

LLUÍS PEÑUELAS I REIXACH

Editor

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE LOS MUSEOS: ASPECTOS JURÍDICOS

Jaume Cabecerans Cabecerans

Marc Carrillo

Montserrat Casanellas Chuecos

Pere M. Comas i Coma

Santiago Espiau Espiau

Manlio Frigo

Josep M. Galilea i Puig

Gabriel Gracia San Nicolás

Susana Ibarz Vinzo

Luis Lafuente Batanero

Joan A. Llinares i Gómez

Natàlia Martí

Marc Molins Raich

Luis Ortega Álvarez

Lluís Peñuelas i Reixach

Jesús Prieto de Pedro

Eduard Sagarra i Trias

Maria de Solà-Morales

Ronald D. Spencer

Maria Teixidor Jufresa

Manuel Vila Calsina

Anna Viladàs Jené

FUNDACIÓ GALA-SALVADOR DALÍ

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES

2008

ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
PRESENTACIÓN DEL EDITOR.....	9
PRESENTACIÓN DEL COLABORADOR.....	15

LIBRO I

DELIMITACIÓN Y ELEMENTO NORMATIVO DE LOS MUSEOS

INTRODUCCIÓN

CONCEPTO DE MUSEO Y LAS FUENTES DEL DERECHO DE LOS MUSEOS

1. CONCEPTO JURÍDICO DE «MUSEO»	22
1.1. Definición tradicional del ICOM (Consejo Internacional de los Museos).....	22
1.2. Definición del ICOM del año 2007	24
1.3. Concepto jurídico de «museo»: múltiples definiciones	24
1.4. Definiciones de «museo» en el Ordenamiento Jurídico Español	25
1.5. Definición doctrinal jurídica	28
1.6. ¿La definición de «museo» está reservada en España a las entidades que reúnen unas características y requisitos mínimos?	29
2. CARACTERÍSTICAS DE LOS MUSEOS DESDE LA PERSPECTIVA JURÍDICA	30
2.1. Son entidades o instituciones (elemento subjetivo).....	32
2.2. Son entidades jurídicas, pero no personas jurídicas (elemento subjetivo)	32
2.3. Son entidades de carácter permanente (elemento subjetivo).....	33
2.4. Son entidades que realizan sus actividades en un inmueble abierto al público (elemento subjetivo y objetivo)	33
2.5. Son entidades cuya vida gira alrededor del patrimonio cultural (elemento objetivo)	34

	<i>Pág.</i>
2.6. Realizan actividades de adquisición, conservación, documentación, investigación, difusión y exposición del patrimonio cultural para fines de estudio, educación y recreo del público (elemento funcional y finalísimo)	34
2.7. Su actividad específica y genuina es la exposición de los bienes culturales, su actividad primera y más relevante es la conservación de dichos bienes	35
2.8. Son instituciones con o sin ánimo de lucro (elemento finalístico)...	36
3. LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA Y LOS ESTATUTOS DE AUTONOMÍA.	36
3.1. Normativa constitucional sustantiva: no hay normas específicas sobre museos	36
3.2. Normas constitucionales sustantivas sobre cultura y patrimonio cultural.....	37
3.3. Graduación de los valores constitucionales sobre patrimonio cultural y cultura	38
3.4. Distribución de las competencias sobre museos	39
4. LA NORMATIVA INTERNACIONAL	40
4.1. Escasa regulación internacional de los museos y amplia regulación del patrimonio cultural	40
4.2. Convenios internacionales firmados y aplicables en España sobre patrimonio cultural.....	40
4.3. El ICOM exige a los museos cumplir también algunos convenios no vigentes en España	42
4.4. Derecho comparado y Derecho internacional	43
5. LAS LEYES Y LOS REGLAMENTOS	43
5.1. Normativa legal y reglamentaria estatal	44
5.2. Normativa legal y reglamentaria autonómica	45
6. LAS NORMAS DEONTOLÓGICAS O DE ÉTICA DE LOS MUSEOS.....	47
6.1. Definición	47
6.2. Es discutible su valor y naturaleza jurídica, pero sin lugar a dudas tienen gran trascendencia jurídica.....	48
6.3. Trascendencia jurídica	50
6.4. Normas inspiradoras de normas legales	51
6.5. Son normas que sirven para interpretar las normas jurídicas.....	51
6.6. Son normas que pueden inspirar el estándar de diligencia debida...	51

CAPÍTULO I

EL REPARTO COMPETENCIAL EN MATERIA DE MUSEOS ENTRE EL ESTADO Y LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

1. LOS MUSEOS COMO TÍTULO COMPETENCIAL	53
2. LAS COMPETENCIAS DEL ESTADO SOBRE MUSEOS DERIVADAS DE SU COMPETENCIA GENERAL SOBRE CULTURA	58
3. EL RÉGIMEN CONSTITUCIONAL DE LOS MUSEOS DE TITULARIDAD ESTATAL	62
3.1. El sentido constitucional de una competencia estatal sobre museos	62
3.2. La extensión de los museos de titularidad estatal	64

	<u>Pág.</u>
3.3. El sentido constitucional de una posible gestión autonómica de los museos de titularidad estatal	65
3.4. Los museos de titularidad estatal y el mandato constitucional de comunicación cultural.....	68
3.5. Las facultades inherentes a la titularidad y a la gestión.....	70
3.6. Las facultades de control y supervisión del Estado sobre las competencias de gestión transferidas a las Comunidades Autónomas.....	71
4. EL RÉGIMEN CONSTITUCIONAL DE LOS MUSEOS DE COMPETENCIA AUTONÓMICA.....	73
4.1. Las referencias constitucionales al pluralismo cultural	73
4.2. La recepción estatutaria de las competencias en materia de cultura y museos	75
4.3. El efecto de los nuevos títulos competenciales contenidos en los nuevos Estatutos de Autonomía	78
A. Los derechos y principios rectores	78
B. Los nuevos títulos competenciales	79

CAPÍTULO II

REGULACIÓN INTERNACIONAL Y COMUNITARIA DE LOS MUSEOS Y DEL MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE BIENES CULTURALES

1. NORMAS DE DERECHO INTERNACIONAL RELATIVAS A LAS ACTIVIDADES MUSEÍSTICAS Y LA CIRCULACIÓN DE OBJETOS CULTURALES.....	87
1.1. Introducción.....	87
1.2. Investigación sobre las normas de Derecho internacional relativas a la circulación de objetos culturales y las actividades museísticas	89
2. TRATADO CE SOBRE LA CIRCULACIÓN DE BIENES CULTURALES....	95
2.1. Ámbito del Tratado comunitario sobre la materia	95
2.2. Interpretación del Tratado por el Tribunal de Justicia Europeo.	97
2.3. Normas comunitarias especiales referentes a la circulación de objetos culturales	98
2.4. Ejemplo de aplicación nacional de las normas comunitarias	100
3. NORMAS ÉTICAS Y CÓDIGOS DE HONOR REFERENTES A LAS ACTIVIDADES DE LOS MUSEOS Y LA CIRCULACIÓN DE OBJETOS CULTURALES.....	102
3.1. Papel de las normas éticas y los códigos de honor.....	102
3.2. Contenidos típicos de la normativa	106
A. Adquisiciones y transferencias de colecciones	106
B. Origen de las colecciones	107
C. Conducta profesional.....	109
D. Sanciones.....	112
3.3. Papel de los códigos éticos como instrumentos de regulación del mercado.....	116
3.4. Conclusión.....	117

ANEXO AL CAPÍTULO II
**LA GLOBALIZACIÓN EN LA REGULACIÓN JURÍDICA
 DEL DERECHO DE LOS MUSEOS**

1.	INTRODUCCIÓN: LA GLOBALIZACIÓN	119
2.	FUENTES DEL DERECHO DE LOS MUSEOS	121
3.	INTERACCIÓN DE LAS NORMAS DE FUENTE INTERNACIONAL EN EL ÁMBITO DEL ORDENAMIENTO INTERNO.....	125
4.	LA GLOBALIZACIÓN Y JERARQUÍA NORMATIVA ESPAÑOLA Y EN EL DERECHO DE LOS MUSEOS	127
4.1.	Aplicación del art. 96.1 de la Constitución española de 1978	127
	A. Jerarquía normativa	128
	B. Principio del <i>iuria novit curia</i>	128
	C. Modificación de los Tratados en vigor en España de conformidad a los mecanismos del Derecho internacional público previstos constitucionalmente.....	129
5.	BREVES CONCLUSIONES	129

LIBRO II

EL ELEMENTO SUBJETIVO DE LOS MUSEOS

INTRODUCCIÓN

**EL TITULAR DEL MUSEO, LOS ÓRGANOS RECTORES
 Y EL PERSONAL**

1.	EL TITULAR DEL MUSEO Y OTRAS PERSONAS PRESENTES EN EL MUSEO.....	133
1.1.	Los museos no son personas a efectos del Derecho.....	133
1.2.	La persona responsable del museo: el titular del museo	134
1.3.	¿Qué otras personas a efectos del Derecho se dan en todo museo? ...	135
1.4.	¿Qué tipos de personas pueden ser titulares de los museos?	136
1.5.	Naturaleza del titular y su repercusión en la gestión del museo.....	137
1.6.	Estadísticas sobre titulares de museos.....	138
2.	LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO O RECTORES DEL MUSEO.....	138
2.1.	El órgano de gobierno o rector del museo: definición.....	138
2.2.	Naturaleza del órgano de gobierno o rector del museo	139
2.3.	Formas del órgano de gobierno o rector.....	139
2.4.	Funciones del órgano de gobierno o rector	140
2.5.	La responsabilidad de establecer la misión del museo.....	143
2.6.	La profesionalización de los órganos de gobierno o rectores	144
2.7.	La responsabilidad jurídica de los órganos de gobierno o rectores ...	145
3.	LOS ÓRGANOS DE DIRECCIÓN DEL MUSEO	148
3.1.	Delimitación.....	148
3.2.	El régimen del director del museo: elección, incompatibilidades y obligaciones.....	148
3.3.	La relación entre el órgano de dirección y el órgano de gobierno o rector.....	149
3.4.	El director como miembro del personal del museo	150

	<i>Pág.</i>
4. EL PERSONAL DEL MUSEO	150
4.1. Delimitación y tipos del personal de los museos.....	150
4.2. Principios y normas de actuación del personal de los museos	152
4.3. Límites, obligaciones y derechos que recaen sobre la contratación del personal de los museos y sobre las actividades de dicho personal.....	153
4.4. Los convenios colectivos y los salarios.....	153
4.5. Los accidentes de trabajo en los museos	154
4.6. Los correos	154
4.7. Los estudiantes en prácticas, los becarios y los investigadores	155
4.8. Los voluntarios.....	156
4.9. Las empresas contratadas y subcontratadas en los museos.....	157

CAPÍTULO III

**TITULARIDAD DE LOS MUSEOS.
LA GESTIÓN DEL MUSEO**

1. CONSIDERACIONES PREVIAS.....	159
1.1. La evolución de la institución museística en sus aspectos jurídicos...	159
2. LA TITULARIDAD	161
2.1. Personalidad jurídica y capacidad de obrar	161
A. Personalidad jurídica y capacidad de obrar	161
B. La persona natural o física.....	161
C. La persona jurídica	162
D. La titularidad.....	163
2.2. Clases de titularidad	164
A. La titularidad pública	164
B. La titularidad privada.....	167
C. El caso especial de los bienes artísticos de titularidad de la Iglesia Católica	169
3. LA GESTIÓN DEL MUSEO. FORMAS DE GESTIÓN.....	170
3.1. La gestión directa.....	171
3.2. La gestión desconcentrada.....	173
3.3. La transferencia de gestión y la gestión indirecta.....	174
3.4. La autonomía de gestión. El museo con personalidad jurídica propia	175
A. Los antecedentes históricos	176
B. Características comunes de los nuevos modelos de gestión.....	176
C. Otras modalidades organizativas de la gestión del museo	178
a) Los organismos autónomos	178
b) Los consorcios.....	180
c) Las fundaciones	181
d) Las sociedades mercantiles. Las entidades públicas empresariales.....	184
D. Límites y conflictos en el desarrollo de estos modelos de gestión	186

CAPÍTULO IV
LA RESPONSABILIDAD DE LOS ÓRGANOS
DE DIRECCIÓN DE LOS MUSEOS

1. LA DIRECCIÓN DEL MUSEO	193
1.1. El órgano directivo y sus competencias	193
A. Diferencias entre el órgano de gobierno y el órgano directivo ...	194
B. Funciones del órgano directivo	195
C. Premisas de una buena dirección	197
1.2. Clases de órganos directivos. Órganos unipersonales y órganos colegiados	198
1.3. El equipo profesional del órgano de dirección de un museo: El administrador y el conservador del museo	199
A. El administrador del museo	199
B. El conservador del museo	200
2. EL GOBIERNO Y LA DIRECCIÓN EN EL MUSEO PÚBLICO Y EN EL MUSEO PRIVADO	202
2.1. EL gobierno y la dirección del museo en las diferentes formas de organización de los museos públicos	204
A. El museo público como órgano de una administración pública	204
B. El museo público como organismo autónomo administrativo	205
C. El museo público como consorcio	206
D. La utilización por la Administración Pública de formas organizativas privadas	206
2.2. El gobierno y la dirección del museo en las diferentes formas de organización de los museos privados	208
A. El museo privado como entidad sin personalidad jurídica	208
B. El museo privado como asociación	208
C. El museo privado como fundación	208
D. El museo privado como sociedad mercantil	209
3. NOMBRAMIENTO E INCOMPATIBILIDADES DEL ÓRGANO DIRECTIVO EN EL MUSEO PÚBLICO Y PRIVADO	209
3.1. Nombramiento del órgano directivo de un museo	209
A. Conocimiento y capacidad	210
B. Proceso de elección	211
3.2. Incompatibilidades del órgano directivo de un museo	215
A. Incompatibilidades generales	215
B. Incompatibilidades derivadas de la gestión de patrimonio artístico-cultural	216
4. OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDAD DEL ÓRGANO DIRECTIVO DEL MUSEO	217
4.1. Obligaciones del órgano directivo del museo. Deber de diligencia. Deber de lealtad	217
4.2. Conflictos de intereses del órgano directivo del museo	219

	Pág.
4.3. Responsabilidad de los órganos directivos y responsabilidad del museo por los actos de sus órganos directivos	219
A. Responsabilidad de los órganos directivos de los museos públicos	220
B. Responsabilidad de los órganos directivos de los museos privados	222

ANEXO AL CAPÍTULO IV

**OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDAD
DE LOS PATRONATOS DE LAS FUNDACIONES**

1. INTRODUCCIÓN	227
2. FUNCIONAMIENTO Y OBLIGACIONES DEL PATRONATO DE FUNDACIONES	228
2.1. Deber de diligencia, fidelidad y lealtad	229
2.2. Posibles conflictos de intereses.....	231
3. LOS MIEMBROS DEL PATRONATO DE UNA FUNDACIÓN	231
3.1. Patronos personas físicas y patronos personas jurídicas	232
A. Patronos personas físicas	232
B. Patronos personas jurídicas	234
3.2. Apoderamientos y delegaciones.....	234
4. RESPONSABILIDAD DE LOS MIEMBROS DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓN	236
4.1. Responsabilidad derivada de la legislación sobre fundaciones	236
4.2. Responsabilidad «mercantil» por analogía y responsabilidad civil ..	239

CAPÍTULO V

**DERECHOS Y DEBERES
DE LOS TRABAJADORES DE LOS MUSEOS**

1. INTRODUCCIÓN	243
2. TIPOS DE TRABAJADORES DE LOS MUSEOS.....	244
2.1. Funcionarios públicos, personal laboral de la Administración y personal laboral común	244
2.2. Trabajadores autónomos	246
2.3. Estudiantes en prácticas	249
2.4. Voluntarios	251
3. LÍMITES A LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL.....	252
3.1. Personal mínimo.....	253
3.2. Personal discapacitado: reserva de puestos de trabajo.....	256
4. NEGOCIACIÓN COLECTIVA: CONVENIOS COLECTIVOS.....	258
5. ESPECIALIDADES EN LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES DE LOS MUSEOS	260
5.1. Algunas especialidades destacables: clasificación profesional y jornada de trabajo	260

	<u>Pág.</u>
5.2. Obligaciones y limitaciones que establece la normativa sobre museos a los trabajadores de los museos.....	261
5.3. Los correos: el correo como representante del museo en el traslado de objetos.....	263
6. RESPONSABILIDAD DE LOS MUSEOS POR LOS ACCIDENTES DE SUS TRABAJADORES.....	266
6.1. Accidente de trabajo: concepto, presunción del accidente en el lugar de trabajo como laboral, accidentes «in itinere» y accidentes en misión	266
6.2. Obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales	267
6.3. Responsabilidad del museo por falta de medidas de seguridad en la concurrencia de un accidente de trabajo	269
7. EMPRESAS CONTRATADAS Y SUBCONTRATADAS	271
7.1. Concepto y régimen jurídico de la externalización de servicios	271
7.2. El problema de la cesión ilegal de trabajadores	273

LIBRO III

EL ELEMENTO OBJETIVO DE LOS MUSEOS

INTRODUCCIÓN

LA COLECCIÓN Y EL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO: PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN

1. LA COLECCIÓN DEL MUSEO Y EL PATRIMONIO CULTURAL.....	280
1.1. La colección del museo	280
1.2. Bienes que conforman la colección del museo.....	280
1.3. Los bienes culturales y el patrimonio cultural	281
1.4. Los bienes naturales y el patrimonio natural	283
1.5. La colección como el elemento central de todo el museo	284
1.6. La regulación y el régimen jurídico de la colección.....	284
2. LAS COMPRAVENTAS DE BIENES CULTURALES Y OTROS TIPOS DE ADQUISICIONES.....	285
2.1. Formas de adquisición de los bienes culturales del museo	285
A. Formas de adquisición del título de propiedad: compraventa, permuta, donación, legado, usucapión y hallazgo	285
B. Normas de ética profesional en las adquisiciones del museo ...	285
2.2. Política de adquisiciones del museo.....	286
A. Política de adquisiciones de los museos: necesidad de un documento escrito y publicado	286
B. Contenidos del documento sobre política de adquisiciones del museo	287
2.3. El procedimiento de adquisición.....	289
A. El procedimiento o protocolo de adquisición, y más específicamente, de compraventa	289
B. Elaboración de un informe de procedencia.....	290

	<i>Pág.</i>
C. Elaboración de un informe sobre la autoría, la catalogación y el estado de conservación.....	294
D. Elaboración de un informe sobre el valor de mercado del bien.....	294
E. Asegurarse de que el título de propiedad es válido y pacífico, de un transmitente del que se pueda adquirir, y de la naturaleza del derecho que estamos adquiriendo.....	295
F. Elaboración de un contrato que ofrezca las mayores garantías posibles para el museo.....	297
G. Publicación de la adquisición.....	298
2.4. Compras especiales.....	298
A. Compras realizadas en subastas.....	298
B. Compras en subastas «on-line» y en internet.....	299
3. LAS CESIONES PERMANENTES DE LOS BIENES CULTURALES DEL MUSEO.....	300
3.1. Las cesiones permanentes y las ventas de los bienes del museo.....	300
3.2. El «disposal» o «deaccessioning»: mucho más que simples ventas ...	301
3.3. Regulación jurídica.....	301
3.4. La venta de los bienes culturales del museo: obstáculos legales.....	301
3.5. Normas éticas del ICOM respecto a las cesiones permanentes o bajas de la colección.....	302
3.6. Normas éticas de la Museums Association británica y el «disposal».....	304
4. LOS BIENES CULTURALES CON PROBLEMAS DE PROPIEDAD Y SU RESTITUCIÓN Y DEVOLUCIÓN.....	306
4.1. Bienes con título de propiedad discutida.....	306
4.2. El museo ante estos bienes: no adquisición.....	306
4.3. El museo ante estos bienes: ¿devolución y restricción?.....	307
4.4. No existe postura única y pacífica sobre este problema.....	308
4.5. La problemática jurídica de este tipo de bienes.....	308
4.6. Patrimonio robado o confiscado por motivos de conflicto armado y durante el holocausto judío.....	310
5. LOS DEPÓSITOS, COMODATOS Y PRÉSTAMOS AL MUSEO DE BIENES.....	312
5.1. Aplicación de las normas éticas sobre adquisiciones a la aceptación de préstamos.....	312
5.2. Utilización no rigurosa de los términos «depósito», «comodato» y «préstamo».....	312
5.3. El contrato de exposición.....	313
5.4. Cesiones de larga duración a favor del museo y propiedad abandonada o no documentada.....	314
6. LOS PRÉSTAMOS DEL MUSEO A TERCEROS.....	315
6.1. Definición.....	315
6.2. Contenido del contratos de préstamo u hojas de préstamo.....	316
6.3. Las condiciones técnicas del museo que solicita el préstamo: el «Facility Report».....	318
6.4. El préstamo temporal del patrimonio cultural y los permisos de exportación temporal.....	319
6.5. Posibilidad de que el bien sea retenido en el territorio de otro Estado.....	319

	<i>Pág.</i>
7. EL EDIFICIO O INMUEBLES DONDE SE UBICA EL MUSEO.....	321
7.1. Los inmuebles del museo en las normas del ICOM	321
8. LOS SEGUROS QUE PROTEGEN LA COLECCIÓN Y EL MUSEO	321
8.1. Los seguros privados y los museos	322
8.2. Seguros y costes	323
8.3. El «state indemnity schemes» o las garantías de los Estados	324

CAPÍTULO VI

PATRIMONIO CULTURAL DE LOS MUSEOS. LA COLECCIÓN DEL MUSEO

1. PATRIMONIO CULTURAL COMO CONTENIDO Y CONTINENTE DE LOS MUSEOS	325
1.1. Regulación constitucional de patrimonio cultural y de los museos .	326
1.2. Concepto de patrimonio cultural. Tipos de bienes.....	330
1.3. Reparto competencial en materia de museos.....	334
2. LA LEY 16/1985 DEL PATRIMONIO HISTÓRICO ESPAÑOL: PATRIMONIO CULTURAL Y MUSEOS	338
2.1. Aclaraciones previas	338
2.2. Régimen jurídico de protección: obligaciones y derechos de los titulares.....	339
2.3. Régimen jurídico de los museos y sus colecciones	349
2.4. Algunas referencias a la legislación autonómica.....	354
2.5. Derechos de preferente adquisición de venta del patrimonio cultural	355
A. El derecho de tanteo	356
B. El derecho de retracto	359
C. Adquisición en subasta pública en el extranjero	359
2.6. Inalienabilidad de los bienes culturales de las Administraciones públicas.....	360
2.7. Movimiento de los bienes culturales de los museos.....	363
3. MOVILIDAD DE LOS BIENES CULTURALES	367
3.1. Movilidad jurídica.....	367
3.2. Movilidad geográfica	368
A. Movilidad nacional	368
B. Movilidad internacional. Régimen jurídico de la exportación. Tipos de exportación.....	370
C. Movilidad internacional. Régimen jurídico de la importación .	378

ANEXO AL CAPÍTULO VI

DEFINICIÓN DE OBRA U OBJETO DE ARTE

1. DEFINICIÓN.....	382
1.1. Derecho administrativo.....	382
1.2. Derecho mercantil	383
1.3. Derecho tributario	383
1.4. Definición doctrinal de las obras u objetos de arte.....	385

	<i>Pág.</i>
2. CARACTERÍSTICAS	385
2.1. Objetos materiales	385
2.2. Objetos creados por el hombre	385
2.3. Objetos creados por artistas.....	385
2.4. Objetos originales	386

CAPÍTULO VII

**LA ADQUISICIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
DEL MUSEO**

1. ADQUISICIÓN ONEROSA DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO. ESPECIAL REFERENCIA A LA ADQUISICIÓN DE OBRAS DE ARTE.....	392
1.1. El derecho de propiedad	393
1.2. Modos de adquirir la propiedad	396
1.3. Adquisición por compraventa.....	398
A. Definición y requisitos.....	398
B. Ley aplicable.....	399
C. Partes	400
D. Objeto y título de propiedad	401
E. Precio	402
F. Imposición de condiciones.....	402
G. Entrega de la cosa.....	403
H. Especial referencia a la adquisición de la propiedad de bienes muebles a título oneroso y de buena fe.....	403
I. Riesgo sobre el objeto de la compraventa.....	404
J. Obligación de saneamiento	405
K. Resolución y responsabilidad	406
L. Especial referencia a la compraventa en pública subasta (espe- cialidades y droit de suite)	406
1.4. Adquisición por permuta.....	410
A. Definición y características	410
2. ADQUISICIÓN GRATUITA DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO.	411
2.1. Donación	412
A. Definición y características.....	412
B. Ley aplicable.....	412
C. Partes	413
D. Objeto y título de propiedad	413
E. Forma.....	414
F. Perfección y efectos	415
G. Donaciones modales o con carga.....	416
H. Revocación	416
2.2. Legado	417
A. Definición	417
B. Ley aplicable.....	417
C. Partes	417

	<i>Pág.</i>
D. Objeto.....	418
E. Forma.....	418
F. Clases de legados y entrega de los bienes legados.....	419
G. Aceptación.....	421
H. Ineficacia y reducción de los legados.....	421
3. OTROS MODOS DE ADQUIRIR LA PROPIEDAD.....	421
3.1. Ocupación.....	421
A. Definición.....	421
B. Ley aplicable.....	422
C. Partes.....	422
D. Particularidades de este modo de adquirir la propiedad. Objeto.....	422
E. Tesoros.....	423
3.2. Prescripción adquisitiva o usucapión.....	424
A. Definición.....	424
B. Ley aplicable.....	424
C. Partes.....	425
D. Objeto.....	425
E. Perfección y efectos.....	425
4. CONCLUSIÓN Y REFERENCIA A LA VENTA DE BIENES CULTURALES DEL MUSEO.....	426
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	427

CAPÍTULO VIII

TRIBUTACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO. ESPECIAL REFERENCIA A LAS ADQUISICIONES DE LAS OBRAS DE ARTE

1. ADQUISICIÓN POR COMPRAVENTA.....	429
1.1. Si el vendedor es una persona física empresaria o profesional o una persona jurídica.....	431
A. Imposición indirecta.....	431
B. Caso particular. Régimen especial de los bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección.....	433
C. Imposición directa.....	435
1.2. Si el vendedor es una persona física no empresaria o profesional ...	435
A. Imposición indirecta.....	435
B. Imposición directa.....	436
2. ADQUISICIÓN POR PERMUTA.....	437
A. Imposición indirecta.....	437
B. Imposición directa.....	439
3. ADQUISICIÓN POR DONACIÓN.....	441
3.1. Si el donante es una persona física empresaria o profesional o una persona jurídica.....	441

	<i>Pág.</i>
A. Imposición indirecta.....	441
B. Imposición directa: Transmitente persona física empresaria ...	442
C. Imposición directa: Transmitente persona jurídica	443
3.2. Si el donante es una persona física no empresaria o profesional	446
A. Imposición indirecta.....	446
B. Imposición directa.....	446
4. ADQUISICIÓN POR LEGADO.....	447
4.1. Imposición indirecta.....	447
4.2. Imposición directa.....	448
5. ADQUISICIÓN POR USUCAPIÓN.....	448
5.1. Tributación directa	448
A. Adquisición por persona física no empresaria	448
B. Adquisición por persona física empresaria.....	449
C. Adquisición por persona jurídica	449
5.2. Tributación indirecta	449
6. ENAJENACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO.....	449
A. Imposición indirecta.....	450
B. Imposición directa.....	452

CAPÍTULO IX

**LA CESIÓN Y EXPOSICIÓN DE LAS OBRAS
DE ARTE O DE BIENES CULTURALES DE TERCEROS**

1. EL CONTRATO DE CESIÓN Y EXPOSICIÓN Y SU NATURALEZA JURÍDICA: CONTRATO ATÍPICO, DEPÓSITO, COMODATO O ARRENDAMIENTO DE COSA.....	455
2. EL CARÁCTER CIVIL O MERCANTIL DEL CONTRATO DE CESIÓN Y EXPOSICIÓN	461
3. EL OBJETO DEL CONTRATO DE CESIÓN Y EXPOSICIÓN.....	461
3.1. Exposición de obras o bienes culturales individualizados	462
3.2. Exposición de un conjunto de obras de arte o bienes culturales	462
3.3. La cesión de una exposición ya organizada.....	463
4. LA FORMA DEL CONTRATO	463
5. EL CONTENIDO DEL CONTRATO DE EXPOSICIÓN: DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES	464
5.1. Derechos y obligaciones del museo: en particular, la organización de la exposición y la custodia de las obras y bienes expuestos	464
5.2. Derechos y obligaciones del cedente de las obras y bienes destinados a exposición: en particular, la entrega y el traslado de las obras objeto de exposición	466
5.3. Los ingresos y rendimientos obtenidos por la exposición y por actividades relacionadas con la misma: derechos que corresponden sobre los mismos a los contratantes.....	468
6. EL INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE EXPOSICIÓN.....	469
6.1. El incumplimiento imputable al museo.....	469

	<i>Pág.</i>
6.2. El incumplimiento imputable al propietario de las obras o bienes destinados a exposición: ¿existencia de un derecho de retención a favor del museo?	471
6.3. El incumplimiento no imputable: ¿extinción o subsistencia del contrato?	475

CAPÍTULO X

LOS MUSEOS Y SUS SEGUROS

1. INTRODUCCIÓN	477
2. QUÉ ACTIVIDADES DE LOS MUSEOS SON ASEGURABLES	479
3. TIPOLOGÍA DE PÓLIZAS QUE PUEDEN SER CONTRATADAS POR LOS MUSEOS	480
3.1. Exposición permanente	480
3.2. Exposiciones temporales	483
3.3. Edificio y equipamiento	485
3.4. Responsabilidad civil	487
3.5. Accidentes	489
3.6. Defensa jurídica	490
3.7. Pérdidas consecuenciales	491

ANEXO AL CAPÍTULO X

EL MERCADO ASEGURADOR DE OBRAS DE ARTE

1. INTRODUCCIÓN: ESTRUCTURA, CAPACIDAD Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO ASEGURADOR DE OBRAS DE ARTE	493
2. EL VALOR ATRIBUIDO A LAS OBRAS DE ARTE Y SU INCIDENCIA EN EL SEGURO	496
3. EL SEGURO DE COLECCIONES PERMANENTES	498
4. EL SEGURO DE PRÉSTAMOS Y EXPOSICIONES. SITUACIÓN, PROBLEMÁTICA Y POSIBLES SOLUCIONES	501
5. LOS «STATE INDEMNITY SCHEMES» O GARANTÍA DEL ESTADO	503
BIBLIOGRAFÍA	505

CAPÍTULO XI

LA PROTECCIÓN PENAL DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL MUSEO: LOS DELITOS CONTRA EL PATRIMONIO HISTÓRICO EN EL CÓDIGO PENAL DE 1995

1. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN	509
2. FUNDAMENTO DE LA INTERVENCIÓN Y BIEN JURÍDICO PROTEGIDO	511
2.1. Fundamento de la protección jurídico penal del Patrimonio Histórico	511
2.2. Bien jurídico protegido	516
2.3. Objeto material de los delitos contra el Patrimonio Histórico	517
3. SISTEMÁTICA DE LA PROTECCIÓN JURÍDICO PENAL DEL PATRIMONIO HISTÓRICO	521
4. ANÁLISIS DE LAS FIGURAS TÍPICAS	524

	<i>Pág.</i>
4.1. Delitos relacionados con la adquisición ilegal de bienes culturales .	525
A. Hurto y robo de bienes de carácter histórico, artístico, cultural o científico	526
B. Apropiación indebida de bienes de carácter histórico, artístico, cultural o científico y de bienes perdidos o de dueño desconocido.....	527
C. Delito de malversación de bienes especialmente protegidos por su valor artístico, histórico, cultural o científico.....	529
4.2. Delitos relacionados con la destrucción, deterioro o inutilización de bienes culturales	530
4.3. Delitos relacionados con el tráfico ilegal de bienes culturales.....	535
5. RESPONSABILIDAD DE LOS MUSEOS Y DE SUS ÓRGANOS DIRECTIVOS.....	537
A. Responsabilidad del museo y de sus órganos directivos como responsables directos de la lesión del patrimonio que custodian o como responsables civiles por los daños causados por un empleado suyo.....	538
B. Responsabilidad del museo y de sus órganos directivos como consecuencia de la omisión de las obligaciones que les han sido encomendadas. La responsabilidad penal en «comisión por omisión»	539
C. El museo como perjudicado por la lesión del bien de interés cultural. Circunstancias procesales derivadas.....	543
6. CONCLUSIONES.....	544
7. BIBLIOGRAFÍA ESPECIALIZADA.....	546

LIBRO IV

EL ELEMENTO FUNCIONAL DE LOS MUSEOS

INTRODUCCIÓN

LAS ACTIVIDADES DE LOS MUSEOS

1. LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL MUSEO: ADQUIRIR, CONSERVAR, DOCUMENTAR, INVESTIGAR, DIFUNDIR Y EXPONER LA COLECCIÓN PERMANENTE.....	552
1.1. La organización de las visitas del público.....	552
1.2. El fundamento y límites de la potestad del museo de organizar la visita.....	553
1.3. La relación entre los distintos principios o valores: la seguridad y conservación han de primar sobre el acceso	554
1.4. Normas de ética sobre el acceso	555
2. LAS CONDICIONES GENERALES DE ACCESO Y VISITA DEL MUSEO.	556
2.1. Normas legales y contractuales que regulan la visita	556
2.2. Publicación de las condiciones generales de acceso y visita	557
2.3. Cuestiones reguladas por las condiciones generales de acceso y visita.....	557

	<i>Pág.</i>
2.4. Los horarios	560
2.5. Las entradas y la promoción del museo.....	561
2.6. El precio de las entradas	561
2.7. La posibilidad de establecer distintos precios de entradas	564
2.8. El derecho de admisión y de expulsión de los visitantes	565
2.9. La protección de los datos de carácter confidencial del visitante.....	568
2.10. La responsabilidad del museo por accidentes y daños a los objetos personales.....	568
3. LAS ACTIVIDADES ACCESORIAS O COMPLEMENTARIAS DE LOS MUSEOS.....	568
3.1. Las actividades accesorias o complementarias	568
3.2. Normas éticas y actividades accesorias	570
3.3. Normas jurídicas y actividades accesorias	572
4. LA ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES TEMPORALES.....	573
4.1. ¿Actividad principal o accesoria?	573
4.2. Normas éticas y exposiciones temporales.....	574
4.3. Normas jurídicas y exposiciones temporales.....	575
4.4. Seguros y exposiciones temporales	576
5. ACTIVIDADES COMERCIALES.....	576
5.1. Normas éticas y jurídicas sobre actividades comerciales.....	576
6. CESIÓN DE ESPACIOS, ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y VISITAS ESPECIALES.....	578
6.1. Cesión o alquiler de espacios y permisos de eventos organizados en los museos	578
6.2. Normas jurídicas y alquiler o cesión de espacios.....	580
7. LA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, MORAL E INDUSTRIAL.....	581
7.1. Régimen jurídico.....	581
7.2. Normas éticas y propiedad intelectual y moral.....	581
7.3. El merchandising.....	582
8. LA VALORACIÓN O TASACIÓN DE BIENES CULTURALES.....	583
8.1. Normas éticas y jurídicas sobre valoración de bienes culturales.....	583
8.2. Museos y valoraciones de bienes	584
9. LA ACREDITACIÓN O AUTENTIFICACIÓN DE BIENES CULTURALES.....	585
9.1. Normas éticas y autentificaciones.....	585
9.2. Normas jurídicas y autentificaciones.....	587
10. LA BÚSQUEDA DE APORTACIONES Y GASTOS DE LOS PARTICULARES A FAVOR DE LOS MUSEOS.....	588
10.1. Aportaciones y gastos de los particulares a favor de los museos, incentivados fiscalmente: el mecenazgo	588
10.3. Las aportaciones desinteresadas a los museos	589
10.4. Los convenios de colaboración empresarial	589
10.5. Los gastos en actividades de interés general.....	590
10.6. ¿Qué museos reúnen los requisitos para recibir aportaciones o donaciones que generen beneficios fiscales a los donantes?.....	590

	<i>Pág.</i>
10.7. Las cuotas de los miembros de las asociaciones de amigos de los museos pueden o no estar incentivadas.....	591
10.8. Los voluntarios de los museos no reciben incentivos fiscales en España	592
10.9. Si se condiciona una donación, se pierden los incentivos fiscales...	592
10.10. Otros gastos e inversiones incentivadas fiscalmente por el Estado central de interés para los museos.....	594
10.11. Otros gastos e inversiones y aportaciones incentivadas fiscalmente por las CCAA de interés para los museos	595
11. TRIBUTOS QUE GRAVAN LAS ACTIVIDADES Y PATRIMONIO DE LOS MUSEOS.....	597
11.1. Los tributos que gravan los museos	597
11.2. El Impuesto de Sociedades y los museos.....	597
11.3. ¿Qué prestaciones de servicios de los museos se encuentran gravadas por el IVA?.....	598
12. MUSEOS, ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO Y EL RÉGIMEN JURÍDICO TRIBUTARIO Y DEL MECENAZGO DE LA LEY 49/2002 .	598
12.1. Ideas previas.....	598
A. Entidades que pueden acogerse a este régimen	599
B. Es un régimen tributario mucho más favorable que el general y que afecta a cinco impuestos y al mecenazgo.....	599
C. Es un régimen voluntario.....	600
D. Es un régimen permanente	601
E. Es un régimen que se pierde de forma automática si se incumplen los requisitos	601
12.2. Requisitos de la ley 49/2002	602
A. Requisito principal	603
B. Requisitos que concretan el requisito principal	603
C. Requisitos de información	603
D. Análisis de estos requisitos.....	605
12.3. Perseguir fines de interés general.....	605
A. Significado. Museos abiertos al público en general	605
12.4. El destino de rentas e ingresos	606
A. Significado.....	606
B. Se cumple este requisito tanto si se destinan las rentas a gastos como a inversiones	607
12.5. Que no realicen explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria	607
A. Significado.....	608
B. El arrendamiento de espacios del museo no se tiene en cuenta	608
12.6. Que no exista trato de favor	609
A. Significado.....	609
B. Excepciones a la regla general	609
12.7. Gratuidad de los miembros del órgano de gobierno.....	611
A. Significado.....	611
B. No pueden cobrar, pero pueden ser reembolsados por los gastos que asuman y que el desempeño de su función les ocasione	611

	<i>Pág.</i>
C. Pueden percibir retribuciones por otros servicios y prestaciones laborales, siempre que se cumplan ciertas condiciones.....	612

CAPÍTULO XII

ACCESO Y VISITA A LA EXPOSICIÓN PERMANENTE DEL MUSEO: LA ORGANIZACIÓN DE LA VISITA A LA EXPOSICIÓN PERMANENTE

1. ASPECTOS GENERALES	613
2. LAS POTESTADES PARA ESTABLECER NORMAS DE ADMISIÓN Y DE COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES EN EL MUSEO	614
2.1. El fundamento constitucional de la potestad de un museo para establecer normas de admisión y comportamiento de los visitantes: La libertad de empresa legitima en el museo a tomar estas medidas pero dentro de una serie de límites	614
2.2. El significado de la libertad de empresa como elemento que justifica el establecimiento de normas de acceso y comportamiento en un museo.....	615
2.3. Las normas generales de seguridad que hay que tener en cuenta para la dirección de un museo.....	616
A. ¿Qué se entiende legalmente por museo?	617
B. ¿Cuáles son las condiciones de protección de los museos?	617
C. Los recursos humanos necesarios para la protección de los museos	617
D. Los recursos materiales para la protección	617
E. Las medidas de conservación.....	618
F. El acceso del público, difusión de los fondos, áreas interiores de los museos, señalización exterior y actividades comerciales y publicitarias.....	618
G. Actividades comerciales y publicitarias	619
3. LA INSPECCIÓN DE BOLSAS Y PAQUETES DEL VISITANTE Y LA PROTECCIÓN DEL DERECHO A LA INTIMIDAD Y A LA PROPIA IMAGEN DE LOS VISITANTES DEL MUSEO	619
3.1. Consideraciones generales	619
3.2. Instrumentos técnicos de control y protección de los derechos a la intimidad y a la propia imagen.....	621
A. Controles magnéticos y visuales en la entrada	621
B. La visualización desde los lugares de control de las cámaras instaladas en el museo.....	622
C. La protección del derecho en la propia imagen	623
4. LA PROTECCIÓN DE DATOS EN EL MUSEO	623
4.1. Consideraciones generales	623
A. Los requisitos que hay que cumplir cuando se recogen datos de carácter personal.....	624
B. Consideraciones sobre la grabación de imágenes de los visitantes, su conservación y su cancelación	625
a) Sobre la conservación de las imágenes registradas.....	625
b) Los derechos de los interesados.....	625

	<u>Pág.</u>
5. LAS OBLIGACIONES DEL MUSEO Y LAS NORMAS DE COMPORTAMIENTO DEL PÚBLICO EN EL MUSEO	626
5.1. Las obligaciones del museo.....	626
5.2. Consideraciones específicas sobre la autoprotección en el museo...	627
5.3. Las normas de comportamiento del público	628
6. LAS RECLAMACIONES DEL PÚBLICO	628
6.1. Las características que tiene que presentar el libro de reclamaciones.	629
6.2. Los requisitos que han de satisfacer a los visitantes que piden el Libro de Reclamaciones	629
6.3. El uso del Libro de Reclamaciones por parte del público visitante..	629
6.4. Las competencias de la autoridad administrativa ante las reclamaciones sobre el funcionamiento del museo.....	630

CAPÍTULO XIII

EL RÉGIMEN DE ACCESOS Y VISITAS AL MUSEO

1. EL ACCESO Y LA VISITA AL MUSEO COMO FORMA DE SATISFACCIÓN DE SU FUNCIÓN EDUCATIVA	631
2. LA PROMOCIÓN PÚBLICA DEL MUSEO	633
2.1. La promoción del museo y su posible carácter vinculante.....	633
2.2. La promoción del museo como «oferta pública»	634
3. EL ACCESO AL MUSEO DEL PÚBLICO EN GENERAL: LA VENTA DE ENTRADAS.....	635
3.1. La naturaleza jurídica de la venta y adquisición de la entrada: las denominadas relaciones contractuales de hecho	635
3.2. Los derechos y las obligaciones inherentes a la entrada que corresponden al museo y al adquirente de la misma	636
A. Derechos y obligaciones que derivan de la autonomía de la voluntad del museo; el «derecho de admisión»	638
B. Derechos y obligaciones que derivan de la legislación aplicable a los consumidores y usuarios	639
C. Derechos y obligaciones que derivan de la legislación aplicable a los museos. Especial referencia a la normativa de la Comunidad Autónoma de Cataluña	640
a) Obligación de disponer de un área de exposición	640
b) Obligación de facilitar el acceso y la visita al área de exposición	640
c) Obligación de información relativa a las condiciones de acceso y visita al museo y a las características de las obras expuestas.....	640
d) Obligación de garantizar la seguridad de los visitantes.....	640
D. Derechos y obligaciones que derivan del control de la Administración.....	642
E. Derechos y obligaciones que derivan de los principios del Código ICOM.....	643
3.3. Las entradas individuales y las entradas a grupos	644
3.4. La venta anticipada de entradas	645
A. La modificación sobrevinida de las circunstancias existentes en el momento de la adquisición de la entrada	645

	<i>Pág.</i>
B. La posibilidad de desistimiento y el derecho a la devolución de la cantidad pagada por la entrada	646
4. EL ACCESO AL MUSEO DE INVESTIGADORES.....	647

CAPÍTULO XIV

TRATAMIENTO DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL EN LOS MUSEOS. PRINCIPALES OBLIGACIONES EN PROTECCIÓN DE DATOS Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. INTRODUCCIÓN. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL	650
1.1. Normativa de Protección de Datos y su aplicación a los museos	650
1.2. Los datos personales objeto de tratamiento por los museos	650
1.3. Principios básicos de LOPD que todo museo debe respetar en el tratamiento de datos personales.....	652
A. El deber de información al recabar los datos	653
B. El consentimiento del titular del dato y calidad del mismo	653
C. La cesión de datos y el encargado del tratamiento	657
1.4. Museos públicos y privados. Ficheros de titularidad pública y ficheros de titularidad privada.....	659
A. Concepto y naturaleza de ficheros en museos públicos/privados	659
B. Principales diferencias entre los ficheros públicos y privados de los museos	659
1.5. Autoridades de control a las que quedan sometidos los museos	661
A. La Agencia Española de Protección de Datos.....	661
B. Las Agencias autonómicas de Protección de Datos	661
2. RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL POR LOS MUSEOS	662
2.1. Recogida de datos a través del personal del museo	662
2.2. Recogida de datos a través de la página web de los museos	662
3. UTILIZACIÓN POR LOS MUSEOS DE LOS DATOS DE CARÁCTER PERSONAL	663
3.1. Límites legales.....	663
3.2. Actualización de datos.....	663
3.3. Ejercicio de derechos. Deberes de los museos.....	665
A. Derecho de impugnación.....	666
B. Derecho de información en la recogida de los datos	666
C. Derecho de acceso.....	666
D. Derecho de rectificación y cancelación.....	667
E. Derecho de oposición	667
4. VIGILANCIA DE LOS MUSEOS A TRAVÉS DE CÁMARAS O VIDEO-CÁMARAS.....	667
5. EL MUSEO EN INTERNET.....	667

	<i>Pág.</i>
5.1. Obligaciones del museo como prestador de Servicios de la Sociedad de la Información.....	668
A. Identificación del museo	668
a) Datos generales del museo	669
b) Datos registrales del nombre de dominio del museo	669
c) Autorización administrativa previa	669
d) Precio del producto o servicio ofertado por el museo.....	669
e) Códigos de conducta.....	669
B. Información sobre Protección de Datos en la recogida y tratamiento de los datos personales de los visitantes o usuarios	670
C. Información sobre Contratación Electrónica	672
D. Informaciones complementarias	672
5.2. Aviso legal y condiciones de uso de la página web.....	672
A. Condiciones de uso	672
B. Propiedad intelectual e industrial.....	672
C. Cookies.....	672
D. Responsabilidad del usuario	673
E. Limitación de responsabilidad del museo	673
F. Legislación y jurisdicción aplicable.....	673
6. VENTAS DEL MUSEO A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB	673
7. COMUNICACIONES COMERCIALES A LOS VISITANTES	674
7.1. Comunicaciones propias y de terceros.....	674
7.2. Comunicaciones de un museo por medios electrónicos. SPAM.....	676
A. ¿Qué son las comunicaciones comerciales?	676
B. Requisitos de legalidad de las comunicaciones comerciales por medios electrónicos. Comunicaciones comerciales no solicitadas (SPAM)	678
8. RESPONSABILIDADES EN PROTECCIÓN DE DATOS Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO ...	680
8.1. Procedimiento sancionador y de tutela de derechos.....	680
A. Procedimiento de tutela de derechos	680
B. Procedimiento sancionador	681
C. Recursos frente a las resoluciones de la AEPD.....	681
8.2. Alcance y publicidad de las resoluciones de la AEPD.....	682
8.3. Otras competencias sancionadoras de la AEPD	682

ANEXO I AL CAPÍTULO XIV

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES CON FINES DE VIDEOVIGILANCIA	685
---	-----

ANEXO II AL CAPÍTULO XIV

VENTAS DE LOS MUSEOS A TRAVÉS DE INTERNET

1. VENTA DE ENTRADAS POR LOS MUSEOS	689
1.1. Obligación de información previa a la compra de entrada	690

	<i>Pág.</i>
A. Distintos trámites para la celebración del contrato	690
B. Archivo y acceso del documento electrónico generado por la compra	691
C. Medios técnicos de identificar y corregir errores	691
D. Lengua o lenguas en que el contrato podrá formalizarse	691
E. Validez de la oferta	691
F. Acceso previo y almacenamiento de las condiciones generales de contratación	693
1.2. Condiciones generales de la contratación	693
1.3. Obligación de información posterior a la compra de entradas	694
A. Envío de un acuse de recibo	695
B. Confirmación documental	695
C. Excepciones	695
2. VENTA DE OTROS PRODUCTOS. ENLACES A PÁGINAS WEB DE TERCEROS	695

CAPÍTULO XV

LA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL POR EL MUSEO

1. BREVE INTRODUCCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL	697
1.1. Presentación	697
1.2. Significado de «propiedad intelectual»	698
1.3. El principio de territorialidad	699
A. Propiedad material y propiedades inmateriales: especial referencia a la independencia y compatibilidad de estos derechos.	701
B. La propiedad intelectual: concepto y contenido	703
a) Normativa nacional, comunitaria e internacional	704
b) Requisitos para la protección de la obra	707
c) Titular de los derechos	708
d) Contenido de los derechos morales y de los derechos patrimoniales	709
e) Duración de la protección y dominio público	711
f) Los límites a los derechos de autor	712
g) Transmisión de los derechos patrimoniales de autor	717
h) Otros derechos de propiedad intelectual: los derechos conexos	721
C. La propiedad industrial: concepto y contenido	723
a) Normativa nacional, comunitaria e internacional de protección de las marcas	725
b) Las marcas: requisitos de protección	726
c) Las marcas: funciones	728
d) La marca no registrada	729
e) Las marcas notorias y renombradas	730
f) Los nombres de dominio	730
2. LA COLECCIÓN DEL MUSEO Y LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL	731

	<u>Pág.</u>
2.1. Contenido de la colección del museo: derechos sobre las piezas de la colección y titulares de los mismos	731
2.2. Especial referencia al derecho de exposición pública de las obras de las artes plásticas y de las obras fotográficas	732
2.3. Derecho moral de autor a la integridad de la obra y conservación y restauración de obras	735
3. DERECHOS PROPIOS DEL MUSEO; ELEMENTOS IDENTIFICATIVOS DEL MUSEO Y DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL. CREACIONES PROPIAS	737
3.1. Marcas del museo	737
3.2. Especial referencia a la sede del museo: posibilidades de protección de obras arquitectónicas	738
A. La protección por vía de la propiedad intelectual.....	738
B. La protección por vía de la propiedad industrial: el derecho de la marca	740
3.3. La creación de obras protegidas por parte del museo: especial referencia a las creaciones de los empleados	741
4. LA ACTIVIDAD DE EXPLOTACIÓN DE DERECHOS POR PARTE DEL MUSEO	743
4.1. Catalogación interna de la colección. Archivo fotográfico: especial referencia a la concurrencia de derechos en las fotografías y posibilidades de explotación	743
4.2. Explotación de las obras protegidas de la colección y de exposiciones, explotación de derechos propios y ajenos	744
A. Promoción de la colección y exposiciones: catálogos, guías, folletos, carteles e invitaciones con reproducciones de obra; DVD; materiales audiovisuales	744
B. Merchandising.....	745
C. El museo on-line	746
4.3. Contratación de derechos de autor.....	746

ANEXO AL CAPÍTULO XV

OTROS DERECHOS DE LOS ARTISTAS: LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DEL ARTISTA Y EL MUSEO	749
--	-----

CAPÍTULO XVI

**VALOR DE MERCADO DE LAS OBRAS DE ARTE
Y DE LOS BIENES CULTURALES**

INTRODUCCIÓN	752
Escepticismo <i>versus</i> realidad	752
1. CONCEPTOS Y PROPOSICIONES FUNDAMENTALES DE LA VALORACIÓN DE BIENES.....	753
1.1. El valor de los bienes	754

	<i>Pág.</i>
A. Definición de «valor»	754
B. En Derecho, el «valor de un bien» tiene siempre relación con el dinero	755
1.2. El concepto de valor	756
A. Definición de concepto de valor	756
B. Designación de los conceptos	756
C. Los conceptos de valor más comunes	757
1.3. Valorar un bien	757
A. (...) Definición	757
B. El método de valoración.....	758
C. El procedimiento de valoración.....	758
2. EL CONCEPTO DE VALOR DE MERCADO	758
2.1. Definición del concepto «valor de mercado»	758
2.2. Características de los valores de mercado de los bienes.....	759
A. El valor de mercado de un bien es la cantidad de dinero o precio que de forma razonable o probable podría obtenerse por la transmisión de su propiedad en una venta hipotética	759
B. No tiene por qué coincidir con un precio real pagado por el bien	760
C. Se establece en función del precio razonable o probable que un comprador medio o típico dispuesto a comprar pagaría a un vendedor medio o típico dispuesto a vender	760
D. Se establece en función de los usos o destinos normales del bien que den lugar a su mayor valor posible	763
E. Se establece respecto a un mercado específico, delimitado en función del territorio, el nivel o tramo del mercado y el tiempo	764
F. Se establece en función del volumen o cantidad del bien que puede ser objeto de venta	767
G. Se establece en función sólo de la cantidad razonable o probable de dinero que pagaría el comprador en efectivo por la adquisición de la propiedad del bien.....	767
3. MÉTODOS PARA HALLAR EL VALOR DE MERCADO DE LAS OBRAS DE ARTE.....	768
3.1. Métodos de valoración.....	768
3.2. Delimitación del método de comparación de ventas	768
A. Actividades que conforman el método de comparación de ventas	768
B. Identificación y descripción de las características de la obra de arte que influyen en su valor de mercado	768
C. Búsqueda de precios de transacciones del mismo bien o de otros semejantes, en el mercado relevante y apropiado de valoración, que cumplan las condiciones propias del concepto de valor de mercado.....	768
D. Homogeneización de dichos precios y comparación de las obras de arte de las que se dispone de precio con la obra de arte a valorar, para establecer el valor de mercado de la misma.....	768

CAPÍTULO XVII

AUTENTIFICACIÓN DE OBRAS DE ARTE EN LOS TRIBUNALES DE JUSTICIA NORTEAMERICANOS. FACTORES CONSIDERADOS Y CRITERIOS PROPUESTOS

1. INTRODUCCIÓN	771
2. CIRCUNSTANCIAS EN LAS QUE SE PLANTEAN CUESTIONES DE AUTENTIFICACIÓN DE OBRAS DE ARTE	773
2.1. Catálogos razonados	773
2.2. Exposiciones retrospectivas	774
2.3. Consejos/Comités de autenticación de obras de arte.....	775
2.4. Venta de obras de arte	776
2.5. El derecho de atribución según la legislación francesa	777
2.6. Tasadores que deciden sobre el valor de una obra	778
2.7. Comentario/Crítica pública no solicitada de una obra	778
3. DECISIONES DE LOS TRIBUNALES	779
3.1. El caso Calder.....	779
3.2. El tema de la restauración. El caso Schiele	782
3.3. Factores que determinan la autenticidad en los tribunales.....	783
A. Procedencia	783
B. Peritaje de expertos: inspección visual por un ojo experto.....	784
C. Análisis científico.....	786
3.4. Otros factores y enfoques utilizados por los tribunales.....	789
A. El factor de la firma.....	789
B. Controversias entre expertos.....	790
4. RECOMENDACIONES PARA LA AUTENTIFICACIÓN DE ARTE VISUAL POR EXPERTOS	795
4.1. Temas de credibilidad.....	795
4.2. Procedencia	796
4.3. Aptitudes de los expertos.....	796
4.4. Consenso de los expertos.....	796
4.5. Peritaje sistemático.....	797
4.6. Inspección visual meticulosa	798
4.7. Fotografías.....	798
4.8. Firmas.....	798

ANEXO AL CAPÍTULO XVII

PRUEBA DE LA AUTORÍA Y LA VALORACIÓN DE MERCADO DE LAS OBRAS DE ARTE

1. CERTEZA SOBRE LA AUTORÍA Y VALOR.....	799
1.1. La duda sobre la autoría	799
1.2. La imposibilidad de determinar la autoría	800
2. LA PRUEBA DE AUTORÍA.....	801
2.1. El testimonio del artista como prueba de la autoría.....	802
2.2. Pruebas de autoría relacionadas con la historia de la obra.....	802
2.3. Los informes de los expertos.....	803

	<i>Pág.</i>
3. RELACIÓN ENTRE LA VALORACIÓN Y LA EXPERTIZACIÓN DE LA OBRA DE ARTE	804
3.1. Cláusulas eximentes.....	805

CAPÍTULO XVIII

EL MECENAZGO COMO FORMA DE FINANCIACIÓN DE LOS MUSEOS Y ENRIQUECIMIENTO DE SU PATRIMONIO EXPUESTO

1. IDEAS PREVIAS	808
1.1. Los beneficios fiscales al mecenazgo como forma de incentivar a los particulares a colaborar con la actividad propia de los museos	808
1.2. Marco normativo de los beneficios fiscales al mecenazgo. La ley 49/2002, de 23 de diciembre.....	810
2. APORTACIONES DESINTERESADAS REALIZADAS A FAVOR DE MUSEOS GESTIONADOS POR ENTIDADES ACOGIDAS A LA LEY 49/2002, DE 23 DE DICIEMBRE	811
2.1. Notas comunes.....	811
A. Donante.....	811
B. Donatario.....	813
C. Objeto de la donación.....	814
D. Tipo de donación.....	816
2.2. Supuestos y porcentajes de deducción.....	818
A. Donación de bienes integrantes del Patrimonio Histórico Español	818
a) Identificación de los bienes objeto de donación.....	819
b) Valoración de los bienes donados a efectos del cómputo de la deducción	820
B. Donación de bienes culturales de calidad garantizada	821
a) Identificación de los bienes objeto de donación.....	822
b) Valoración económica del bien cultural y beneficio fiscal...	823
c) Entidades beneficiarias de la donación.....	823
C. Donación de bienes y derechos distintos de los anteriores	824
a) Identificación del objeto de donación	824
b) Valoración del bien o derecho donado	825
D. Donaciones dinerarias	832
a) Configuración general	832
b) Supuesto especial: las cuotas de afiliación a las asociaciones	832
2.3. Supuestos primados de aportaciones desinteresadas: «Actividades prioritarias de mecenazgo»	834
2.4. Tratamiento tributario de las alteraciones patrimoniales resultantes de la donación de bienes y derechos a entidades no lucrativas	835
A. Exención en el ámbito del IRPF del donante persona física	835
B. Exención en el ámbito del Impuesto sobre Sociedades del donante persona jurídica.....	836

	<i>Pág.</i>
C. Exención en el ámbito del Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana	837
2.5. Obligaciones formales de los museos: Justificación de los donativos recibidos	838
3. CONVENIOS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL	840
3.1. Definición legal	840
3.2. Sujetos que intervienen en la firma de un convenio de colaboración empresarial.....	841
A. Los museos como entidades beneficiarias de los convenios de colaboración	841
B. Donante.....	841
3.3. Objeto del convenio de colaboración	842
A. Ayuda económica	842
B. Difusión de la colaboración	842
3.4. Formalización del convenio de colaboración	845
3.5. Tratamiento tributario de las aportaciones efectuadas en el seno de los convenios de colaboración	846
A. Tratamiento tributario de la aportación para el museo.....	846
B. Tratamiento tributario de la aportación en el ámbito del impuesto personal del donante	846
C. Tratamiento tributario de la aportación en el IVA.....	847
3.6. Obligaciones del museo y consecuencias jurídicas derivadas de su incumplimiento.....	849
A. Principales obligaciones del museo como entidad donataria ...	849
B. Consecuencias jurídicas derivadas del incumplimiento desde la perspectiva civil: revocación del convenio de colaboración	849
C. Consecuencias tributarias derivadas del incumplimiento.....	850
a) Consecuencias tributarias para el museo.....	850
b) Consecuencias tributarias para el donante.....	851
3.7. Incompatibilidad con otros beneficios fiscales	853
4. GASTOS DIRECTOS EN ACTIVIDADES DE INTERÉS GENERAL	853
4.1. Características de la actividad financiada	854
A. Actividades de interés general.....	854
B. Actividades ajenas a la propia actividad empresarial de la entidad que efectúa el gasto	855
4.2. Beneficio fiscal.....	856
A. Configuración y límites del beneficio fiscal.....	856
B. Procedimiento para gozar del beneficio fiscal.....	856
5. APORTACIONES REALIZADAS A FAVOR DE MUSEOS GESTIONADOS POR ENTIDADES NO ACOGIDAS A LA LEY 49/2002, DE 23 DE DICIEMBRE	857
5.1. Aportaciones realizadas por personas físicas	857
5.2. Aportaciones realizadas por personas jurídicas	858

CAPÍTULO XIX

LA TRIBUTACIÓN DE LOS MUSEOS

1. IDEAS PREVIAS	860
1.1. Objeto de estudio	860
1.2. Delimitación del ámbito subjetivo del trabajo: identificación de los museos objeto de estudio	860
2. LA TRIBUTACIÓN DE LAS RENTAS OBTENIDAS POR LOS MUSEOS ...	864
2.1. Las rentas obtenidas por los museos como rentas sujetas a tributación en el Impuesto sobre Sociedades	864
2.2. Los museos como sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades....	865
2.3. Tributación de las rentas obtenidas por museos gestionados por entidades no lucrativas acogidas a la Ley 49/2002	869
A. Rentas exentas de tributación en el Impuesto sobre Sociedades.	869
a) Enumeración de las rentas exentas de tributación	870
b) Rendimientos derivados de explotaciones económicas	871
c) Donativos, donaciones y cantidades recibidas mediante convenios de colaboración empresarial y contratos de patrocinio publicitario.....	878
d) Cuotas satisfechas por asociados, colaboradores y beneficiarios de la entidad.....	878
e) Subvenciones obtenidas para financiar explotaciones económicas exentas de tributación	880
f) Rentas procedentes del patrimonio de la entidad	880
g) Rentas derivadas de las adquisiciones y transmisiones de bienes y derechos de la entidad	881
h) Rentas atribuidas o imputadas a la entidad	882
B. Determinación de la base imponible del Impuesto sobre Sociedades y tipo de gravamen aplicable.....	883
2.4. Tributación de las rentas obtenidas por museos gestionados por entidades no lucrativas no acogidas a la Ley 49/2002.....	886
A. Rentas exentas de tributación en el Impuesto sobre Sociedades	886
a) Exención de las rentas procedentes de la realización de actividades que constituyan el objeto social o finalidad específica de la entidad.....	886
b) Rentas derivadas de las adquisiciones y transmisiones de bienes y derechos de la entidad	889
B. Determinación de la base imponible del Impuesto sobre Sociedades y tipo de gravamen aplicable.....	890
2.5. Tributación de las rentas obtenidas por museos gestionados por Iglesia Católica y otras entidades sin ánimo de lucro.....	891
3. LA TRIBUTACIÓN DE LOS MUSEOS EN EL ÁMBITO DE LA IMPOSICIÓN LOCAL.....	892
3.1. Ideas previas: compatibilidad de exenciones.....	892
3.2. Impuesto sobre Actividades Económicas	893

	<i>Pág.</i>
A. Las actividades económicas de los museos como actividades sujetas al Impuesto sobre Actividades Económicas	893
B. Exenciones previstas en el TRLRHL	895
C. Exenciones previstas en la Ley 49/2002	896
3.3. Impuesto sobre Bienes Inmuebles.....	898
A. Las entidades sin fines lucrativos como sujetos pasivos del Impuesto sobre Bienes Inmuebles.....	898
B. Exenciones previstas en el TRLRHL	898
C. Exenciones previstas en la Ley 49/2002	900
3.4. Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana	901
A. Las entidades sin fines lucrativos como sujetos pasivos del Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana.....	901
B. Exenciones previstas en el TRLRHL	902
C. Exenciones previstas en la Ley 49/2002	903
4. LA TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES EFECTUADAS POR LOS MUSEOS EN EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO	904
4.1. Operaciones sujetas al IVA	904
4.2. Operaciones exentas de tributación por su carácter cultural.....	905
A. Caracterización de las operaciones exentas.....	905
B. Problemas que plantea la exención	908
4.3. Base imponible y deuda tributaria	909
5. LA TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES REALIZADAS POR LOS MUSEOS EN EL IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS	910
5.1. Operaciones sujetas al ITPAJD	910
5.2. Exenciones aplicables a los museos gestionados por entidades no lucrativas	911

PRESENTACIÓN DEL EDITOR

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS DE ESTA OBRA

En el año 2005 se consideraba que había «más de treinta mil museos en Europa, que eran visitados anualmente por cerca de quinientos millones de personas»¹. Por su parte, en EE.UU., Maxwell L. Anderson afirmaba en un artículo del año 2002 que los grandes museos de arte norteamericanos se habían convertido en la principal atracción turística de muchas de sus ciudades, convocando, según este ex director del Whitney Museum of American Art y actual director del Indianapolis Museum of Art, a cien millones de visitantes al año, cifra que superaba la de personas que asistía anualmente a eventos deportivos en dicho país².

Esta explosión cultural y económica de los museos ha provocado que el legislador de numerosos Estados se haya decidido a regular ampliamente dichas instituciones y que la doctrina jurídica empiece a estudiar y enseñar su normativa.

Así, en los países anglosajones cada vez son más las obras doctrinales que se ocupan de las normas que regulan la gestión y dirección de los museos³ y cada vez son más los cursos universitarios⁴ y los centros de

¹ VV. AA., *Lending to Europe*, p. 8, en http://www.culture.gov.uk/mobility/lending_to_europe.pdf.

² Maxwell L. ANDERSON, «Metrics of success in art museums», p. 1 en http://www.getty.edu/leadership/compleat_leader/downloads/metrics.pdf, este autor no justifica la fuente de estos dos datos.

³ Entre la multitud de fuentes de información y bases de datos sobre libros y artículos sobre Derecho del Arte y de los Museos, recomendamos la elaborada por la biblioteca de la Harvard Law School: http://www.law.harvard.edu/library/services/research/guides/united_states/specialized/art_law.php.

⁴ Entre las facultades o universidades que ofrecen cursos sobre museos o sobre Derecho del Arte cabe mencionar Stanford Law School, Harvard Law School, The University of

investigación⁵ que hacen lo propio, de forma exclusiva, o como parte del Derecho del Arte.

En España, esta eclosión aún no se ha producido. El resultado de ello es que cuando los profesionales del mundo de los museos, o sus asesores legales, intentan conocer el Derecho aplicable a los museos se encuentran en muchas ocasiones desasistidos, dado que no existe un cuerpo doctrinal y jurisprudencial que haya completado e interpretado la normativa que regula la vida de estas entidades y los bienes culturales que administran.

El estudio doctrinal sobre el régimen jurídico de los museos en España se inicia con el libro *Manual Jurídico de los Museos*⁶, que editamos en el año 1998 con una ayuda de la Diputación de Barcelona conseguida gracias a la visión y entusiasmo de Roger Marcet, actual director del Museo Marítimo de Barcelona.

Este libro, que escribimos junto con Raimon Carrasco, Marc Carrillo, Salvador Duran y Josep Massaguer, se agotó en menos de un año, lo que probó la necesidad del mismo y de otros similares.

Respondiendo a esta demanda, hace dos años y medio decidimos elaborar otro mucho más ambicioso, en el que se analizara en sus cuatro partes la regulación de la mayoría de los aspectos normativos, subjetivos, objetivos y funcionales de la administración y dirección de los museos españoles.

Con el mismo, queríamos facilitar a los directores, administradores y asesores legales de los museos un instrumento de consulta con el que encontrar solución a algunos de sus problemas de gestión y dirección; que clarificase la interpretación y aplicación de la normativa jurídica vigente sobre museos; que estableciera un marco conceptual y doctrinal mínimo para futuras investigaciones sobre dicha normativa, y que además pudiese influir en las normas sobre museos que en el futuro elaboren el Estado central, las CCAA o los propios museos españoles.

Además, pretendíamos contribuir en la medida de nuestras posibilidades a la formación de muchos de los excelentes profesionales que trabajan actualmente en los museos, dotándoles de elementos que les permitan cobrar mayor protagonismo en la dirección y gobierno de los mismos, algo que consideramos muy deseable y conveniente para la salud y prosperidad de dichas entidades.

Chicago Law School, Cardozo Law School, University of British Columbia Law School, University of Sydney, University of Tasmania, University of Illinois, New England School of Law, University of Oregon School of Law.

⁵ Entre los centros de investigación que se centran en los museos y el Derecho del Arte, cabe mencionar la International Foundation for Art Research (EEUU), el Institut of Art and Law (Reino Unido); el Centre du Droit de l'Art (Suiza) y el Art Law Centre of Australia (Australia).

⁶ VV. AA., *Manual Jurídico de los Museos*, Madrid, Marcial Pons, 1998.

AGRADECIMIENTOS

Para acometer esta investigación se pidió ayuda al Bufete Roca Junyent y a la Fundación Gala-Salvador Dalí.

Miquel Roca y Albert Segura, de dicho Bufete, fueron los primeros en apoyar este proyecto. Sin la confianza que nos otorgaron y la implicación que ofrecieron de todo su equipo de colaboradores simplemente no hubiéramos iniciado este trabajo, afirmación que por ella misma ya permite comprender el papel y contribución que han realizado al mismo. Además, Albert Segura, junto con Eduard Sagarra, se ha responsabilizado de coordinar la participación de los distintos miembros de dicho despacho que han acabado colaborando en esta obra.

El respaldo definitivo, sin embargo, lo obtuvimos de la Fundación Gala-Salvador Dalí, y, más concretamente, de los miembros de su Comité de Dirección: Ramón Boixadós, presidente; Antonio Pitxot, vicepresidente y director del Teatro-Museo; Montse Aguer, directora del Centro de Estudios; y Joan Manel Sevillano, gerente.

El Comité de Dirección, del que yo también formo parte en mi calidad de secretario general de la Fundación, aceptó a finales del ejercicio 2007 integrar esta investigación en su amplio programa de actividades para el año 2008. La implicación de mi Fundación en mejorar la gestión de sus cuatro museos y de los museos en general, dentro de su filosofía de búsqueda de la excelencia en todos los ámbitos de su actuación, fueron razones más que suficientes para apoyar el estudio propuesto.

Disfrutando del aval de esta entidad ampurdanesa, fue muy fácil convencer a los principales responsables en Cataluña de Prosegur, Alejandro Corominas y Javier Miralles, para que la fundación de dicha empresa de seguridad financiara parte de los gastos de elaboración de este libro y de las jornadas organizadas en 2008 para difundir sus conclusiones entre los profesionales de los museos.

También cabe reconocer y hacer pública la ayuda recibida de la Generalidad de Cataluña, personificada en este caso por Eulàlia Janer y Valentí Sallas, para realizar en el año 2006 unas jornadas de formación destinadas a los Museos de Cataluña y que permitieron empezar a encarar algunos de los trabajos doctrinales que componen esta obra.

Si ha sido justo destacar las entidades y las personas que dentro de las mismas han contribuido a la publicación de este libro, más lo es agradecer la labor realizada por cada uno de sus veintidós autores. Son ellos quienes han salvado con éxito la dificultad de abordar numerosos y complejos temas, muchos de ellos inéditos en la doctrina jurídica, y quienes han tenido que dedicar innumerables horas de trabajo para escribir sus textos.

En un país como el nuestro, en el que por desgracia en muchas ocasiones el mérito es un demérito, sólo se les puede asegurar que su esfuerzo les

reportará la satisfacción del trabajo bien hecho, el aprendizaje que siempre conlleva toda investigación y la gratitud anónima de todos aquellos que encuentren en sus aportaciones solución a sus problemas.

Quisiera por último hacer constar mi agradecimiento personal a Pilar Daniel, que me ha ayudado en las arduas tareas de edición de textos. Yo no habría podido compaginar mi trabajo de secretario general de la Fundación Gala-Salvador Dalí, de profesor e investigador universitario y de asesor jurídico de varias entidades públicas y privadas sin que en la recta final de este libro y de mis últimos tres libros no hubiera podido contar con su profesionalidad, saber y compromiso.

EL DERECHO DE LOS MUSEOS

Después de los justos reconocimientos anteriores, quisiéramos dedicar unas palabras al Derecho de los museos, en el que se inscribe el contenido de esta obra.

Entendemos por «Derecho de los museos» el conjunto de principios y normas jurídicas que regulan el gobierno, patrimonio y actividades de los museos⁷.

Lo primero que debe afirmarse es que no existe en nuestro país, ni en ningún otro, una rama del Derecho positivo autónoma que la comunidad jurídica identifique con el título de «Derecho de los museos».

Evidentemente, tampoco existe una disciplina científica autónoma que dentro de la Ciencia del Derecho o de la Dogmática jurídica tenga por misión el estudio y perfeccionamiento de las normas jurídicas que regulan los museos.

El cuerpo normativo que incide sobre los museos, aunque cada vez es más importante⁸, no es suficientemente extenso, orgánico y asentado en el tiempo para que haya sido objeto de una construcción doctrinal y legislativa propia y separada del resto de ramas del Derecho.

⁷ Varios autores norteamericanos afirman que aún no existe una definición aceptada por todos de «Derecho de los Museos», y que muchos son los que simplemente afirman que es una especialidad del «Derecho del Arte», sin más (véase Robert C. LIND, Robert M. JARVIS y Marilyn E. PHELAN, *Art and Museum Law*, Durham, North Carolina, Carolina Academic Press, 2002, p. 425). Para estos autores, en sentido amplio, Derecho de los museos es la intersección o punto de contacto de los museos con el sistema legal. En su sentido estricto, se referiría sólo al cuerpo de principios legales que son aplicables a las actividades y gobierno de los museos.

⁸ En prácticamente todos los países occidentales encontramos leyes y reglamentos que han sido promulgados con la única finalidad de regularlos. Y si estas normas son numerosas, no pueden compararse con el gran número de leyes que en su articulado se refieren en un momento u otro a los museos para darles un trato específico dentro de su regulación general: desde la normativa sobre patrimonio cultural, a la que regula los diferentes tributos. Por último, existe un tercer grupo de normas, que sin llegar ni tan siquiera a mencionar los museos, también les afectan en gran medida: como puede ser la normativa de incendios, o la de acceso del público, como meros ejemplos.

Por esta razón, para conocer los postulados jurídicos que tienen relevancia para la administración y dirección de los museos es necesario acudir a una gran variedad de ramas del Derecho y disciplinas jurídicas: la civil, la mercantil, la administrativa, la penal, la laboral, la tributaria... Y ésta también explica que la regulación de los museos no disponga de unos principios generales del Derecho propios y exclusivos.

RAZONES PARA EL ESTUDIO ESPECÍFICO DE LA REGULACIÓN DE LOS MUSEOS

Si no podemos identificar la regulación de los museos con una de las ramas o especialidades del Derecho de los países occidentales, lo que sí resulta cierto es que se dan razones para su estudio específico.

En primer lugar, por la necesidad y conveniencia democrática y jurídica de que existan en nuestro país obras doctrinales que interpreten y apliquen las normas sobre museos con base en los mandatos y principios constitucionales que incidan sobre los mismos o sobre su patrimonio. Si, como decíamos, no existen principios propios y exclusivos de los museos, sí existen principios o valores jurídicos que ineludiblemente recaen sobre ellos. Así, la Carta Magna establece toda una serie de principios sobre el patrimonio cultural y sobre la cultura en general que ineludiblemente presidirán y orientarán tanto la creación de normas jurídicas sobre los museos, como su interpretación y aplicación.

En segundo lugar, porque el creciente número de normas jurídicas sobre museos o sobre el patrimonio cultural, autonómicas, estatales o internacionales, provoca a su vez un número también creciente de problemas de aplicación de las mismas, como son los de determinación de la vigencia, de elección del tipo de interpretación o los de resolución de antinomias y lagunas legales, que exigen de la correspondiente atención doctrinal, administrativa y jurisprudencial.

En tercer lugar, por la ya comentada importancia social, económica y cultural de los museos, que justifica por ella misma una mínima atención por parte de la Ciencia del Derecho que permita interpretar la normativa sobre museos de forma que se promueva la eficacia y eficiencia de los museos españoles.

Esperamos que este libro alcance algunos de sus objetivos y que sea además el germen de multitud de posteriores trabajos de investigación que se adentren en muchos de los puntos que aquí sólo se han apuntado.

Lluís PEÑUELAS I REIXACH

Secretario General de la Fundación Gala-Salvador Dalí
Profesor titular de Universidad de Derecho Financiero y Tributario

PRESENTACIÓN DEL COLABORADOR

Este libro tiene la vocación de ofrecer a todos los centros museísticos del Estado Español y a todos los agentes que intervienen en la actividad museística, una herramienta que sirva de guía y consulta en las diversas cuestiones y problemáticas jurídicas que hoy plantea la actividad cultural y social que se desarrolla en y a través de esos centros.

La iniciativa del libro fue de Lluís Peñuelas, Secretario General de la Fundación Gala-Salvador Dalí y profesor titular de universidad de Derecho Financiero y Tributario, persona siempre interesada e inquieta por todas las cuestiones que afectan a los museos, y gran conocedor de su realidad por sus vivencias cotidianas; y su propuesta de colaboración al despacho de abogados Roca Junyent no podía más que ser inmediatamente aceptada por nosotros, con entusiasmo y agradecimiento.

Los profesionales del Derecho tenemos el reto de implementar a diario la adaptabilidad de las normas jurídicas (que recogen los principios que informan nuestro sistema legal), a la evolución de la sociedad y a los cambios que —cada vez con mayor celeridad y con un creciente incremento de matices— se van produciendo en una comunidad muy globalizada. La función social que desarrollan los juristas nos exige y nos ayuda a estar muy próximos y atentos a todos esos cambios, en un apasionante seguimiento de todos los factores que los ocasionan.

Esta complicidad con el desarrollo de la comunidad de la que somos parte afecta significativamente al mundo de la cultura, de la que los centros museísticos son uno de sus buques insignia. Los museos son instituciones con una función educativa y de servicio público, que han evolucionado enormemente como reflejo del devenir histórico y del progreso de la comunidad. Ciertamente se ha ido manteniendo el entronque con el concepto de sabiduría a que nos transporta la etimología de

la palabra «museo» (del griego «museion», «templo de las musas», que estaría asociada al complejo cultural y científico creado en Alejandría por el primer faraón griego de Egipto, Ptolomeo I Soter¹), pero los centros museísticos han protagonizado y protagonizan una época donde la cultura ocupa una centralidad que en nuestro país es un logro relativamente reciente, y han pasado de ser venerables almacenes de curiosidades a definirse como «instituciones permanentes sin finalidad de lucro al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abiertas al público, que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben, con fines de estudio, de educación y de delectación, evidencias tangibles e intangibles de los pueblos y de su entorno»². La inicial simplicidad del museo ha pasado a ser totalmente superada, y hoy en día, con mayor o menor acierto, lo que se entiende por museo abarca desde la idea tradicional del mismo hasta cualquier espacio donde haya una actividad socio-cultural permanente.

Asimismo, la tradicional concepción del museo como institución de gestión eminentemente pública se ha visto superada por la iniciativa privada y por las necesidades que han de atenderse para facilitar a los ciudadanos el derecho constitucional al acceso a la cultura; la Administración ha dejado de ser la única titular de centros museísticos y se ha visto felizmente obligada a renovar sus anteriores esquemas y a adaptarse al ritmo cambiante de la sociedad y a las exigencias de un público cada vez más interesado en la oferta cultural. Ello ha llevado a una situación de enriquecimiento del panorama museístico y ha realzado la importancia de la cultura, aunque pueda decirse que en ocasiones «a cambio de su utilización y de servir al espectáculo y a las políticas de todo tipo, con una cierta pérdida de la función de servicio público que toda institución educativa ha de tener»³.

Nuevos públicos, con nuevas inquietudes y demandas, se han incorporado a los usuales consumidores de la cultura, con una cierta masificación que ha requerido profundos cambios en el planteamiento de la gestión de los centros museísticos y de los servicios que en ellos se ofrecen a sus visitantes. Los museos tradicionales, enfrentados a la competencia de las nuevas ofertas institucionales y privadas y a las nuevas demandas de su público, han tenido que abordar su renovación o arriesgarse a languidecer bajo el paraguas de la institución que los creó e intentar no tener que cerrar sus puertas.

Estos profundos cambios en la concepción de los centros museísticos han provocado que la que se entendía como su función tradicionalmente principal o única (conservar, exhibir obras u objetos, y estudiar-

¹ Antonio E. TEN ROS, Universidad de Valencia; «¿Qué es un museo?»

² Definición del Código de Ética Profesional del ICOM (International Council of Museums)

³ Manuel J. BORJA-VILELL; entrevista en *La Vanguardia* de Barcelona, 31.01.08.

los) haya dejado de ser exclusiva, y en ocasiones haya pasado a ser accesorio de otras. Nuevas relaciones, nuevos interlocutores, nuevas transacciones, y nuevas demandas de los consumidores, conllevan una profunda modificación en la configuración de los centros museísticos. Los museos se ven obligados a pagar su propio espacio, a financiar sus actividades, a tener que cuadrar los números, a establecer una imagen corporativa; en definitiva a obtener unos resultados que les garanticen su supervivencia y el cumplimiento de su finalidad socio-cultural. Y para ello buscan rentabilizar al máximo su espacio y ofrecen a su público productos, servicios y actividades paralelas o complementarias que amplían su oferta.

A la vez los centros museísticos han tenido que hacer una auténtica revolución interna, y el protagonismo de los conservadores, museógrafos, museólogos e historiadores del arte, ha tenido que ser compartido o ha tenido que dejar paso al de gestores con master en administración de empresas, directores de mercadotecnia, y profesionales y personal especializado en áreas no culturales; el prestigioso director del museo ha cedido buena parte de sus funciones al eficaz gerente; el reconocimiento social del museo pasa por una gestión económicamente sostenible y una imagen modernizada y adaptada a los nuevos tiempos.

Este profundo cambio de las estructuras internas y de las relaciones externas de los museos ha ocasionado la aparición de diversas y cambiantes relaciones jurídicas, pues ya no se trata tan sólo de adquirir o conservar obras, regular el acceso del público o de los estudiosos a los objetos expuestos en las salas, y contratar vigilantes de esas salas, sino que ahora hay que seguir haciendo todo esto y, además, gestionar todos los recursos con criterios empresariales, vigilar las cuentas de resultados, atender las relaciones externas, organizar servicios adicionales (conferencias, tiendas, restaurantes, ...), crear imagen corporativa, ser cuidadoso con la imagen y la intimidad de los visitantes, atender los derechos de los creadores, editar catálogos y libros, etcétera.

La evolución del concepto de museo, de las actividades y servicios y productos que en él se ofrecen, y de lo que la sociedad demanda en el ámbito cultural, ha corrido pareja a la adaptación del Derecho a las nuevas realidades, con la aparición de nuevas regulaciones normativas, incluso sobre aspectos (p. ej., la protección de los datos personales de las personas físicas) que no hace mucho no parecía necesario atender. Todos los que intervienen en el ámbito museístico han de tener en consideración la regulación jurídica aplicable, y este libro se lo va a facilitar.

La bibliografía especializada sobre los aspectos jurídicos de los museos no es extensa, aunque cuenta con aportaciones realmente valiosas. Pero lo que faltaba era una obra como ésta, con vocación de manual, en la que se abordan, de una forma asequible, todas aquellas cuestiones jurídicas que normalmente se plantean en las relaciones de un centro museístico.

El trabajo realizado por los diversos abogados de Roca Junyent que han intervenido en la redacción de este libro y por los otros autores que también han colaborado, es meritorio y excelente. A ellos corresponden los honores.

Miquel ROCA JUNYENT

Presidente
Roca Junyent

Albert SEGURA RODA

Departamento Propiedad Intelectual
Roca Junyent