cuando el que quiera entrar o el visitante en el interior del museo haya tenido actitudes violentas: golpear a alguien; romper o golpear algún bien del museo; amenazar al personal del museo o cualquier persona antes de entrar en el museo o en su interior; llevar armas u objetos que puedan utilizarse como tales; etc.
- b) Cuando el que quiera entrar o el visitante en el interior del museo pueda producir peligro o molestias a otros usuarios: por estar drogado; por estar borracho; por haber demostrado o manifestado que no piensa aceptar alguna norma de funcionamiento del museo; etc.

²¹ «9.4. Sin perjuicio de las funciones que corresponden a las fuerzas y cuerpos de seguridad, y en especial a la policía de la Generalitat - mossos d'esquadra, los titulares de los establecimientos públicos y los organizadores de espectáculos y actividades recreativas pueden requerir la asistencia e intervención de los agentes de la autoridad mencionados» (Decreto 200/1999).

2.9. La protección de los datos de carácter confidencial del visitante

La normativa de protección de datos personales ha cobrado una importancia tal en nuestro país que ha justificado que se le dedique todo un capítulo, el XV, realizado por Jaume CABECERANS, y uno de sus anexos, además del apartado 4 del capítulo XII, de Marc CARRILLO.

El Código de Deontología del ICOM recuerda a los gestores de los museos la conveniencia de preservar la información confidencial de carácter personal relacionada con la colección:

2.22. Seguridad de las colecciones y datos conexos.

Si se ponen a disposición del público datos relativos a las colecciones, los museos deben ejercer un control para evitar la divulgación de información confidencial de carácter personal o de otro tipo. (...)

3.2. Disponibilidad de las colecciones.

Los museos tienen la obligación específica de facilitar en la medida de lo posible el libre acceso a la colección y la información pertinente relacionada con éstas, teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por motivos de confidencialidad y seguridad²².

2.10. La responsabilidad del museo por accidentes y daños a los objetos personales

Esta obra no cuenta con un capítulo que analice la responsabilidad a que deberá hacer frente el titular del museo por accidentes que tengan lugar en el museo y que puedan afectar directamente a sus visitantes o a los objetos personales de los mismos. Recomendamos al lector acudir a un capítulo de otro libro también editado por nosotros: *Manual Jurídico de los Museos*. Nos referimos al capítulo III de dicho libro, escrito por el profesor Salvador DURANY²³.

Los seguros que cubren la responsabilidad civil extracontractual que puede ser imputada al museo como consecuencia de los daños materiales y/o personales y los perjuicios ocasionados a terceras personas han sido abordados en el capítulo X, en su apartado 3.4.

3. LAS ACTIVIDADES ACCESORIAS O COMPLEMENTARIAS DE LOS MUSEOS

3.1. Las actividades accesorias o complementarias

Basándonos en el criterio de la frecuencia y en el de la contribución a las finalidades principales de los museos, las actividades accesorias o

²² Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

²³ VV.AA., *Manual Jurídico de los Museos*, Madrid, Marcial Pons, 1998, pp. 63 y ss.

complementarias de los museos las definimos como «aquellas que realizan los museos pero que no pueden considerarse como imprescindibles para que estas entidades se las califique como “museos”». De hecho, muchos museos no siempre las llevan a cabo²⁴.

Son actividades que no tienen una relación directa con la función que nosotros hemos considerado como principal de todo museo: dar acceso directo, personal y permanente del público a los bienes culturales de su patrimonio. Sin embargo, los museos las emprenderán en unos casos, para complementar sus actividades principales y servir así también directamente a sus fines; en otros, simplemente para obtener ingresos con los que financiar dichas actividades principales; y en la mayoría de las ocasiones, por la suma de ambos tipos de motivos.

Entre las más importantes y más comunes figuran:

- a) La organización de exposiciones temporales dentro y fuera del museo.
- b) Servicios de restaurantes, cafetería y comercio al por menor en las tiendas del museo. Actividades complementarias a la visita a las salas de la colección permanente que persiguen aumentar la comodidad de los visitantes del museo y ofrecer productos relacionados con los bienes del museo.
- c) Edición y producción de bienes y comercio o distribución al por mayor de estos. Comporta la difusión de los conocimientos sobre los bienes del museo a través de prácticas que no son el acceso directo de los ciudadanos a los bienes y que, por tanto, no tienen lugar en el interior de las salas de la colección permanente. Entre ellas: producción y edición de los contenidos de la web del museo; edición de libros, revistas, vídeos, DVD y CD; producción de objetos inspirados en los bienes del museo o *merchandaising*; distribución de dichos productos mediante una actividad de comercio al por mayor; venta o alquiler de transparencias de los bienes del museo, etc.
- d) Gestión de propiedad intelectual y moral. Esta actividad deviene una de las actividades normales de todo museo, ya que el titular del museo muchas veces cuando adquiere la propiedad de los bienes culturales cada vez más también intenta adquirir los derechos de propiedad intelectual del autor de los mismos. Las creaciones del personal del museo, por ejemplo elaborando la guía del museo, también pueden dar lugar a derechos intelectuales y morales que deberán ser gestionados por los profesionales del museo.
- e) Alquiler de espacios del museo y organización de actos y eventos en el interior del museo.

²⁴ Otra prueba de que no son esenciales es que las definiciones de museo elaboradas por el legislador no hacen prácticamente ninguna referencia a las mismas. Sobre dichas definiciones, véase el apartado 1 de la introducción al Libro I.

- f) Actividades de asesoramiento a terceros sobre cuestiones de catalogación o expertización, entre las que destacan la valoración y autenticación de los bienes.
- e) Búsqueda de aportaciones económicas y de otros tipos de ayudas para financiar el museo.

3.2. Normas éticas y actividades accesorias

Los museos en general tienen como principal función adquirir, proteger, conservar, documentar, investigar y exponer los bienes culturales para el disfrute intelectual y estético de su público y el de futuras generaciones. En particular, cada museo concretará estos objetivos generales en unos determinados bienes culturales de su patrimonio, en lo que constituirá su misión u objetivos o fines específicos.

Todo lo que haga un museo debe estar presidido por su misión u objetivos o fines concretos, tema tratado en el apartado 2 de la introducción del Libro II.

Por ello, también toda actividad accesorias del museo, desde el comercio al por menor en la tienda del museo hasta el alquiler de alguno de sus espacios, pasando por el resto de posibles actividades, debe servir directamente a esta misión, o indirectamente: procurando ingresos que permitan financiar las actividades que sí la sirvan directamente. Pero incluso en este último caso, cuando las actividades que se realicen respondan principalmente a fines financieros o de búsqueda de ingresos, estas actividades deben intentar realizarse cuando ello sea posible de forma que también sirvan o contribuyan por ellos mismos a la misión del museo. Y si esto no es posible, por lo menos de forma que la respete.

Así se desprende de las numerosas normas éticas de todas las asociaciones profesionales de museos que mencionamos seguidamente. Algunos de los preceptos de estas normas profesionales han sido transpuestos o recogidos en la legislación sobre museos, por lo que cada museo deberá comprobar la normativa positiva que le es aplicable, estatal o autonómica²⁵, para conocer realmente las restricciones jurídicas que el Ordenamiento Jurídico hace recaer sobre su voluntad de realizar actividades accesorias.

Entre las normas creadas por las asociaciones de museos nos interesa destacar, por la vinculación de los museos españoles a las mismas y por su influencia en la legislación positiva española, las aprobadas por el ICOM en su Código de Deontología.

Esta asociación ha establecido normas tanto para las exposiciones temporales como para las actividades realizadas en gran medida para

²⁵ Véase apartado 3 de la introducción al Libro I.

financiar al museo y contribuir a cubrir sus costes de funcionamiento, sin olvidar las que se refieren a las tasaciones y a las autentificaciones.

Entre las mismas, destaca las de 4.1, en el que se afirma lo que acabamos de comentar: que deben ser conformes a las misiones, políticas y finalidades declaradas del museo. No deben ir en detrimento de la calidad ni la protección y conservación de las colecciones:

Exposiciones y actividades especiales.

Las exposiciones temporales, ya sean materiales o virtuales, deben ser conformes a las misiones, políticas y finalidades declaradas del museo. No deben ir en detrimento de la calidad ni la protección y conservación de las colecciones.

También la que pide al órgano rector o de gobierno del museo la elaboración de una política escrita sobre las actividades que pueden generar ingresos, en la que se asegure que el museo pueda tener siempre el control de dichas actividades y que no perjudiquen a las normas de la institución, ni a su público, es decir, que no perjudique en último término a la misión del museo:

1.10. Política comercial

El órgano rector debe dotarse de una norma escrita relativa a los ingresos que puede generar con sus actividades o que puede aceptar de fuentes externas. Cualquiera que sea la fuente de financiación, los museos deben conservar el control del contenido y la integridad de sus programas, exposiciones y actividades. Las actividades generadoras de ingresos no deben ir en detrimento de las normas de la institución, ni perjudicar a su público (véase 6.6)²⁶.

La American Association of Museums afirma con contundencia que los museos deben asegurarse de que «las actividades que produzcan ingresos económicos y aquellas que involucren relaciones con entidades externas, sean compatibles con la misión del museo y que apoyen sus responsabilidades con el patrimonio público»²⁷.

Por su parte, la Association of Art Museum Directors norteamericana apunta toda una serie de cuestiones que deben tenerse en cuenta para comprobar si las actividades que realiza un museo y las nuevas que piensa llevar a cabo para buscar nuevas fuentes de ingresos están presididas por el respeto a los valores a los que sirve el museo y las finalidades y misión que persigue:

- Las estrategias de financiación tradicionales, ¿son coherentes con las pautas de calidad e integridad del museo?
- ¿Exige el clima económico la creación de fuentes de ingresos adicionales?

²⁶ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

²⁷ American Association of Museums, *Código...*, cit., p. 10.

- Las fuentes de ingresos potenciales, ¿son coherentes con la misión, la colección y los programas del museo?
- Los motivos y medios de una fuente de ingresos potencial, ¿son coherentes con la condición de entidad no lucrativa del museo (...)?
- ¿Justifica la rentabilidad de la inversión los costes directos e indirectos del establecimiento y mantenimiento de una fuente de ingresos potencial?²⁸.

3.3. Normas jurídicas y actividades accesorias

Las leyes sobre museos españolas normalmente establecen en su articulado el listado de lo que el legislador considera como funciones propias de los museos, funciones que se asemejan, pero no coinciden, con las que nosotros hemos calificado como actividades principales.

Así, por ejemplo, la Ley 7/2006 de 1 de diciembre de 2006, de museos de Euskadi, después de señalar las funciones propias de los museos:

Serán funciones de los museos.

- a) La reunión, la adquisición, la conservación, el inventario, la catalogación, la investigación, la restauración y la exhibición ordenada de los fondos custodiados bajo su tutela.
- b) La investigación del patrimonio material e inmaterial que componen sus colecciones, así como el ámbito cultural y las disciplinas a las que pertenecen.
- c) La organización periódica de exposiciones y actividades científicas, de estudio y divulgativas, de acuerdo con la naturaleza del museo o su especialidad.
- d) La elaboración y la publicación de monografías y catálogos de sus fondos, y la promoción de estas publicaciones.
- e) La realización y el desarrollo de actividades didácticas educativas y de difusión cultural acordes con su naturaleza o especialidad.
- f) Cualquier otra que se les encomiende por sus normas estatutarias o por mandato legal o reglamentario (art. 2.4).

Después de efectuar estos listados, estas leyes suelen admitir que los museos realicen actividades o funciones complementarias, pero siempre bajo ciertas condiciones, que traducen o aplican la norma ética que exige que el desarrollo de actividades accesorias o complementarias a las principales del museo ha de servir o por lo menos respetar la misión del museo.

²⁸ Véase informe «Revenue generation: an investment in the public service of art museums» publicado en octubre del 2001, en: http://www.aamd.org/papers/documents/RevenueGeneration_000.pdf.

Así, la anterior ley de Euskadi declara que los museos también podrán realizar otras actividades, pero exige que estas tengan carácter cultural y no perjudiquen las funciones que son propias y principales de los mismos:

2.5. Los museos podrán desarrollar otras actividades complementarias de carácter cultural cuando cuenten con los medios adecuados y no se perjudique el normal desarrollo de las funciones que les corresponden de conformidad a esta ley²⁹.

4. LA ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES TEMPORALES

4.1. ¿Actividad principal o accesoria?

Todos los museos son conscientes de la importancia de organizar exposiciones temporales y de participar con el préstamo de sus piezas en exposiciones de otros museos y entidades, dos realidades complementarias, pero diferentes, aunque las dos pueden estudiarse en la mayoría de sus aspectos jurídicos bajo el tema del préstamo de piezas o bienes culturales.

Los museos aceptan que la organización de exposiciones temporales es o debería ser una de sus principales actividades para hacer accesibles al público sus bienes, y todas las leyes sobre museos la establecen como una de las funciones propias de todo museo³⁰. Por ello es muy discutible que se la deba calificar como de actividad accesoria o complementaria. Nosotros no entraremos en esta discusión. El motivo porque la hemos calificado de accesoria es que, como veremos seguidamente, las estadísticas demuestran que muchos museos no realizan exposiciones temporales importantes.

²⁹ En casi idénticas palabras, el art. 3 de la Ley 9/1999, de 9 de abril, de Museos de la Comunidad de Madrid, hace lo mismo. En su apartado 1 señala las funciones de los museos («Son funciones de los museos:

- La adquisición, catalogación, restauración y exhibición ordenada de las colecciones.
- La investigación referida a sus colecciones y fondos y a su especialidad o entorno cultural.
- La organización periódica de exposiciones científicas y divulgativas acordes con su naturaleza o su especialidad.
- La elaboración y publicación de catálogos y monografías de sus fondos.
- La realización y desarrollo de actividades pedagógicas y lúdicas acordes con su naturaleza o especialidad.
- La elaboración y realización de actividades culturales dentro de su ámbito de actuación, tendentes a la consecución de los fines ya establecidos en la presente Ley.
- Llevar a práctica políticas diseñadas por el organismo competente, dentro de su ámbito de actuación.
- Cualquier otra función que se les encomiende por sus normas estatutarias o por disposición legal o reglamentaria») y en su apartado 2 entiende que «Los museos podrán desarrollar otras actividades complementarias de carácter cultural cuando cuenten con las instalaciones adecuadas y no se perjudique el normal desarrollo de las funciones que les corresponden según esta Ley».

³⁰ Véanse notas a pie de página anteriores.

Es una actividad que claramente puede servir de una manera directa para alcanzar la misión y objetivo de todo museo, y que en muchos casos le generará ingresos, que pueden o no cubrir el coste de realizarlas.

Presenta una naturaleza muy semejante a la de dar acceso a las salas de la colección permanente. Se diferencia de ésta básicamente en que no se produce de forma continuada en el tiempo, no es permanente, y suele realizarse en muchas ocasiones con bienes que no forman parte del patrimonio del titular del museo.

Permite, cuando se organizan fuera del museo, llevar los bienes culturales a un público que de otra forma quizás nunca tendría acceso directo a los mismos.

4.2. Normas éticas y exposiciones temporales

La organización de exposiciones temporales, como cualquier otra actividad del museo, se debe hacer sólo si no pone en peligro la conservación y seguridad de los bienes culturales y siempre que sea consecuente con la misión o finalidades propias del museo, tal como aclarábamos en el anterior apartado y tal como recuerda el Código de Deontología del ICOM:

4.1. Exposiciones y actividades especiales.

Las exposiciones temporales, ya sean materiales o virtuales, deben ser conformes a las misiones, políticas y finalidades declaradas del museo. No deben ir en detrimento de la calidad ni la protección y conservación de las colecciones³¹.

En el art. 1.10 de su Código de Deontología, también transcrito anteriormente, ICOM pide que el museo no pierda nunca el control del contenido y la integridad de sus exposiciones.

Por último, deseamos destacar que el ICOM solicita que el órgano de gobierno del museo establezca una política escrita sobre la utilización de la colección del museo, y por tanto, sobre la política de préstamo de sus bienes y de organización de exposiciones temporales (bienes que nunca se prestarán por su importancia, por su estado de conservación, etc.; límites a los periodos en los que un bien puede prestarse a otras entidades; obligación de que los bienes que han estado prestados no vuelvan a viajar en un determinado periodo de tiempo; etc.):

2.1. Política en materia de colecciones.

En cada museo, el órgano rector debe adoptar y publicar una norma relativa a la adquisición, protección y utilización de las colecciones. En esa norma, se debe clarificar la situación de los objetos que no se van a catalogar, conservar o exponer (véanse las secciones 2.7 y 2.8)³².

³¹ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

³² Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

Recientemente los profesionales de los museos y los titulares de museos han elaborado varios documentos y realizado varias conferencias internacionales para promover las exposiciones temporales y el préstamo de bienes culturales, y para establecer estándares profesionales sobre los mismos.

Entre las conferencias destaca la «Museum Collection on the Move»³³, que tuvo lugar en La Haya, del 27 al 29 de octubre de 2004, con el propósito de potenciar el intercambio del patrimonio cultural en Europa.

Entre los documentos, «Lending to Europe»³⁴, que establece las razones para prestar o no prestar, para pedir o no pedir préstamos y los principios que deben gobernar los préstamos.

Fue elaborado por un grupo de expertos contratados por la Unión Europea para que identificarán un conjunto de recomendaciones que pudiesen facilitar una de las prioridades de la Unión Europea en estos últimos años: aumentar la cooperación cultural entre sus miembros y remover los obstáculos a la misma³⁵. Han sido precisamente este grupo de expertos quienes han puesto de manifiesto que de los 30.000 museos que existen en Europa, visitados por 500 millones de personas al año, sólo 300 museos realizan de forma regular grandes exposiciones temporales³⁶.

Otro informe profesional a considerar es «Guidelines on Exhibiting Borrowed Objects», de la American Association of Museums³⁷, en el que se recomienda hacer públicas las coincidencias entre patrocinadores de las exposiciones y propietarios de las obras prestadas y la prohibición de que el museo pueda llegar a recibir alguna comisión por la venta de bienes que han formado parte de una exposición.

4.3. Normas jurídicas y exposiciones temporales

La regulación de las exposiciones temporales que se ceden a otros museos se efectuará normalmente por los contratos que se subscriben

³³ En la misma participaron directores de museos y gestores y consejeros culturales de 25 de los Estados miembros de la Unión Europea. Sus conclusiones y recomendaciones pueden encontrarse en http://www.museumcollectionsonthemove.org/final_conclusions.html. Esta conferencia ha dado lugar a una plataforma de museos, liderada por el Netherlands Institute for Cultural Heritage, que aún dispone de una web donde se ofrece consejo sobre muchas cuestiones relacionadas con el préstamo de bienes culturales. Véase <http://www.museumcollectionsonthemove.org/organization.html>.

³⁴ Puede consultarse en http://www.culture.gov.uk/mobility/lending_to_europe.pdf.

³⁵ Cabe subrayar que el Programa Cultural de la Unión Europea para el periodo 2007-2013, con un presupuesto de 400 millones de euros, ha establecido precisamente como uno de sus objetivos específicos promover la circulación transnacional de obras y productos artísticos y culturales (art. 3.2 de la Decisión núm. 1903/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006), abriendo con ello a los museos ciertas posibilidades de solicitar ayuda económica para hacer posible este objetivo.

³⁶ Véase la introducción a dicho documento: «Leanding...», cit. Estos expertos no ofrecen, sin embargo, las fuentes de donde han obtenido estos datos.

³⁷ En <http://www.aam-us.org/museumresources/ethics/borrowb.cfm>.

entre el museo que ha organizado la exposición y el que la pretende disfrutar en sus instalaciones.

Esta obra no tiene un capítulo específico dedicado a este tipo de eventos, pero muchos de los puntos que deben contener los contratos de organización y cesión de exposiciones temporales son idénticos a los de los contratos de préstamos de bienes, analizados en el apartado 5 de la introducción al Libro III y en el capítulo IX, de Santiago ESPIAU ESPIAU.

4.4. Seguros y exposiciones temporales

El capítulo X, de Pere M. COMAS I COMA, y su anexo, de Manuel VILA CALSINA, han abordado la problemática de uno de los principales temas y costes que surgen en la organización de toda exposición temporal: sus seguros.

5. ACTIVIDADES COMERCIALES

La mayoría de actividades accesorias de los museos han sido estudiadas en este libro para establecer su régimen jurídico, las que comentamos en este apartado y en el siguiente no lo han sido, por lo que el lector casi no encontrará información jurídica sobre las mismas en esta obra.

Las actividades comerciales incluyen:

- El comercio al por menor en las tiendas del museo.
- Edición y producción de bienes y comercio o distribución al por mayor de estos. Comporta la difusión de los conocimientos sobre los bienes del museo a través de prácticas que no son el acceso directo de los ciudadanos a los bienes y que por tanto no tienen lugar en el interior de las salas de la colección permanente. Entre ellas: producción y edición de los contenidos de la web del museo; edición de libros, revistas, vídeos, DVD y CD; producción de objetos inspirados en los bienes del museo o *merchandaising*; distribución de dichos productos mediante una actividad de comercio al por mayor; venta o alquiler de transparencias de los bienes del museo, etc.

5.1. Normas éticas y jurídicas sobre actividades comerciales

Acabamos de concluir en el apartado 3 de esta introducción al Libro IV que, según las normas éticas y jurídicas sobre actividades accesorias o complementarias de los museos, este tipo de actividades deben servir para el cumplimiento de la misión concreta del museo, o por lo menos, deben respetarla.

Son muchas las asociaciones de museos que han elaborado normas y recomendaciones que plasman esta idea y la desarrollan para el ámbito específico de las actividades comerciales. Entre ellas destacamos las de la Museum Association británica³⁸.

Esta asociación entiende que estas actividades, en la medida de lo posible, también deben realizarse con la finalidad de mejorar el acceso a los bienes culturales, la educación y el disfrute del público, y nunca pueden poner en peligro la conservación o la seguridad de las piezas expuestas.

Es decir, si bien es cierto que las actividades comerciales tienen inicialmente la función de proporcionar ingresos económicos para que el museo pueda realizar las actividades que sirven de forma directa a sus objetivos y fines culturales, también es cierto que el museo puede utilizarlas para que sirvan a esos fines directamente. En todo caso, no deben poner en peligro la conservación y seguridad de la colección ni el prestigio del museo³⁹.

Otra norma ética que afecta a la actividad comercial de los museos es la prohibición de los miembros de la profesión museística de participar directa ni indirectamente en el comercio de bienes del patrimonio cultural:

8.14. Comercio de bienes del patrimonio cultural o natural.

Los miembros de la profesión museística no deben participar directa ni indirectamente en el comercio (compra o venta con ánimo de lucro) de bienes del patrimonio cultural y natural⁴⁰.

Ha sido comentadas en el apartado 5.2 del capítulo V, apartado que refleja cómo ha sido recogida en multitud de leyes españolas de museos, estableciendo la prohibición para el personal de los museos y colecciones museográficas de titularidad pública, así como para los miembros de los Patronatos o Consejos de Administración si los hubiere, de realizar, por sí mismos o por terceros, actividades comerciales.

También existen normas éticas y jurídicas sobre reproducciones o copias de objetos de la colección del museo, comentadas en el apartado 7 de esta introducción al Libro IV.

Por último, y respecto a las publicaciones y ediciones que realice el museo en papel o en la web, medios audiovisuales o por cualquier otro

³⁸ Véanse las directrices éticas sobre actividades comerciales de esta asociación en http://www.museumsassociation.org/asset_arena/text/al/Trading_and_commercial.pdf.

³⁹ En esta misma línea que la Museum Association, puede verse el art. 1.10 de su Código de Deontología del ICOM, reproducido en el apartado 3 de esta introducción. Otra asociación que establece normas de este tipo es la American Association of Museums: «Developing and Managing Business Support», en http://www.aam-us.org/museumresources/ethics/upload/ethicsguidelines_bizsupport.pdf y en <http://www.aam-us.org/museumresources/ethics/businesssupport.cfm>.

⁴⁰ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

medio, cabe recordar que el ICOM exige al titular del museo que actúe con rigor, fundamento científico y respeto a la misión del museo:

4.6. Publicaciones

La información publicada por los museos, por cualquier medio que sea, debe ser fundada y exacta y tomar en cuenta de manera responsable las disciplinas académicas, sociedades o creencias presentadas. Las publicaciones de un museo no deben ir en detrimento de las normas de la institución⁴¹.

6. CESIÓN DE ESPACIOS, ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y VISITAS ESPECIALES

6.1. Cesión o alquiler de espacios y permisos de eventos organizados en los museos

Bajo el tema de la cesión de espacios del museo podemos encontrar cuatro tipos de situaciones diferentes:

- El alquiler o cesión de espacios del museo en que no se exponen bienes culturales. Éste sería el caso del museo que dispone de salas anexas, y separadas de las que contienen la colección permanente, y que las alquilan para que terceros lleven a cabo por su cuenta y riesgo diferentes tipos de actividades. Este alquiler puede ir acompañado en algunos casos de la prestación de los servicios necesarios para organizar eventos (contratación de catering, de servicios de traducción simultánea, de azafatas, mesas, sillas, escenarios, equipos audiovisuales...).
- La cesión de las salas en las que se exponen los bienes del museo para que un tercero pueda acceder en condiciones especiales al mismo, proporcionándoles o no servicios adicionales de organización de eventos.

Antes de abordarlas, deseamos aclarar que sólo consideramos accesorias o complementarias las dos primeras de estas actividades. Respecto a las dos segundas, entendemos que estaríamos ante simples visitas especiales al museo, que se deberían enmarcar dentro de la actividad principal de todo museo: la de dar acceso a los bienes culturales del museo en las salas de exposición permanente del museo⁴².

⁴¹ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

⁴² Esta diferenciación conceptual, que no negamos que resulta un poco forzada, puede servir a efectos de no tener que aplicar en muchos casos IVA a estos tipos de servicios cuando se entiende como visitas especiales, lo que puede permitir al museo subir los precios de las cesiones de las salas u organización de eventos en dichas salas de museo en las que existen bienes culturales o elementos interpretativos de los mismos. Sobre IVA y entidades privadas culturales, véase apartado 11 de esta introducción al Libro IV.

En los dos primeros casos se trata de explotaciones económicas y culturales que se deben someter a los test comentados propios de cualquier actividad accesoria del museo. En los casos tercero y cuarto, dichas visitas especiales se deberán someter al escrutinio y normas éticas propias de toda visita al museo, estudiadas en los apartados 1 y 2 de esta introducción al Libro IV, y que exigen tomar unas precauciones, para garantizar la seguridad y conservación de la colección y la misión y prestigio del museo, mucho mayores que cuando lo que se ceden son salas sin la presencia de bienes culturales⁴³.

Sean unas u otras actividades, entendemos que se deben rechazar, por ejemplo, actos o conciertos que realizados en las salas del museo o cerca de éstas puedan generar vibraciones que afecten a los bienes del museo, etc. O eventos que alteren las condiciones de intensidad lumínica, de humedad y temperaturas propias de las salas de la exposición permanente, por la iluminación que acarrearán, la presencia de comida caliente, el número de personas concentradas en determinadas áreas, etc. También eventos que comporten la entrada en dichas salas de grandes máquinas, material inflamable, escenarios, etc., cuya manipulación, traslado o presencia aumente considerablemente la probabilidad de que se produzcan siniestros.

Cada solicitud se deberá analizar por los directores y administradores de los museos, con la clara conciencia de que la conservación y seguridad de la colección debe siempre prevalecer sobre el deber del museo de dar acceso al público y de otros fines de interés general del museo⁴⁴.

⁴³ Estas cesiones de salas u organización serán mucho menos problemáticas, pero el titular del museo deberá cuidar otros detalles, tales como estudiar si los seguros que tienen contratados para cubrir la visita al museo de aquellos que compran una entrada también cubren los accidentes de las personas que acuden a los actos que tienen lugar fuera de las salas de exposición del museo y que se organizan esporádicamente con el concurso de otras entidades.

⁴⁴ La Museum Association británica ha elaborado algunas normas específicas sobre esta cuestión, pero que versan sobre un tipo de eventos no demasiado común en nuestro país: las demandas de alquiler de salas o de realización de actividades en el museo efectuadas por galeristas y casas de subastas. Las elaboró en el año 2004 para atender a las numerosas consultas que estaba recibiendo de museos que querían conocer cuál era su opinión al respecto (http://www.museumssassociation.org/asset_arena/text/ts/Museumssalesandvaluationevents.pdf).

Después de listar los pros y contras de este tipo de actos, y que son los que se deben tener en cuenta en cada caso para tomar la decisión, pasé a señalar los casos que se debían evitar:

- Eventos en los que los galeristas o las casas de subastas promueven sus propias actividades comerciales.
- Eventos en los que los galeristas o las casas de subastas valoran bienes
- Eventos organizados en el museo por los galeristas y las casas de subastas en los que muestran sus bienes sin que existan claras y convincentes razones educacionales o culturales.
- Eventos en los que el personal del museo tasa o valora bienes que haya traído el público.

6.2. Normas jurídicas y alquiler o cesión de espacios

Ni el alquiler o cesión de espacios del museo, ni la organización de eventos en el museo, ni las visitas especiales han sido estudiadas en esta obra, ni desde su perspectiva civil, ni museística, ni financiera⁴⁵.

Desde el punto de vista jurídico museístico, se deberán someter a los preceptos legales y reglamentarios que regulan las actividades complementarias de los museos en general, comentados en el apartado 3 de esta introducción, y en especial a las disposiciones que puedan existir en cada CCAA sobre esta cuestión. Sin embargo, ya podemos adelantar que hay pocas normas jurídicas sobre museos que se ocupen de forma específica de la misma. Entre ellas, cabe destacar, por el número de criterios que introduce y por lo útiles que pueden ser para los gestores de museos de cualquier Comunidad Autónoma española, el art. 25 de la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía:

2. Las instalaciones de los museos y colecciones museográficas podrán albergar actividades culturales externas a la programación de las propias instituciones. En los espacios destinados a la exposición o custodia de bienes, sólo podrán realizarse actividades de singular relevancia cultural o institucional y, en todo caso, se procurará su celebración fuera del horario de visita pública y la no interferencia en el desarrollo de las restantes funciones asignadas a los museos y colecciones museográficas.

3. Los servicios complementarios y los otros usos a los que se refieren los apartados anteriores deberán ser compatibles con la conservación y seguridad de los bienes muebles e inmuebles integrantes del patrimonio histórico custodiados en la institución.

4. Cuando se trate de los museos y colecciones museográficas de titularidad o gestión autonómica, el uso de sus instalaciones se ajustará además a la legislación aplicable en materia de patrimonio y de tasas y precios públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía (art. 25).

⁴⁵ Según la naturaleza del museo, los ingresos que generarán estas actividades serán precios privados, precios públicos o tasas. Así, la Ley 46/2003, de 25 de noviembre, reguladora del Museo Nacional del Prado, nos recuerda que los ingresos derivados de la simple cesión de espacios de este museo público tienen la naturaleza de tasas: «2. Los ingresos procedentes de la cesión de espacios de los inmuebles, propios o adscritos, que estén calificados como demaniales, tienen la naturaleza de tasas, al amparo de lo dispuesto en la Ley 8/1989, de 13 de abril, de Tasas y Precios Públicos. El establecimiento o modificación de su cuantía se hará a través de orden ministerial específica, a iniciativa del Museo Nacional del Prado». En este sentido, el art. 52 de la Ley 25/1998, de 13 de julio, también establece que la utilización de espacios de los museos gestionados por el Ministerio de Cultura darán lugar a tasas: «Constituye el hecho imponible de la tasa la utilización de espacios de los museos u otras instituciones culturales gestionados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte o por sus organismos públicos adscritos».

7. LA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, MORAL E INDUSTRIAL

7.1. Régimen jurídico

Maria TEIXIDOR JUFRESA, en el capítulo XV, proporciona, tal como afirma en el mismo, un esquema claro de lo que «son tanto la propiedad intelectual como la propiedad industrial para dar herramientas básicas para afrontar las cuestiones relacionadas con los derechos que estas propiedades protegen» y señala que «hay que tener en cuenta que, actualmente, tanto los derechos de propiedad intelectual como los de propiedad industrial son uno de los activos más valiosos de las empresas y agentes en el mercado y, por lo tanto, su protección y gestión eficaz afectan, también, a la gestión del día a día de los Museos».

Esta autora aborda, en el apartado 2 del capítulo XV, una de las cuestiones que más condicionan actualmente la vida de los museos: los derechos de propiedad intelectual y moral de los autores de los bienes, y lo hace después de haber efectuado una precisa delimitación y aclaración de lo que son este tipo de derechos en el apartado 1 del mismo capítulo.

Además, también estudia otro de los temas fundamentales de la gestión de todo museo: la explotación que pueda realizar el titular del museo de derechos de propiedad intelectual e industrial propios, no de terceros: apartados 3 y 4 del capítulo XV.

La propiedad intelectual como límite al derecho de propiedad de los bienes culturales también ha sido analizada en el apartado 1 del capítulo VII de Anna VILADAS JENÉ⁴⁶.

Adicionalmente, deseamos remitir al lector a un capítulo de una obra anterior, editada por nosotros: *Manual Jurídico de los Museos*. Nos referimos al capítulo V de dicho libro, escrito por Josep MASSAGUER⁴⁷.

7.2. Normas éticas y propiedad intelectual y moral

El Código de Deontología del ICOM no se refiere a la propiedad intelectual y moral de forma específica. Sí incide tangencialmente en uno de los problemas de los museos que aún no está resuelto en muchos casos: a quién pertenecen los derechos de reproducir guías, libros, material docente, audiovisuales, catalogaciones, etc., creados por trabajadores del museo en horas laborales.

3.8. Posesión de derechos sobre material de investigación.

Cuando los profesionales de un museo preparen material para presentarlo o para documentar una investigación sobre el terreno, se debe

⁴⁶ Véase también R. L. BERKOWITZ y M. A. LEAFFER, «Copyright and the Art Museum», en 8, *Columbia Journal of Art and Law*, 1983-1984, pp. 249 y ss.

⁴⁷ Cit., pp. 205 y ss.

establecer con el museo patrocinador un acuerdo claro sobre todos los derechos relativos a los trabajos realizados⁴⁸.

Otro de los puntos que aborda el Código de Deontología del ICOM es el las reproducciones de bienes culturales, recordando el deber del museo de respetar el derecho moral de integridad de la obra y el de ser claro y transparente con su público, advirtiéndole siempre de que se trata de simples copias y no de originales:

4.7. Reproducciones

Cuando realicen réplicas, reproducciones o copias de objetos pertenecientes a sus colecciones, los museos deben respetar la integridad del original y señalar siempre que esas copias son facsímiles⁴⁹.

Precepto éste que ha sido recogido en casi todas las leyes de museos españolas⁵⁰.

7.3. *El merchandising*

Facilitar imágenes de sus bienes para que sean reproducidas en libros, catálogos y otros productos educacionales es una de las actividades propias de los museos. Pero cuando esto mismo se realiza para reproducir los bienes con finalidades predominantemente lucrativas y comerciales, mediante la asociación a empresas con ánimo de lucro, es necesario tener en cuenta muchos aspectos que pueden llegar a ser problemáticos.

En estos casos, se recomienda que el museo firme un contrato de licencia con la empresa que va a producir, distribuir y vender dichos productos.

⁴⁸ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

⁴⁹ Véase *ibid.*

⁵⁰ Por ejemplo, el art. 21 de Ley 4/2003 de 26 de marzo, de Museos de las Islas Baleares, establece:

«Artículo 21. Reproducciones.

1. La realización de copias y/o reproducciones, por cualquier procedimiento, de los fondos de un museo o de una colección museográfica, integrados en la Red, se llevará a cabo teniendo en cuenta las finalidades y las disposiciones siguientes:

- a) Facilitar la investigación científica.
- b) Promover la difusión de estos centros y de los bienes que se instalan o se muestran.
- c) Salvaguardar los derechos de propiedad intelectual de los autores.
- d) Garantizar la conservación de las obras sin interferir en la actividad normal del museo.

2. La administración competente establecerá las condiciones consensuadas con la Junta Interinsular de museos para autorizar la copia o la reproducción por cualquier procedimiento de los objetos custodiados en los centros mencionados. En caso de depósitos, debe contarse con el visto bueno de los titulares de éstos.

3. En las copias y reproducciones de los fondos de un museo o de una colección museográfica, debe figurar esta condición mediante una marca reconocible e identificable».

Cada contrato deberá ser diferente, pero hay modelos básicos que ponen de manifiesto los puntos que normalmente se deben tener en cuenta en estas aventuras comerciales: delimitación de lo que se otorga a la empresa comercial, si se le otorga con exclusividad o no, cómo se facilitará el acceso al bien a reproducir, cómo se controlará la calidad de lo reproducido, qué se recibirá a cambio de la licencia, duración...⁵¹.

Todo ello está además relacionado con la propiedad intelectual que ostente el museo, el derecho de reproducción de los bienes del museo, y con la propiedad industrial del museo, si ostenta o no una marca que pueda servir para distinguir estos productos y proteger los intereses del museo. Cuestiones éstas tratadas en el apartado 4.2 del capítulo 15, de María TEIXIDOR JUFRESA.

8. LA VALORACIÓN O TASACIÓN DE BIENES CULTURALES

8.1. Normas éticas y jurídicas sobre valoración de bienes culturales

Según lo que establece el Código de Deontología del ICOM, en su art. 5.2, los museos sólo pueden tasar o valorar los bienes culturales en casos muy concretos:

5.2. Autenticación y valoración (tasación)

Un museo puede efectuar valoraciones para asegurar sus colecciones. Sólo se deben emitir dictámenes sobre el valor económico de otros objetos a petición oficial de otro museo o de las autoridades jurídicas, gubernamentales u otros poderes públicos competentes. No obstante, cuando el museo pueda ser el beneficiario de un objeto o espécimen, su valoración se efectuará con toda independencia⁵².

Esta norma profesional, también presente en otros códigos⁵³, ha sido introducida en algunas de las leyes de las CCAA, que la han aplicado a los

⁵¹ Una excelente fuente de información y consejos sobre estos temas para los museos es: S. HODES y K. GROSS, «Museums in the Commercial Marketplace: The Need for Licensing Agreements»; *10 Connecticut Law Review*, 1977-1978, pp. 620 y ss. Este artículo incluye además un modelo de contrato de licencia.

O el art. 49 de la Ley 10/1994, de 8 de julio, de Museos de Castilla y León: «La realización de copias y reproducciones, por cualquier procedimiento, de los fondos de un museo integrado en el Sistema de Museos de Castilla y León, se basará en los principios de facilitar la investigación y la difusión cultural, salvaguardar los derechos de propiedad intelectual de los autores, garantizar la debida conservación de las obras y no interferir en la actividad normal del museo. La Junta de Castilla y León desarrollará reglamentariamente estos principios.

En las copias obtenidas constará esta condición de manera visible, así como su procedencia».

⁵² Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

⁵³ Véase el Código de Deontología de la Museum Association británica, en su art. 2.14 (http://www.museumsassociation.org/asset_arena/text/07/codeofethics_2007.pdf). El código

museos públicos, y en algunos casos, a otros museos que forman parte de sus sistemas autonómicos de museos. Así, en la Ley 17/1990, de 2 de noviembre, de Museos de la Generalidad de Cataluña, en su art. 14 se establece que:

el personal de los museos de titularidad pública estará afectado de incompatibilidad en lo referente a comerciar con bienes culturales y hacer tasaciones de los mismos, excepto para uso interno de su institución o a petición de otro museo de Administración Pública, siempre que lo apruebe el órgano de Gobierno correspondiente⁵⁴.

8.2. Museos y valoraciones de bienes

La realidad es que los museos se ven obligados a realizar valoraciones de mercado de bienes culturales en más ocasiones que las mencionadas por el ICOM.

La mayor parte de las mismas las realizarán para poder llevar a cabo sus actividades, como son asegurar, inventariar y catalogar sus bienes. Dentro de este primer gran grupo de valoraciones también incluiríamos las necesarias para tres tipos de actividades que son en gran medida excepcionales en la mayoría de museos españoles: realizar ofertas de compra, solicitar precio para venta de uno de sus bienes culturales o reclamar indemnizaciones por la pérdida, robo o destrucción de los mismos.

En otras ocasiones, las menos, las valoraciones o tasaciones se realizarán como uno de los asesoramientos que se prestan a Administraciones o a tribunales de justicia.

Por último, y en contra en este caso de lo que afirman las normas éticas del ICOM, consideramos que también podrían darse para asesorar a particulares y empresas, si es que este servicio fuese asumido por el museo o por la institución que gobierna el museo como otra más de sus actividades de servicio a la comunidad. Lo importante, tal como declara el Código de Deontología de dicha asociación en otro de sus apartados, es que no se comprometa con ello la misión que tiene asignada el museo⁵⁵.

de la Association of Art Museum Directors de Norteamérica, también prohíbe a los directores de dicha asociación realizar autentificaciones a cambio de una cantidad de dinero (véase <http://www.aamd.org/about/#Code>).

⁵⁴ En parecidos términos: la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, establece en su art. 31: «El personal de los museos y colecciones museográficas de titularidad o gestión autonómica sólo podrá realizar peritaciones o tasaciones de bienes culturales o naturales para uso interno o interés científico de las instituciones en que preste servicio, en los casos en que se solicite por la Administración de Justicia, y en aquellos otros en los que, si las necesidades del servicio lo permiten y previa autorización de la Consejería competente en materia de museos, lo soliciten otras Administraciones Públicas o entidades sin ánimo de lucro».

⁵⁵ Véase art. 5 del Código del ICOM, reproducido en la siguiente pregunta.

Respecto a las valoraciones que efectúa el museo sin que le hayan sido solicitadas por un tercero, que en la mayoría de los museos serán las únicas que se realizarán, la necesidad de que las mismas sean rigurosas y profesionales surge del deber del museo de no malversar sus fondos económicos y de gestionar eficientemente sus recursos. El esfuerzo y tiempo que supone llevar a cabo valoraciones profesionales de los bienes culturales puede generar o ahorrar miles de euros a los museos en sus negociaciones de compra de bienes culturales y, en sus relaciones con las compañías de seguros. Una buena valoración aporta argumentos muy sólidos en el momento de ofrecer un precio por la compra de una pieza y evita graves perjuicios económicos en el de reclamar a una compañía de seguros por el robo, destrucción o daño de la pieza.

Debido a la necesidad que tienen los museos de realizar valoraciones de sus bienes culturales, nos ha parecido interesante presentar en el capítulo XVI y en el anexo al capítulo XVII lo que podríamos calificar como las nociones básicas de la doctrina jurídica sobre el valor de mercado de las obras de arte. Dado que estas nociones son en gran medida las mismas que las propias del valor de mercado de cualquier tipo de bien cultural, el texto servirá no sólo para los gestores de museos de artes plásticas sino y también para cualquier gestor de museos o de entidades culturales.

9. LA ACREDITACIÓN O AUTENTIFICACIÓN DE BIENES CULTURALES

Entre los distintos servicios de identificación de un bien cultural, la acreditación o autentificación, proceso que permite establecer de forma concluyente la autoría u origen de un bien cultural, reúne un cóctel de elementos que lo hace especialmente peligroso.

A la inherente dificultad técnica y científica que en muchas ocasiones presenta la determinación de la autoría de una pieza, se une el interés, en ocasiones totalmente deshonesto, de personas que buscan confundir al museo para conseguir que el valor de mercado de un objeto se multiplique considerablemente.

Entre todas las cuestiones que en un momento dado pueden tener que afrontar los gestores y profesionales de los museos, la determinación del autor de una obra de arte o de otros tipos de bienes culturales es, sin ningún género de dudas, una de las más problemáticas y más relevantes para su propio prestigio y el del museo para el que trabajan.

9.1. Normas éticas y autentificaciones

El Código de Deontología del ICOM, si bien menciona las autentificaciones, casi no las regula. Les dedica dos artículos, precedidos de una justificación de que puedan realizar actividades de lo que llama «identifica-

ción», y de las que el ICOM sólo regula las autentificaciones y las valoraciones:

5. Los museos poseen recursos que ofrecen posibilidades para otros servicios y beneficios públicos.

Principio: Los museos recurren a una vasta gama de especialidades, competencias y recursos materiales cuyo alcance supera el ámbito estrictamente museístico. Esto puede conducir a un aprovechamiento compartido de recursos o a la prestación de servicios, ampliando así el campo de actividades de los museos. Estas actividades se organizarán de manera que no se comprometa la misión que tiene asignada el museo⁵⁶.

El primero de los artículos, el 5.1, establece que:

- Toda actividad de identificación o autentificación siempre se deberá hacer de tal forma que no comprometa la misión del museo.
- Los museos no pueden beneficiarse de la actividad de identificación de los objetos.
- No se deben hacer públicos sus dictámenes antes de comunicarlos a las autoridades competentes, cuando se trate de objetos de los que se supone que fueron adquiridos, transferidos, importados o exportados ilegalmente.

Su texto es el siguiente:

SERVICIOS DE IDENTIFICACIÓN

5.1. Identificación de objetos adquiridos ilegalmente.

Cuando los museos prestan un servicio de identificación, deben actuar de tal manera que no se les pueda imputar que sacan un provecho directo o indirecto de esa actividad. La identificación y la autentificación de objetos de los que se supone o sospecha que fueron adquiridos, transferidos, importados o exportados ilegalmente no se deben hacer públicas antes de que se haya efectuado la notificación correspondiente a las autoridades competentes»⁵⁷.

El segundo tiene por título «autentificación y valoración», pero su contenido sólo se ocupa de la «valoración». Parece como si el redactor del Código se haya olvidado de la «autentificación», sobre la cual, y para suplir esta laguna, se deberá aplicar de forma analógica la misma norma que ICOM establece para la «valoración».

Por ello, para el ICOM la autentificación sólo se debería realizar para asegurar sus colecciones, a petición de otro museo o a petición de una autoridad pública, y siempre de forma que no se comprometa la misión del museo.

⁵⁶ Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

⁵⁷ *Ibid.*

5.2. Autenticación y valoración (tasación)

Un museo puede efectuar valoraciones para asegurar sus colecciones. Sólo se deben emitir dictámenes sobre el valor económico de otros objetos a petición oficial de otro museo o de las autoridades jurídicas, gubernamentales u otros poderes públicos competentes. No obstante, cuando el museo pueda ser el beneficiario de un objeto o espécimen, su valoración se efectuará con toda independencia⁵⁸.

9.2. Normas jurídicas y autenticaciones

Esta norma ética ha llevado a algunos Estados y CC. AA a restringir la posibilidad de que los museos públicos realicen informes de autenticación, uno de los tipos de peritajes posibles, para terceros. Por ejemplo, la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, establece en su art. 31:

El personal de los museos y colecciones museográficas de titularidad o gestión autonómica sólo podrá realizar peritaciones o tasaciones de bienes culturales o naturales para uso interno o interés científico de las instituciones en que preste servicio, en los casos en que se solicite por la Administración de Justicia, y en aquellos otros en los que, si las necesidades del servicio lo permiten y previa autorización de la Consejería competente en materia de museos, lo soliciten otras Administraciones Públicas o entidades sin ánimo de lucro.

Este tipo de normas a nuestro entender no son apropiadas, pues los museos, especialmente si son públicos o son entidades sin ánimo de lucro al servicio del interés general, deberían contribuir con este tipo de servicio a dar seguridad al mercado de los bienes culturales y a proteger los derechos e intereses de los ciudadanos, siempre que dispongan de los necesarios y correspondientes conocimientos científicos y técnicos para pronunciarse.

Por otra parte, incluso cuando el museo pretende minimizar sus riesgos no ofreciendo servicios de autenticación, no puede evitar que constantemente esté realizando autenticaciones. Cada vez que cuelga un cuadro o acepta una pieza en sus exposiciones temporales o en la permanente, lo hace. Cada vez que publica un catálogo o un libro en el que figura una pieza, lo hace. Cada vez que decide incluir o no incluir una obra en el catálogo razonado de un autor, lo hace.

Por todo ello, nos ha parecido imprescindible dedicar uno de los capítulos del libro a esta materia.

El lector encontrará en el capítulo XVII la contribución de Rom SPENCER, sobre este tema. Este abogado de Nueva York, editor y coautor de

⁵⁸ *Ibid.*

*The expert versus the object*⁵⁹, analiza y nos guía en esta difícil cuestión, que tal como destaca siempre descansará sobre tres pilares: las pruebas científicas aportadas por las ciencias experimentales, el estudio de la procedencia y, el realmente importante y fundamental, el ojo del experto.

A su aportación se ha añadido, a modo de anexo, un trabajo que se ocupa de la relación que presentan las valoraciones o tasaciones con las expertizaciones o autentificaciones, y que además ofrece una aproximación sintética a lo que constituye la determinación del autor de un bien cultural.

10. LA BÚSQUEDA DE APORTACIONES Y GASTOS DE LOS PARTICULARES A FAVOR DE LOS MUSEOS

10.1. Aportaciones y gastos de los particulares a favor de los museos, incentivados fiscalmente: el mecenazgo

Montse CASANELLAS desarrolla en el capítulo XVIII tres de las fuentes de financiación de los museos y que son manifestaciones de la participación de los sujetos privados en fines de interés general premiadas por nuestro legislador con incentivos fiscales:

- a) Las aportaciones desinteresadas, reguladas en el art. 17 de la ley 49/2002, de 23 de diciembre.
- b) Las aportaciones en el marco de convenios empresariales, reguladas en el art. 25 de dicha ley.
- c) Los gastos de los empresarios en actividades de interés general, reguladas en el art. 26 de dicha ley.

Todos ellas pertenecen al ámbito del mecenazgo, o por lo menos de lo que podríamos calificar como mecenazgo en sentido amplio⁶⁰.

⁵⁹ Al que se hace referencia en dicho capítulo.

⁶⁰ «El mecenazgo en sentido estricto es para nosotros sólo una de las posibles formas de participación del sector privado en la realización de actividades de interés general, que se diferencia del resto de formas en consistir siempre en una aportación gratuita o semi-gratuita de dinero u otros tipos de bienes o derechos, incentivada fiscalmente, que realiza una entidad privada en favor de otra entidad privada sin ánimo de lucro, o de una entidad pública, para que éstas persigan con dicha aportación fines de interés general. En cambio, la Ley 49/2002 se aparta de esta concepción, acorde con la tradición, y llega a calificar como mecenazgo incluso los gastos e inversiones de una empresa relacionados con fines de interés general» (Lluís PEÑUELAS I REIXACH, en el prólogo a la obra de M. CASANELLAS, *El nuevo régimen tributario del mecenazgo*, Madrid, Marcial Pons, 2003, p. 11 (citadas omitidas), y que sería lo que nosotros llamaríamos mecenazgo en sentido amplio: conjunto de aportaciones, gastos e inversiones de los particulares que persiguen el interés general y que son premiados por el Ordenamiento Jurídico con la concesión de beneficios fiscales a aquellos que los realizan. (Véase la definición de mecenazgo en sentido estricto y amplio en M. CASANELLAS, *op. cit.*, pp. 36 y ss.) Este concepto amplio de mecenazgo incluiría todos los supuestos que forman parte del mecenazgo en sentido estricto, pero sumándole gastos e inversiones que realizan los sujetos particulares directamente en aras del interés general y que son premiados con beneficios fiscales. Serían figuras que, además de estar reguladas en la ley 49/2002, también lo estarían en las leyes de la mayoría de grandes impuestos españoles: IRPF e IS.

La búsqueda de estas aportaciones, gastos e inversiones es otra de las actividades accesorias de los museos, sometidas como toda actividad accesoria a los principios y normas éticas comentados en el apartado 3 de esta introducción al Libro IV.

10.3. Las aportaciones desinteresadas a los museos

Las aportaciones desinteresadas a las entidades beneficiarias del mecenazgo que gestionan museos para que éstas las destinen a fines de interés general, sin que exista la obligación de la entidad que recibe la aportación de publicitar la aportación, han sido analizadas en el apartado 2 del capítulo XVIII⁶¹.

Debe quedar claro que entre los diferentes tipos de aportaciones que puede recibir un museo, éstas no son las más relevantes para la financiación de los museos y de sus actividades, dado que las que realmente revisiten mayor volumen económico, según nuestra propia experiencia, son aquellas realizadas por empresas en la que éstas exigen como mínimo que la donación al museo se haga pública.

Las aportaciones desinteresadas, que no comportan la obligación de publicitar la aportación, se darían por ejemplo en el caso de que una persona entregara unos derechos, una cantidad de dinero o unos bienes culturales sin exigir absolutamente nada a cambio, con la única excepción, que en muchos casos tampoco se da, de que se le hiciera el correspondiente certificado que acreditase ante la Administración tributaria que había efectuado dicha aportación.

10.4. Los convenios de colaboración empresarial

Los convenios de colaboración empresarial son donaciones que se formalizan mediante la firma de un convenio escrito del que nace la obligación de la entidad que la recibe de hacer pública dicha aportación.

⁶¹ Las pueden efectuar personas físicas sujetos pasivos del IRPF o del IRPF de no Residentes, o personas jurídicas sujetos pasivos del IS, y se encuentran premiadas con la posibilidad de que el que la efectúa pueda deducirse el 25 por 100, en ocasiones el 30 por 100, del valor de lo aportado de su cuota del impuesto del IRPF, si es una persona física que tributa por el IRPF, y del 35 por 100 al 40 por 100 si es una persona jurídica que lo hace por el IS. Que tengan derecho a deducirse sea el 30 por 100 o el 40 por 100, en lugar del 25 por 100 o del 35 por 100, respectivamente, depende de que la finalidad a que se dediquen las aportaciones se encuentre listada entre las anualmente primadas en la Ley de Presupuestos del Estado, tema éste comentado en el apartado 2.3 del capítulo XVIII. Estos beneficios fiscales en ocasiones se ven complementados y aumentados por beneficios establecidos por las CCAA, comentados seguidamente. Además, y ello es muy importante, las ganancias patrimoniales que se pongan de manifiesto en el patrimonio del donante por haber realizado la aportación no estarán gravados ni en el IRPF, ni en el impuesto sobre la renta de no Residentes, ni en el Impuesto sobre Sociedades, ni en el Impuesto sobre el Incremento del Valor de los terrenos de Naturaleza Urbana (art. 23 de la ley 49/2002).

Es un caso muy parecido al anterior, sólo que aquí el que aporta ha de ser forzosamente un empresario o un profesional sujetos al IS o al IRPF no R, con establecimiento permanente en España, o al IRPF, en régimen de estimación directa. El que recibe ha de ser una de las entidades beneficiarias del mecenazgo, que seguidamente identificaremos.

Como decíamos, ésta será la vía por la que los museos recibirán normalmente aportaciones de los sujetos privados. Ha sido estudiado en el apartado 3 del capítulo XVIII⁶².

10.5. Los gastos en actividades de interés general

La ley 49/2002 recoge un tercer supuesto que no puede calificarse de aportación a los titulares de los museos, pero que puede ser de gran interés para éstos: se trata de gastos en actividades de interés general realizados por un empresario o un profesional sujetos al IS o al IRPF no R, con establecimiento permanente en España, o al IRPF, en régimen de estimación directa⁶³.

Ésta es una fórmula que no ha sido explotada suficientemente por los museos, y que encuentra su mayor dificultad en la necesidad de que se cumplan los requisitos establecidos en el Real Decreto 765/1995, de 5 de mayo, que exige que se remita a la Agencia Estatal Tributaria una comunicación escrita donde se justifique la contribución de la actividad realizada a los fines de interés general. Se analiza en el apartado 4 del capítulo XVIII.

10.6. ¿Qué museos reúnen los requisitos para recibir aportaciones o donaciones que generen beneficios fiscales a los donantes?

Serán las personas jurídicas listadas en los art. 16 y en las Disposiciones adicionales quinta, sexta, séptima, octava, novena y décima de la ley 49/2002. Todas ellas se han mencionado y comentado en el apartado 2.1 del capítulo de Montse CASANELLAS⁶⁴.

⁶² Dan lugar a que el donante pueda deducirse el total del valor de lo donado de la base imponible del IRPF, si es empresario o profesional persona física sometido a estimación directa, o de la base imponible del IS, si es un empresario persona jurídica.

⁶³ Como beneficio fiscal se permite que un gasto realizado por estos sujetos y que sea ajeno a la actividad económica por cuyas rentas deben tributar, pueda considerarse como gasto y deducirse de la base imponible del correspondiente impuesto.

⁶⁴ Los museos cuya titularidad corresponda a fundaciones y asociaciones declaradas de utilidad pública que no se hayan acogido a la ley 49/2002 también pueden recibir aportaciones que den lugar a beneficios fiscales a los donantes, pero en este caso los beneficios fiscales que se otorgan son inferiores y también se reducen los tipos de bienes que pueden ser donados. Tema analizado en el apartado 5 del capítulo XVIII.

10.7. Las cuotas de los miembros de las asociaciones de amigos de los museos pueden o no estar incentivadas

Existen en nuestros museos muchas asociaciones de amigos que colaboran financieramente con la marcha del museo o en las actividades que en el mismo se efectúan.

Lo cierto es que los museos suelen crear estas asociaciones en parte para recibir ayudas financieras, en parte para realizar su misión y en parte para arraigarse más en la sociedad a la que sirven.

Sea cual sea su fin, lo primero que deberemos dilucidar es si el titular del museo ha promovido realmente la creación de una asociación⁶⁵, una persona jurídica independiente y autónoma de la que gestiona el museo, o simplemente ha establecido un servicio más, ofrecido directamente por el mismo bajo la denominación de «asociación de amigos».

Ello es importante para determinar la naturaleza de la persona jurídica que recibe dichas aportaciones, pues sólo si se trata de algunas de las mencionadas anteriormente en esta misma pregunta, las cantidades que den los «asociados» podrían dar derecho a obtener los beneficios fiscales que acabamos de comentar, siempre que la entidad destine dichas cantidades a los fines que le son propios y extienda el correspondiente certificado para los donantes.

Sin embargo, y tal como también comenta la Dra. CASANELLAS, el art. 17 de la ley 49/2004 exige que estas cuotas o aportaciones no den derecho a «percibir» una prestación presente o futura.

Por ello, cabe preguntarnos cómo interpretará la Administración tributaria el hecho de que las cuotas que suelen pagarse en la mayoría de las asociaciones de museos siempre sean promovidas por el museo con una serie de «contraprestaciones», tales como entrada gratuita en el museo, reducciones de precios en las tiendas del museo, reducción de precios en las actividades que realice la asociación; reducción de precio en el alquiler de espacios, invitaciones a actividades que otras personas, no socias, deben abonar... Seguramente la respuesta a si se aceptaría que estas cuotas o aportaciones diesen lugar a deducciones en las declaraciones de los asociados dependerá del análisis de los beneficios prometidos por cada asociación y para cada categoría de «socio», pero podemos aventurar que si se mantiene la interpretación que ha realizado la Administración en los pocos casos en que se ha pronunciado hasta ahora en supuestos similares (véase apartado 2.2 del capítulo XVIII), se considerará generalmente que los asociados no tienen derecho a deducirse cantidad alguna⁶⁶.

⁶⁵ O incluso una fundación, como es el caso de los amigos del Museo Nacional de Arte de Cataluña, MNAC.

⁶⁶ Sólo no existiría duda, si los asociados, tal como ocurre con lo que hacen muchos españoles financiando grandes ONG como Médicos sin Fronteras o la Cruz Roja, entregasen anualmente su dinero sin recibir nada a cambio, más que la satisfacción de saber que con su donación ayudan o colaboran con los fines de interés general propios de la entidad que recibe el dinero.

Las asociaciones de amigos de los museos en España están concebidas más como centros de servicios subvencionados a sus miembros a cambio de cuotas mínimas que como instrumentos para recabar ayuda financiera desinteresada para los museos. Los «amigos» de los museos, en España, y en muchos países, son mayoritariamente «clientes-beneficiarios» de los museos, y sólo excepcionalmente «mecenas» de los mismos.

10.8. Los voluntarios de los museos no reciben incentivos fiscales en España

Se ha analizado la figura de los voluntarios en el apartado 4 de la introducción al Libro II de esta obra y en el capítulo V. La Dra. CASANELLAS lo vuelve a hacer en el capítulo XVIII para resaltar que el trabajo que realizan sin recibir nada a cambio no puede considerarse como una donación que permita al voluntario desgravarse cantidad alguna de sus impuestos. No sólo esto, en el caso de que sea un profesional o un empresario deberá tributar por el IVA como un supuesto de autoconsumo.

10.9. Si se condiciona una donación, se pierden los incentivos fiscales

Como se comprueba en los respectivos apartados del capítulo XVIII, la legislación española sobre mecenazgo, es decir, sobre las aportaciones o donaciones comentadas, no permite a los donantes exigir prácticamente nada. Estas donaciones o aportaciones sólo están condicionadas por la propia ley que las regula⁶⁷, y no por la voluntad del donante. Por ello, si éste las condiciona, no podrá recibir los beneficios fiscales previstos en la normativa de las figuras que hemos estudiado.

En el mundo de los museos hay algunas condiciones que se suelen repetir con cierta frecuencia en la negociación de donaciones. Por ejemplo, que se mantenga la colección de bienes donados siempre junta. O que en caso de no ser expuesta, que se le devuelva la propiedad al donante. O que una determinada sala del museo lleve el nombre del donante. Este tipo de condiciones, en la medida en que son diferentes a las previstas en el ley 49/2002, comportarán la pérdida de la posibilidad de que el donante obtenga beneficios fiscales. En cambio, solicitar que se publicite que un bien ha sido donado en la cartela o cuando se publica en un libro, o que una sala se ha construido gracias a una apor-

⁶⁷ Y la ley lo que hace es, en primer lugar, determinar la finalidad a la que deberá dedicar el museo la donación: deberá ser en cumplimiento de su finalidad de interés general específica de la entidad que recibe la aportación (art. 24 e y art. 25 de la ley 49/2002). En segundo lugar, y sólo para aquellas que se hayan vehiculado a través de un convenio de colaboración empresarial, estableciendo que el museo que recibe la ayuda deba difundir por algún medio la participación del donante o colaborador en las actividades del museo.

tación, o que una exposición ha sido patrocinada, sí que cumplen con dicha ley, por lo que el donante podrá disfrutar de los beneficios fiscales por su donación o aportación.

Existen otros tipos de condiciones sobre las que no existe duda de que no respetan los requisitos propios de los supuestos de mecenazgo y que entrarían de lleno en el ámbito del patrocinio publicitario, de la publicidad o de los acuerdos comerciales. Por ejemplo, que en el museo se haga propaganda de interés para la empresa que hace la donación, como podría ser mediante la colocación de anuncios de su nombre, imagen, o productos. O un caso aún más extremo y claro, que se exija a cambio de la aportación de dinero que se le compren determinados productos por un tiempo y cantidad determinados.

Tanto si estamos en supuestos de donaciones incentivadas fiscalmente, como de donaciones condicionadas no incentivadas o de acuerdos publicitarios o comerciales, pero especialmente en estos últimos, el museo lo que debe plantearse es si dichas aportaciones sirven directamente o indirectamente a la misión del museo, y si no es así, si por lo menos la respetan. Ésta es una proposición extraída de las normas éticas que rigen las actividades accesorias comentadas anteriormente.

Para comprobar este requisito se puede utilizar el listado de preguntas establecido por la Association of Art Museum Directors, en el informe «Gestión de las relaciones entre los museos de arte y los patrocinadores corporativos». En el mismo, esta asociación alertaba de los peligros y problemas que en ocasiones surgen cuando una persona o una empresa desea donar una cantidad o bienes al museo pero al mismo tiempo pide toda una serie de condiciones:

Al gestionar sus relaciones con los patrocinadores corporativos, los directores de museos de arte se enfrentan a un reto adicional. Algunas empresas pueden dedicarse a prácticas comerciales poco éticas o desfavorables, o pueden comercializar productos o servicios controvertidos. Otras pueden pretender exponer productos o servicios dentro del contexto del museo o intentar ejercer una influencia excesiva sobre el contenido de su programación. El director del museo y su patronato son los responsables de determinar si el patrocinio de los programas del museo por estas empresas es coherente con los intereses de su institución y actuar en consecuencia aceptando y gestionando –o rechazando– dicho patrocinio.

Los antecedentes de colaboración entre los museos de arte y las empresas por el bien de la comunidad son extraordinarios. Para optimizar el beneficio público del patrocinio corporativo de las artes y mantener la confianza del público, los directores de museos —previa consulta con su patronato y personal— deben sopesar las siguientes consideraciones:

- La reputación, los valores, los productos y los servicios de la empresa, ¿son coherentes con los criterios de calidad e integridad del museo y su comunidad?

- El enfoque que tiene la empresa del patrocinio, ¿es responsable y respetuoso con la misión y el programa del museo?
- ¿Entiende la empresa las limitaciones que comporta la promoción comercial a través del patrocinio del museo?
- La fuente de financiación corporativa, ¿es filantrópica o comercial? Y ¿plantea esta distinción unas expectativas o unas exigencias aceptables para el museo?
- ¿Tiene la empresa antecedentes de filantropía cívica e implicación positiva en la comunidad?
- ¿Tiene la empresa antecedentes de apoyo a las artes y la educación?
- Los antecedentes de apoyo de la empresa, ¿son positivos y constructivos?
- Si no hay antecedentes de apoyo, ¿demuestra la empresa seriedad en sus propósitos y el potencial para establecer un compromiso a largo plazo de apoyo a las artes y la educación?
- Los motivos de la empresa para apoyar las artes, ¿son transparentes y aceptables para el museo? ¿Existe un conflicto de intereses real o percibido para aceptar este apoyo?
- ¿Sobrepasan las peticiones de reconocimiento lo que ofrece normalmente el museo a los donantes?
- ¿Aporta la empresa recursos —apoyo adicional de programas, servicios en especie, conocimientos de marketing, etc.— al patrocinio que beneficien al museo?
- ¿Pretende la empresa intervenir y/o influir en el contenido del programa patrocinado?
- ¿Hay riesgos asociados al patrocinio y, en caso afirmativo, son aceptables para el museo?
- El patrocinio de la empresa, en términos de percepción pública e imagen y práctica del museo, ¿es en última instancia un beneficio que favorece el cumplimiento de la misión del museo?
- ¿Es el patrocinio coherente con las restricciones y requisitos legales aplicables, tanto si son generales como específicos del museo?⁶⁸.

10.10. Otros gastos e inversiones incentivadas fiscalmente por el Estado central de interés para los museos

Aun manteniéndonos en el Ordenamiento Jurídico estatal, podemos hallar en el mismo varios gastos en actividades de interés general o inversiones que pueden tener relación con los museos y con el patrimonio cultural y que no se encuentran en la ley 49/2002 estudiada en el capítulo XVIII.

Se trata de gastos o inversiones realizadas por sujetos pasivos del IRPF o del IS, gastos e inversiones que persiguen finalidades muy tasadas

⁶⁸ Del mes de mayo del 2007, publicado en su página web: http://www.aamd.org/papers/documents/CorporateSponsors_clean06-2007doc.pdf.

y que en algunos casos pueden tener relación con la preservación del patrimonio cultural y los fines de los museos⁶⁹.

Se incentiva:

1. La adquisición de bienes del Patrimonio Histórico Español, realizada fuera del territorio español para su introducción dentro de dicho territorio. Se exige que el bien sea declarado bien de interés cultural o bien mueble inventariado dentro del primer año desde su importación. Debe permanecer cuatro años en el patrimonio de su titular. La valoración la efectúa la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español.
2. La conservación, reparación, restauración, difusión y exposición de los bienes de su propiedad que estén declarados de interés cultural, según la normativa del Estado o de las CCAA, siempre que se cumplan las exigencias de dicha normativa, en especial los deberes de visita y exposición pública.
3. Actuaciones en entornos protegidos. Se trata de la rehabilitación de edificios, el mantenimiento y reparación de sus tejados y fachadas, así como la mejora de infraestructuras de la propiedad del contribuyente situada en entornos protegidos de ciudades españolas o en conjuntos declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO situados en España.

¿Cómo se incentivan? Pues con la deducción en la cuota del IRPF del 15 por 100 de lo gastado o invertido art. 55.5 de la Ley 40/ 1998 del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y otras normas tributarias), si es una persona física el que gasta o invierte; y con una deducción en la cuota del IS del 15 por 100 de lo gastado o invertido (art. 38.1 de la LIS), si es una persona jurídica.

10.11. Otros gastos e inversiones y aportaciones incentivadas fiscalmente por las CCAA de interés para los museos

La normativa del IRPF establece deducciones sobre la cuota íntegra autonómica correspondiente a numerosas CCAA que pueden ser de interés para promover las donaciones a los museos. Son muy variadas, por lo que el lector deberá consultar cada año la legislación que corresponde a la Comunidad Autónoma en la que el sujeto que efectúa la aportación, el gasto o la inversión debe tributar.

A modo de ejemplo, y para poder tener una idea muy precisa de que características reúnen, pasamos a recoger las vigentes en el año 2007 que

⁶⁹ Se encuentran regulados en la LIS (RDL 4/2004, de 5 de marzo) y en la LIRPF (RDL 3/2004, de 5 de marzo). Los sujetos que pueden recibir beneficios fiscales por realizar estas actuaciones son los sujetos pasivos (empresario o no) del IRPF y del impuesto sobre la renta de los no residentes y sujetos pasivos del IS.

pueden ser de interés para financiar las actividades e inversiones de los museos:

- Canarias: Deducción de la cuota íntegra autonómica del 20 por 100 de las cantidades donadas a determinadas fundaciones para la rehabilitación o conservación del patrimonio histórico de Canarias⁷⁰.
- Cantabria: deducción de la cuota íntegra autonómica del 15 por 100 de las cantidades donadas a determinadas fundaciones que persigan fines culturales⁷¹.
- Castilla y León: Deducción de la cuota íntegra autonómica del 15 por 100 de las cantidades donadas a determinadas fundaciones con las siguientes finalidades: rehabilitación o conservación de bienes que se encuentren en el territorio de Castilla y León, que formen parte del Patrimonio Histórico Español o del Patrimonio Cultural de Castilla y León. También se aplica esta deducción por las cantidades donadas a fundaciones inscritas en el Registro de Fundaciones de Castilla y León, siempre que por razón de sus fines estén clasificadas como culturales⁷².
- Madrid: Deducción de la cuota íntegra autonómica del 15 por 100 de las cantidades donadas a determinadas fundaciones y que persigan fines culturales⁷³.
- Murcia: Deducción de la cuota íntegra autonómica del 30 por 100 de las cantidades donadas a determinadas fundaciones que tengan como fines primordiales el desarrollo de actuaciones de protección del Patrimonio Histórico de la Región de Murcia⁷⁴.
- Valencia: Deducción de la cuota íntegra autonómica del 10 por 100 de las donaciones puras y simples de bienes que, formando parte del Patrimonio Cultural Valenciano, se realicen en favor de determinadas fundaciones; y deducción de la cuota íntegra autonómica del 5 por 100 de las cantidades dinerarias donadas para la conservación, reparación y restauración de los bienes que, formando parte de Patrimonio Cultural Valenciano, se realicen en favor de determinadas fundaciones⁷⁵.

⁷⁰ Véase Ley 10/2002, de 21 de noviembre, por la que se regula el Tramo Autonómico del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas en la Comunidad Autónoma de Canarias.

⁷¹ Ley de Cantabria 5/2006, de 25 de mayo, de Medidas Urgentes de Carácter Fiscal.

⁷² Decreto Legislativo 1/2006, de 25 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Disposiciones Legales de la Comunidad de Castilla y León en materia de tributos cedidos por el Estado.

⁷³ Ley de la Comunidad de Madrid de 4/2006, de 22 de diciembre, de medidas fiscales y administrativas.

⁷⁴ Ley de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 15/2002, de 23 de diciembre, de Medidas Tributarias en Materia de Tributos Cedidos y Tasas Regionales.

⁷⁵ Ley 10/2006, de 26 de diciembre, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera y de Organización de la Generalitat.

11. TRIBUTOS QUE GRAVAN LAS ACTIVIDADES Y PATRIMONIO DE LOS MUSEOS

11.1. Los tributos que gravan los museos

La tributación de los museos ha sido abordada en el capítulo XIX por Montserrat CASANELLAS y en el capítulo VII por Susana IBARZ.

Montserrat CASANELLAS se ocupa de la tributación de los museos en los ámbitos del Impuesto de Sociedades, del IRPF, de los tributos locales (IAE, IBI e Impuesto sobre la plusvalía de los terrenos de naturaleza urbana), del IVA y del ITP y AJD, centrándose en los supuestos en que los titulares de los museos son entidades públicas o entidades privadas sin ánimo de lucro.

Con ello, esta autora ha abarcado la mayoría de obligaciones tributarias pecuniarias en que pueden incurrir los museos españoles en su quehacer cotidiano o por el simple hecho de ser titulares de bienes y derechos.

Susana IBARZ ha abordado en el capítulo VII el tema de la tributación de los museos sólo respecto a unas situaciones muy particulares y un tanto excepcionales: las adquisiciones y las ventas de los bienes de la colección del museo. Gracias al mismo, el lector podrá conocer con detalle las obligaciones tributarias derivadas de la adquisición onerosa o gratuita de obras de arte y de bienes que forman parte del patrimonio cultural, de la tributación de la adquisición por usucapión de bienes del patrimonio cultural y de las ventas del patrimonio que en algunos casos pueden llegar a efectuar los museos

Por último, sobre cuestiones doctrinales relacionadas con esta materia también puede ser útil acudir al capítulo IV del libro *Manual Jurídico de los Museos*, editado por nosotros en el año 1998⁷⁶.

11.2. El Impuesto de Sociedades y los museos

El impuesto de sociedades ha perdido gran parte de su trascendencia para los museos con la entrada en vigor de la ley 49/2002. Éste es un impuesto que no afectaba a los museos de titularidad pública, pero sí a aquellos cuya titularidad recaía en entidades sin ánimo de lucro: fundaciones, asociaciones, entidades religiosas, etc. Sin embargo, la posibilidad que tienen ahora estas entidades de someterse al régimen voluntario de esta ley (véase apartado siguiente de esta introducción) y las exenciones establecidas en su art. 6, comentadas en el apartado 2 del capítulo XIX, provocan que en la inmensa mayoría de los casos, cuando estas gestionan museos, no deban pagar cantidad alguna por este impuesto,

⁷⁶ Cit., pp. 139 y ss.

dado que estarán exentas las rentas procedentes de todas las explotaciones realizadas por dichas entidades sometidas a la ley 49/2002 siempre que:

- Estas explotaciones sirvan a las finalidades propias de las mismas, y consistan, entre otras, en la de explotación del museo, la de organización de exposiciones temporales, la de gestión de bibliotecas, archivos y centros de documentación y, por último, la de edición.
- Sean complementarias o auxiliares a estas explotaciones.
- Sean de escaso valor.

11.3. ¿Qué prestaciones de servicios de los museos se encuentran gravadas por el IVA?

Los supuestos que pueden generar la obligación de tributar por el IVA y que son de relevancia para los museos han sido tratados en el apartado 4 del capítulo XIX. Quisiéramos sin embargo manifestar nuestra opinión sobre uno de los puntos que consideramos más trascendentes para los museos.

El art. 20, 1,14 de la LIVA⁷⁷ establece toda una serie de exenciones que pueden repercutir sobre las operaciones realizadas en los museos por entidades de Derecho público o entidades privadas culturales:

Las prestaciones de servicios que a continuación se relacionan efectuadas por Entidades de Derecho público o por Entidades o establecimientos culturales privados de carácter social:

- a) Las propias de bibliotecas, archivos y centros de documentación.
- b) Las visitas a museos, galerías de arte, pinacotecas, monumentos, lugares históricos.
- (...)d) La organización de exposiciones y manifestaciones similares.

Esta exención afecta, por tanto, no a cualquier sujeto que realiza estos servicios. Un sujeto privado no podrá beneficiarse, una entidad pública, sí. Una entidad cultural privada de carácter social, también. Pero en este último caso, sólo si reúne una serie de requisitos y solicita expresa y previamente la exención.

Para poder obtener estas exenciones, las entidades privadas de carácter cultural deberán cumplir los requisitos del art. 20.3 de la LIVA, analizados en el apartado 4 del capítulo XIX.

Nuestro interés es resaltar que «respecto al ámbito de los museos, esta exención del art. 20.1.14 del IVA, se extiende, en nuestra opinión, (...), a todas las prestaciones de servicios que puedan realizar los cita-

⁷⁷ Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido.

dos sujetos que puedan reputarse como razonablemente necesarias para que el público pueda efectuar una visita a un museo, y que se agrupan dentro de lo que se ha calificado como actividad económica»⁷⁸ museística, descrita en el apartado 1 de esta introducción, «y a los servicios razonablemente necesarios para organizar exposiciones fuera del recinto del museo. Entre las primeras, volvemos a recordar, figuraban las siguientes:

- Servicios de guías.
- La cesión de utilización de aparatos audiovisuales que realizan la misma función que un guía, la cesión de las máquinas que puedan ser necesarias para apreciar lo expuesto (instrumentos ópticos o mecánicos, etc.).
- La prestación de cualquier otro servicio propio de la actividad museística⁷⁹.

12. MUSEOS, ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO Y EL RÉGIMEN JURÍDICO TRIBUTARIO Y DEL MECENAZGO DE LA LEY 49/2002

12.1. Ideas previas

La importancia que tiene para el mundo de los museos españoles el régimen tributario y del mecenazgo de la ley 49/2002, explica que le dediquemos esta pregunta.

A. Entidades que pueden acogerse a este régimen

Las posibles entidades privadas sin ánimo de lucro que pueden acogerse a este régimen se encuentran listadas en el art. 2 de la ley 49/2002 y en sus Disposiciones adicionales quinta, sexta, séptima, octava, novena y décima, y han sido mencionadas en este libro en el apartado 2.1 del capítulo XVIII. Nosotros dedicaremos la mayor parte de nuestros comentarios a una de ellas: las fundaciones, por su indudable importancia en el ámbito de los museos privados.

B. Es un régimen tributario mucho más favorable que el general y que afecta a cinco impuestos y al mecenazgo

Las entidades que se acogen a este régimen pagan menos impuestos, tal como se analiza en el capítulo XIX, de Montserrat CASANELLAS CHUECOS, y pueden atraer más aportaciones de mecenazgo gracias a que estas

⁷⁸ L. PEÑUELAS I REIXACH, en VV.AA.: *Manual ...*, cit., p. 170.

⁷⁹ *Ibid.*

son premiadas con mayores beneficios fiscales, estudiados en el capítulo XVIII, también de Montserrat CASANELLAS CHUECOS.

Las disposiciones de la ley 49/2002 sólo afectan al régimen del mecenazgo y a cuatro de los impuestos que en un momento dado deberían pagar dichas entidades: Impuesto de sociedades, Impuesto de Actividades Económicas, IBI, e Impuesto sobre el incremento de valor de los terrenos de naturaleza urbana.

El resto de impuestos que recaen sobre fundaciones y asociaciones se regulan en las leyes de cada uno de dichos impuestos. Cabe destacar, sin embargo, que la ley 49/2002 repercute en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, pues la normativa que lo regula establece que estarán exentos de este impuesto: «*b*) Las entidades sin fines lucrativos a que se refiere el art. 2 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, que se acojan al régimen fiscal especial en la forma prevista en el art. 14 de dicha Ley»⁸⁰.

El IVA en cambio tiene sus definiciones propias sobre lo que son entidades no lucrativas a efectos del mismo. Se han analizado en el apartado 4 del capítulo XIX.

C. *Es un régimen voluntario*

Es un régimen voluntario: se ha de comunicar la voluntad de acogerse al mismo.

Para poder disfrutarlo es necesario comunicar a la Administración tributaria estatal esta voluntad mediante la presentación de una declaración censal⁸¹.

Esta comunicación es un requisito necesario tanto para no tener que pagar impuestos, como para que se puedan ofrecer beneficios fiscales a las personas físicas y jurídicas que ayuden a la entidad en su misión de gestionar y hacer funcionar el museo⁸².

⁸⁰ Art. 45, I.A de la Ley del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 septiembre.

⁸¹ Véase art. 1.1 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Se trata de una simple comunicación. No es necesario esperar a que la Administración resuelva nada, tal como ocurría con la anterior legislación sobre la materia, en la que tanto la Administración tributaria del Estado como de las Entidades Locales debían analizar si el solicitante reunía los requisitos legales y después conceder o no el estatus de entidad especialmente beneficiaria. Con la nueva normativa, y siempre que se cumplan los requisitos legales, desde la fecha de la comunicación nace el derecho a disfrutar de los beneficios previstos en la ley.

⁸² Véase art. 16 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre.

También debe comunicarse a las Administraciones locales a efectos de las exenciones que atañen a los tributos locales⁸³.

A la Iglesia católica y otras iglesias, confesiones y comunidades religiosas no se les exige que efectúen comunicación alguna ni a la Administración tributaria ni a las Administraciones locales. A estas entidades religiosas este régimen fiscal especial se les aplica de forma automática⁸⁴.

D. *Es un régimen permanente*

Una vez se ha comunicado, se aplicará al periodo impositivo que finalice con posterioridad a la fecha de presentación y a todos los sucesivos de forma automática: sin necesidad de una nueva comunicación⁸⁵. Es un régimen que se aplica de forma indefinida. Tiene, pues, vocación de permanecer en el tiempo.

Pero se aplicará a los periodos impositivos sucesivos de forma automática, siempre que se den dos circunstancias: «en tanto se cumplan los requisitos del art. 3 de esta Ley y mientras no se renuncie a su aplicación en la forma que reglamentariamente se establezca» (art. 14 de la ley)⁸⁶.

E. *Es un régimen que se pierde de forma automática si se incumplen los requisitos*

Además de solicitarlo, es necesario que se cumplan en todo momento diez requisitos del art. 3 de la Ley 49/2002, para poder disfrutar del régimen.

Se deben cumplir tanto en el momento de solicitar el régimen como con posterioridad.

Si en un ejercicio fiscal determinado la entidad deja de cumplir alguno de ellos, además de poder infringir la normativa sustantiva que le es propia, y por la que puede recibir las sanciones previstas en la misma,

⁸³ Véase art. 2 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo

⁸⁴ Véase Disposición adicional única del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

⁸⁵ Véanse art. 14 de la ley y art. 1 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

⁸⁶ Sí, en cambio, se exige solicitar anualmente el certificado de la Agencia Tributaria que prueba que la entidad ha comunicado a la Administración tributaria la opción por la aplicación del régimen fiscal especial regulado en el título II de la mencionada ley y que no ha renunciado a éste, certificado que la ley exige para que las entidades financieras no practiquen retenciones sobre los rendimientos financieros de dichas entidades (véase art. 4 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre). A la Iglesia católica y otras iglesias, confesiones y comunidades religiosas no se les exige que anualmente soliciten el anterior certificado y lo presenten a las entidades que les pueden realizar retenciones (véase Disposición adicional única del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre).

perderá automáticamente los beneficios fiscales que le corresponden en relación con sus tributos.

Esto le comportará «la obligación de ingresar la totalidad de las cuotas correspondientes al ejercicio en que se produzca el incumplimiento por el Impuesto sobre Sociedades, los tributos locales y el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, de acuerdo con la normativa reguladora de estos tributos, junto con los intereses de demora que procedan» y la de pagar «las sanciones que, en su caso, procedan»⁸⁷.

Por tanto, no sólo deberán ingresarse las cuotas y los intereses de demora, sino también de las correspondientes sanciones que puedan ser de aplicación. Y las sanciones pueden ser altísimas.

Dejar de cumplir los requisitos puede afectar también a las entidades que hayan realizado o vayan a realizar aportaciones, donaciones y ayudas. ¿Qué ocurrirá con los beneficios fiscales disfrutados por los sujetos que han realizado aportaciones reguladas en el Título III de la ley 49/2002, si la entidad que los recibió no era elegible para que dichas aportaciones generasen beneficios fiscales? Como indica el art. 16 de la ley 49/2002, «en el momento en que dichas entidades no puedan gozar del régimen fiscal del Título II en el que se regulan la tributación de dichas entidades, tampoco podrán gozar las aportaciones de los beneficios a los que de otra forma hubieran dado lugar»⁸⁸.

12.2. Requisitos de la ley 49/2002

El art. 3 de la Ley 49/2002 establece los requisitos exigibles a las entidades que quieran optar al régimen fiscal especialmente privilegiado que crea, y para que puedan ser beneficiarias de las acciones de mecenazgo que regula.

Se trata de una cuestión esencial, si no la más esencial, de dicho régimen tributario especial, pues es la llave de entrada y de salida del mismo⁸⁹.

⁸⁷ Véase art. 1,2 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, y consulta vinculante núm. 1940/2005, de 29 de agosto.

⁸⁸ En contra de esta postura, pero en este caso respecto a lo que ocurría con la anterior ley de fundaciones, ley 30/1994, véase J. MARTÍN FERNÁNDEZ, *Régimen tributario del Mecenazgo*, Madrid, La Ley-Actualidad, 1996, p. 85.

⁸⁹ Tal como muy acertadamente ya pusieron de manifiesto E. GIMÉNEZ-REYNA e I. ZURDO al analizar el artículo que contenía parecidos requisitos en la derogada ley 30/1994: «posiblemente haya sido este el artículo uno de los más discutidos en la tramitación parlamentaria del Proyecto de Ley. La razón es fácil de descubrir: el precepto es la llave para tener acceso al disfrute de importantes exoneraciones tributarias, de tal manera que resume toda la filosofía que el legislador ha querido instaurar en esta nueva regulación de las fundaciones y en la creación de un régimen fiscal especial para las entidades sin ánimo de lucro» (*Comentarios a la Ley de Fundaciones y de Incentivos Fiscales*, Madrid, Marcial Pons, Escuela Libre Editorial, Fundación Once, 1995, p. 375).

A. Requisito principal

No todos los requisitos del art. 3 tienen la misma relevancia y la misma función.

El requisito principal lo establece el art. 3.1, que es el que exige que dichas entidades se dediquen a finalidades de interés general.

1. Que persigan fines de interés general,...

El resto de requisitos giran alrededor de éste, y lo hacen, o bien para concretarlo, o bien para facilitar a la Administración la información necesaria para conocer si la entidad lo cumple en todo momento y si cumple el resto de requisitos en que éste se concreta.

Este requisito es pues la clave de bóveda de todo el sistema de requisitos del art. 3.

B. Requisitos que concretan el requisito principal

Son cinco los requisitos sustantivos que concretan o plasman el requisito del art. 3,1 de la ley 49/2002:

2.º Que destinen a la realización de dichos fines al menos el 70 por 100 de las siguientes rentas e ingresos (...):

3.º Que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria (...).

4.º Que los fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no sean los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni se beneficien de condiciones especiales para utilizar sus servicios (...).

5.º Que los cargos de patrono, representante estatutario y miembro del órgano de gobierno sean gratuitos (...).

6.º Que, en caso de disolución, su patrimonio se destine en su totalidad a alguna de las entidades consideradas como entidades beneficiarias del mecenazgo (...).

C. Requisitos de información

Los requisitos que sirven para facilitar a la Administración la información necesaria para controlar los requisitos sustantivos son cuatro y se encuentran en el resto de apartados del art. 3:

- 7.º Que estén inscritas en el registro correspondiente.

Esta exigencia no presenta problemática destacable para las entidades que normalmente gestionarán museos: fundaciones y asociaciones decla-

radas de interés público. Ambas son entidades que para nacer o para ser declaradas de interés público han de estar inscritas en su correspondiente registro.

8.º Que cumplan las obligaciones contables previstas en las normas por las que se rigen o, en su defecto, en el Código de Comercio y disposiciones complementarias.

9.º Que cumplan las obligaciones de rendición de cuentas que establezca su legislación específica. En ausencia de previsión legal específica, deberán rendir cuentas antes de transcurridos seis meses desde el cierre de su ejercicio ante el organismo público encargado del registro correspondiente.

Una vez más nos encontramos con el cumplimiento de unas obligaciones que muchos gestores y directores de museos no suelen considerar entre sus tareas principales, pero cuya violación puede acarrear a la institución que dirigen importantísimos perjuicios.

Cabe destacar que la Administración tributaria está auxiliada por otras Administraciones en el control del requisito establecido en el art. 3.9. Así, por ejemplo, para las fundaciones de competencia estatal⁹⁰, el Real Decreto 1337/2005, de 11 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de fundaciones de competencia estatal, establece que el Protectorado remitirá a la Administración tributaria el listado de las fundaciones que han incumplido con esta obligación o que no han atendido a los requerimientos del Protectorado⁹¹.

Cierra el listado de requisitos que sirven al control de dichas entidades, el establecido en el art. 3,10:

10.º Que elaboren anualmente una memoria económica en la que se especifiquen (...) Reglamentariamente, se establecerán el contenido de esta memoria económica, su plazo de presentación y el órgano ante el que debe presentarse.

La mayoría de las entidades que se acogen al régimen fiscal favorable ya deben facilitar gran cantidad de información a la Administración, pero ahora, ésta incluso se incrementa de forma notoria con la presentación de una memoria económica cuyo contenido ha sido desarrollado por el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

⁹⁰ Este tema se encuentra regulado en el art. 25 de la ley 50/2002 y para las asociaciones en el art. 34.1 de la ley Orgánica 1/2002.

⁹¹ «7. Anualmente, el Protectorado remitirá al Ministerio de Economía y Hacienda las relaciones nominales de las fundaciones que han cumplido debidamente con la obligación de presentar las cuentas anuales y de aquellas que han incumplido dicha obligación o que no han atendido los requerimientos del Protectorado destinados al cumplimiento de la obligación de presentar las citadas cuentas» (art. 28.7).

D. *Análisis de estos requisitos*

Son requisitos que han merecido atención en numerosos trabajos doctrinales, por lo que aquí sólo serán abordados aquellos aspectos que puedan afectar en mayor medida al mundo de los museos.

12.3. Perseguir fines de interés general

1.º Que persigan fines de interés general, como pueden ser, entre otros,....

A. *Significado. Museos abiertos al público en general*

El primer requisito citado por la ley es que la fundación o la asociación o la entidad religiosa que gestiona el museo deben perseguir fines de interés general.

La atención de la doctrina se ha centrado normalmente en determinar qué se debe entender por «fin de interés general». Y si normalmente se entiende que los fines de interés general siempre deben connotar que las actividades que realiza la entidad vayan dirigidas o beneficien a colectividades genéricas de personas⁹², cabrá afirmar que ello se traduce en el ámbito de los museos en que la entidad que los administra, si únicamente realiza esta actividad, no podría ser nunca considerada como que sirve a fines de interés general si sólo los abriera a personas determinadas y no a colectividades genéricas⁹³.

Este requisito comportará también que en los estatutos y en la normativa de la entidad figure expresamente que la entidad debe perseguir uno

⁹² El interés general es un concepto jurídico indeterminado. Normalmente el interés general se equipara al interés de colectividades indeterminadas de personas, tal como establece el art. 3 la ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones.

⁹³ En EEUU han existido varios casos judiciales que se han ocupado de este tema, en cuanto ello podía afectar o no para que se pudiera calificar a una institución de «public charity» susceptible de gozar de los beneficios fiscales propios de estas instituciones. La Barnes Foundation, que administraba una colección importantísima de arte, tenía la galería donde se encontraba la colección cerrada al público en general y sólo la dejaba ver previa autorización de su Patronato. Los tribunales norteamericanos, en *Commonwealth of Pennsylvania vs. Barnes Foundation*, 159 A.2d 500 (Pa. 1960), consideraron que si sólo estaba abierta para unos pocos privilegiados y estrictamente seleccionados, la fundación no podía calificarse como pública, y por tanto no tenía derecho a los beneficios que se atribuyen a las «public charity».

En ese mismo caso, la Corte citó otro anterior: *Delaware County Institute of Science vs. Delaware County*, 94 Pa. 163, en el que también se había negado dicho estatus a una institución cuya biblioteca sólo estaba abierta a los miembros de la misma y no al público en general, declarando que la regla a aplicar para otorgar dicho estatus es que los servicios de dichas entidades no estén sujetos a condiciones o preferencias que den lugar probablemente a que el público en general sea excluido. Casos citados y comentados en Alan ULLBERG, Patricia ULLBERG, An HOFSTRA GROGG y Robert LIND, «A Short History of Museum», en VV.AA., *Art and Museum Law*, Carolina Academic Press, Durham, North Carolina, 2002, pp. 451 y ss.

o varios fines de interés general. Pero también que dicha entidad debe realmente servir a dichos fines, por lo que el problema es cómo se determina si a lo largo de su vida las actividades que realiza responden y son consecuentes con dichos fines de interés general que constan en sus estatutos.

A nuestro entender, una de las claves más importantes para resolver esta cuestión la encontraremos precisamente en la interpretación conjunta y sistemática de este requisito con el del resto de requisitos mencionados en este artículo, pues como acabamos de afirmar, el resto de requisitos del art. 3 se fundamentan y tienen su sentido en función de este primer requisito: unos, de contenido sustancial, lo desarrollan y concretan, y otros, de naturaleza formal, sólo establecen las obligaciones de información necesaria para que la Administración pueda comprobar si se están cumpliendo los requisitos sustanciales. La entidad cumplirá con este requisito en la medida en que cumpla con los requisitos sustantivos que lo desarrollan, es decir, los contenidos en los apartados 2 a 6 de dicho art. 3.

Lo que sí ha dejado claro la Administración tributaria, es que la entidad debe realizar actividades que sirvan directamente a dichos fines. No basta con que lleve a cabo una actividad económica cualquiera para obtener dinero que después done a otras entidades para que sean éstas las que realicen actividades que persigan los fines a los que ella dice servir⁹⁴.

12.4. El destino de rentas e ingresos

2.º Que destinen a la realización de dichos fines al menos el 70 por 100 de las siguientes rentas e ingresos (...).

A. Significado

Las entidades que se acojan a este régimen deben destinar como mínimo el 70 por 100 de sus excedentes o rentas netas⁹⁵ a gastos o a inversiones relacionados con sus fines de interés general, en un plazo comprendido entre el inicio del ejercicio en que se hayan obtenido las respectivas rentas e ingresos y los cuatro años siguientes al cierre de dicho ejercicio. Todo lo que no se destine a dichas finalidades, deberá dedicarse a incrementar la dotación patrimonial o las reservas. Con ello, se cierra la puerta a que dichas entidades puedan emplear sus excedentes económicos en fines que no sean de interés general.

⁹⁴ Véanse Consultas vinculantes núm. 2282/2006 de 16 noviembre 2006; núm. 618/2005 de 14 abril; núm. 62/2006 de 13 enero; núm. 1874/2006 de 20 septiembre.

⁹⁵ La regulación de este requisito en la ley 49/2002 pierde en claridad respecto a la que se establecía en el derogado art. 42.1.b de la Ley 30/1994, cuando deja de utilizar la expresión de «rentas netas», aunque así se debe sobrentender atendiendo a una interpretación sistemática e histórica, acorde con lo establecido en la exposición de motivos de la ley vigente y lo dispuesto en el art. 27 de la Ley 50/2002.

B. Se cumple este requisito tanto si se destinan las rentas a gastos como a inversiones

La regulación de la ley 49/2002 desaprovechó la oportunidad para aclarar si este requisito se cumplía sólo cuando el 70 por ciento de las rentas e ingresos netos se gastaba en los fines de interés general de la entidad o también se cumplía cuando se invertía en los mismos.

Tema que no resulta baladí, pues algunos autores mantenían la interpretación de que no se cumpliría en el segundo caso⁹⁶.

Nuestra opinión era contraria a esta postura⁹⁷. Creíamos y defendíamos que, en el caso de las fundaciones, tanto podrían cumplir este requisito cuando «destinaran» sus ingresos netos a gastos que persiguieran sus fines de interés general como cuando los «destinaran» a inversiones con esos mismos fines. Esta postura ha sido confirmada por el actual Reglamento de fundaciones de competencia estatal⁹⁸.

Por ello, por ejemplo, una Fundación que administra un museo y que tiene como fin la divulgación, preservación y conservación de la obra de un determinado artista, tanto cumple con este requisito cuando gasta sus rentas netas en gestionar el museo para exhibir obras o para documentarlas e investigarlas, como cuando invierte y compra obras de arte, que luego exhibirá en su museo. En el mismo sentido, también lo cumple cuando invierte en un edificio que será el museo en el que va a exhibir en el futuro las obras de arte.

12.5. Que no realicen explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria

3.º Que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria. Se entenderá cumplido este requisito si el importe neto de la cifra de negocios del

⁹⁶ Esta postura la fundamentaban en parte en el art. 25 de la Ley 30/1994, hoy sustituido por el art. 27.1 de la Ley 50/2002, y en la idea defendida por muchos de que las Fundaciones y el resto de entidades sin ánimo de lucro deben gastar sus rentas pero no acumular patrimonio, evitándose con ello el viejo problema de las manos muertas. Véase J. PEDREIRA MENÉNDEZ, *El régimen fiscal del sector no lucrativo y del mecenazgo*, Madrid, Civitas, 2003, p. 92 (aunque este autor no se pronuncia de forma clara sobre esta cuestión, sí está en contra de que se permita que las fundaciones puedan volver a ser «manos muertas») e I. OLMOS VICENTE, *Las Fundaciones, su fiscalidad e incentivos fiscales al mecenazgo*, Madrid, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Dykinson, 1998, pp. 177 y ss.

⁹⁷ Véase L. PEÑUELAS I REIXACH, en el prólogo a la obra de M. CASANELLAS, *El nuevo régimen...*, *cit.*, p. 12.

⁹⁸ Que en su art. 32.6 establece: «Se considera destinado a los fines fundacionales el importe de los gastos e inversiones realizados en cada ejercicio que efectivamente hayan contribuido al cumplimiento de los fines propios de la fundación especificados en sus estatutos, excepto las dotaciones a las amortizaciones y provisiones» (Real Decreto 1337/2005, de 11 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de fundaciones de competencia estatal).

ejercicio correspondiente al conjunto de las explotaciones económicas no exentas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria no excede del 40 por 100 de los ingresos totales de la entidad, siempre que el desarrollo de estas explotaciones económicas no exentas no vulnere las normas reguladoras de defensa de la competencia en relación con empresas que realicen la misma actividad.

A. *Significado*

Las entidades que pueden disfrutar de este régimen han nacido para perseguir fines de interés general. Si además han optado por este régimen especialmente beneficiado, parece lógico que el legislador les exija que no se dediquen principalmente a actividades económicas que no tengan relación con sus fines de interés general.

Para establecer lo que significa «que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria» se recurre a una regla absolutamente objetiva, cuya aplicación resulta relativamente fácil de comprobar por la Administración fiscal: «se entenderá cumplido este requisito si el importe neto de la cifra de negocios del ejercicio correspondiente al conjunto de las explotaciones económicas no exentas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria no excede del 40 por 100 de los ingresos totales de la entidad».

Por tanto, debe quedar claro que incluso aunque se haga con la mejor intención de dedicar los ingresos obtenidos a fines de interés general propios de la entidad, se estaría incumpliendo este requisito si la actividad económica no relacionada directamente con el interés general propio de la entidad comportase unos ingresos, no unos excedentes, superiores al 40 por 100 del total de sus ingresos⁹⁹.

El problema es la dificultad en algunos casos de poder conocer si se ha incumplido, pues se deberá esperar a cerrar el ejercicio económico, por lo que el gestor del museo puede verse sorprendido por una violación inesperada de este requisito a posteriori.

B. *El arrendamiento de espacios del museo no se tiene en cuenta*

Tal como dispone la continuación del art. 3.3:

El arrendamiento del patrimonio inmobiliario de la entidad no constituye, a estos efectos, explotación económica.

⁹⁹ La ley establece un supuesto en que de forma automática se incumple este requisito, con independencia del volumen de ingresos, de la explotación ajena. Basta con que en el desarrollo de estas explotaciones económicas no exentas ajenas se vulnere las normas reguladoras de defensa de la competencia en relación con empresas que realicen la misma actividad, por ejemplo rebajando el precio de los bienes o servicios que se ofrecen.

Con ello quedan a salvo una de las fuentes de ingresos más importantes de algunos museos. A efectos de este artículo, y entendemos que sólo a efectos del mismo, no se considera esta actividad como explotación económica, por lo que los ingresos por alquiler que obtenga el museo, nunca podrán afectar al estatus que estamos analizando.

12.6. Que no exista trato de favor

4.º Que los fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no sean los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni se beneficien de condiciones especiales para utilizar sus servicios. (...).

A. *Significado*

Si estamos en el mundo de las entidades que deben perseguir el interés general, fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no podrán ser los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni podrán beneficiarse de condiciones especiales para utilizar sus servicios.

Lo que constituye ser los «destinatarios principales» es un tema de grado, que en muchas situaciones no dejará lugar a discusión, pero en otras sí, por lo que creemos que debería ser perfilado por el legislador, la Administración o los tribunales¹⁰⁰. Sin embargo, la necesidad de definir esta expresión queda en algo secundario en la medida en que la otra proposición es mucho más clara: ninguna de esas personas puede tener condiciones especiales para utilizar los servicios de la entidad.

Éste es un redactado que procede de la normativa propia de las fundaciones. La redacción de este requisito no deja margen alguno para que las personas que han constituido la entidad o las que la dirigen, incluidos los parientes de las mismas, tengan ningún trato de favor. Sin embargo, si este requisito no se interpreta de forma flexible, muchas de las entidades que actualmente se consideran sometidas a este régimen estarían excluidas del mismo.

B. *Excepciones a la regla general*

Se establecen cuatro importantes excepciones a esta regla, que contribuyen a salvar el extremo rigor de la misma. Una de ellas es especialmente relevante a efectos de los museos:

¹⁰⁰ Véase la Consulta vinculante núm. 0543/2005, de 1 de abril de 2005.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no se aplicará a (...) las fundaciones cuya finalidad sea la conservación y restauración de bienes del Patrimonio Histórico Español que cumplan las exigencias de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, o de la Ley de la respectiva Comunidad Autónoma que le sea de aplicación, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes.

En todos los casos de «fundaciones cuya finalidad sea la conservación y restauración de bienes del Patrimonio Histórico Español» que administran museos, parece que estas fundaciones podrían conceder a sus fundadores, patronos y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos unos privilegios que de otra forma no se permitirían. Basta, eso sí, con que se «cumplan las exigencias de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, o de la Ley de la respectiva Comunidad Autónoma que le sea de aplicación, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes».

Así, por ejemplo, puede ocurrir que estemos ante una fundación que tenga por misión mantener y conservar un castillo o una casa histórica que funciona como museo o como colección visitable algunos días, pero suficientes para cumplir la normativa de la LPHE. El resto de días permanece cerrada, viviendo en la misma el presidente o su cónyuge o pariente hasta cuarto grado. En este caso, la evidente situación de privilegios no será óbice para que la fundación pierda su estatus de la ley 49/2002.

O imaginemos el caso de una fundación que tenga por objeto mantener y conservar una colección de cuadros: podría ceder los cuadros a la residencia del fundador para que los pueda disfrutar en su casa¹⁰¹. Aquí también se mantendría el estatus siempre que se respetasen las «las exigencias de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, o de la Ley de la respectiva Comunidad Autónoma que le sea de aplicación, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes».

Sin embargo, y procediendo a una interpretación conjunta y sistemática del art. 3.4 con el art. 3.5, de la ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, entendemos que a los patronos nunca se les podrá conceder un trato de favor que les ocasione beneficios económicos sin obtener los mismos permisos establecidos para contratar patronos. A saber: aprobación por el Patronato de la Fundación y posterior autorización por el Protectorado de Fundaciones correspondiente. Éstos también

¹⁰¹ Este privilegio iría totalmente en contra de los que establece el Código de Deontología del ICOM:

«2.26. Utilización personal de las colecciones del museo.

A los miembros del órgano rector y del personal de un museo, así como a sus familias y allegados, no se les debe permitir que se apropien de objetos procedentes de las colecciones del muso para su uso personal, ni siquiera temporalmente». Véase http://icom.museum/code2006_spa.pdf.

deberán exigirse si se trata de beneficios económicos que podrían tener los patronos si se les concedieran condiciones especiales a sus cónyuges o parientes hasta cuarto grado.

12.7. Gratuidad de los miembros del órgano de gobierno

5.º Que los cargos de patrono, representante estatutario y miembro del órgano de gobierno sean gratuitos (...).

Lo dispuesto en este número será de aplicación igualmente a los administradores que representen a la entidad en las sociedades mercantiles en que participe, salvo que las retribuciones percibidas por la condición de administrador se reintegren a la entidad que representen...

A. Significado

Los cargos de patrono, representante estatutario y miembro del órgano de gobierno han de ser gratuitos: no pueden cobrar por el hecho de ostentar este cargo, por el desempeño de las funciones que les corresponden como miembros del Patronato u órgano de representación.

B. *No pueden cobrar, pero pueden ser reembolsados por los gastos que asuman y que el desempeño de su función les ocasione*

La gratuidad no llega al extremo de que ellos deban pagar los gastos que les derive el ejercicio de sus funciones como miembros del órgano de gobierno de la entidad.

¿Cuáles son sus funciones? Pues las marcan los estatutos y la normativa de este tipo de entidades. Se han analizado para las fundaciones en el anexo al capítulo IV.

Para los patronos de la fundación será asistir a las reuniones del órgano del gobierno de la fundación, que en muchas ocasiones es el único gasto que realizan y que se les suele abonar. Pero en realidad sus funciones son mucho más amplias. Basta recordar que según el art. 14.2 de la ley 50/2002:

2. Corresponde al Patronato cumplir los fines fundacionales y administrar con diligencia los bienes y derechos que integran el patrimonio de la fundación, manteniendo el rendimiento y utilidad de los mismos.

Es razonable entender que para administrar con diligencia los bienes y derechos puede ser necesario que los miembros del patronato se desplacen a la fundación muchas veces, y no sólo en las dos ocasiones que for-

zosamente debe tener lugar una reunión de patronato de una fundación de competencia estatal.

Por otra parte, dado que el patronato es el órgano de representación de la fundación, ello llevará a todos los miembros del patronato, o a aquellos de ellos a los que se haya delegado, a realizar una intensa labor de representación institucional y social: acompañar visitas institucionales en el museo, acudir a las inauguraciones de exposiciones, comparecer en juicio, comidas de representación, etc.

C. *Pueden percibir retribuciones por otros servicios y prestaciones laborales, siempre que se cumplan ciertas condiciones*

Con la regulación actual, contenida en este art. 3.5 de la ley 49/2002, los patronos, representantes estatutarios y miembros de los órganos de gobierno podrán percibir retribuciones por la prestación de servicios y mantener una relación laboral con la entidad, siempre que se cumplan las condiciones previstas en las normas por las que se rige la entidad, sin que ello suponga que se vaya a perder el régimen especialmente protegido establecido en esta ley.

Los patronos, representantes estatutarios y miembros del órgano de gobierno podrán percibir de la entidad retribuciones por la prestación de servicios, incluidos los prestados en el marco de una relación de carácter laboral, distintos de los que implica el desempeño de las funciones que les corresponden como miembros del Patronato u órgano de representación, siempre que se cumplan las condiciones previstas en las normas por las que se rige la entidad. Tales personas no podrán participar en los resultados económicos de la entidad, ni por sí mismas, ni a través de persona o entidad interpuesta.

Así, en muchas fundaciones que gobiernan museos se podrá buscar, en el seno del patronato, a las personas más idóneas para ejercer el cargo de director del museo o de comisario de las muestras que se celebren.

Las ventajas evidentes de la nueva normativa no deben, sin embargo, evitar que en el futuro se reflexione sobre si éstas compensan los nuevos conflictos de intereses que la misma ahora permite y la disminución de la eficacia de los órganos de gobierno en su control de los órganos de dirección cuando una misma persona ocupa cargos en ambos.