

Percepciones e ideas sobre la Ley de Donaciones Culturales en el sector teatral. ¿Cuáles son las motivaciones que producen donaciones en el teatro?

PROFESOR

Pamela López

ESCUELA DE TEATRO

AYUDANTE

Diego Hernández

ESCUELA DE TEATRO

EQUIPO

Juan Calvo

INSTITUTO DE HISTORIA

Jaime Constanzo

INSTITUTO DE CIENCIA POLÍTICA

María Cristina Gacitúa

ESCUELA DE ARTE

Alex Leyton

INSTITUTO DE SOCIOLOGÍA

Pablo Silva

ESCUELA DE CONSTRUCCIÓN CIVIL

Evaluna Valdivieso

COLLEGE ARTES Y HUMANIDADES Y ESCUELA DE TEATRO

se sugieren alternativas de mejora al proceso de la ley de donaciones con miras a aportar a la discusión de políticas públicas en cultura.

In Chile, funding for the arts is supported by various financing alternatives. Usually it relays in two paradigms: on one hand there is public subsidy - mostly based in application processes- and on the other, private initiatives. A tax exemption law, established in 1990, is a mixed funding mechanism that operates under the logic of tax incentives for private donors in order to contribute to the development of artistic and cultural projects. This research deals with a qualitative study in order to look into perceptions from the beneficiaries of projects in performing arts, observing how the donation process works for them. It places special emphasis on their motivations, disincentives and / or problems that emerge while utilizing this law. Finally, alternatives are suggested in order to improve the donation process and thus, contribute to the discussion of public policies in culture.

RESUMEN

En Chile, el financiamiento para las artes está sustentado en diversas herramientas. Usualmente se discute desde dos modelos: por un lado, el de subsidio público -en su mayoría concursable- y por otro, el modelo de iniciativas por privados. La Ley de Donaciones Culturales, establecida en el año 1990, es un mecanismo de financiamiento mixto que opera bajo la lógica de incentivos tributarios a donantes privados con el fin de aportar al desarrollo de proyectos artístico-culturales. La presente investigación, aborda un estudio cualitativo para indagar en torno a las percepciones de los beneficiarios de proyectos en artes escénicas y sobre cómo opera el proceso de donación. Se hace especial énfasis en cuáles son las motivaciones, desmotivaciones y/o problemáticas que estos agentes manifiestan al momento de utilizar la ley. Finalmente,

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las artes y la cultura en Chile ha estado estrechamente vinculado al impulso de políticas públicas que han buscado, en diferentes momentos históricos, consolidar el campo de creación y fomento. Es así como en nuestra historia más reciente vemos -desde los años noventa y con el surgimiento de la democracia-, cómo en el espectro cultural del país comienza a tomar fuerza nuevamente en un contexto de reparación a nivel político y social. Un ejemplo de esto es el impulso al subsidio a la creación que comienza en 1992, con la consolidación de un fondo especial para artistas: el Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART). Luego, en 2003 se consolida la actual institucionalidad cultural bajo el gobierno del Presidente Ricardo Lagos Escobar: el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). El Estado busca posicionar a la cultura en un

organismo que, si bien aún es dependiente del Ministerio de Educación, puede ejercer cierta autonomía en la toma de decisiones y en los lineamientos de una política cultural. Pronto se entiende también, en el contexto de la demanda por parte de artistas y organizaciones, que se requiere del establecimiento de mayores presupuestos y políticas de distribuciones, asignaciones y fondos concursables. Por lo mismo, se establece en el año 1990 mediante la iniciativa del entonces senador Gabriel Valdés, una ley de incentivo tributario que -bajo un modelo mixto- permite que donantes privados se sumen a la responsabilidad de donar a las artes y la cultura.

Bajo este modelo, nuestra motivación para la realización de esta investigación surge desde el estudio a la ley de donaciones en nuestro país y sus repercusiones en el escenario artístico, particularmente en el campo de las artes escénicas. Nos interesamos específicamente en las compañías o agrupaciones teatrales que adquieren un certificado de ley de donaciones y su proceso de autogestión en la búsqueda de donantes. En específico esta investigación se enfocará en las percepciones de los beneficiarios, de sus motivaciones, desmotivaciones y problemáticas a la hora de la contribución en el financiamiento de proyectos del ámbito teatral.

Según todo lo anterior, se analizará cómo opera el funcionamiento de la ley en el marco del financiamiento a proyectos del campo teatral. Así, la pregunta de investigación que guía este trabajo corresponde a explorar cuáles son las motivaciones y/o desmotivaciones que los beneficiarios perciben de los donantes en el proceso de búsqueda de financiamiento. Y por lo tanto, también corresponde plantearse cuáles son los cambios que podrían realizarse, en el marco de la Ley de Donaciones Culturales (LDC) para facilitar el proceso de donación a este tipo de proyectos.

Para el desarrollo de este documento se contempla una revisión bibliográfica que abarque las directrices principales de este estudio; ta-

les como los modelos y herramientas legislativas relativas a la materia, el escenario actual del teatro en Chile y la psicología que explica la motivación como motor de financiamiento en cultura. Posteriormente se presentan los objetivos de investigación, metodología y resultados, para finalizar con conclusiones y propuestas.

MARCO DE REFERENCIA

1. Modelos de aporte público y privado

Existen diferentes formas de financiamiento cultural, las cuales van a depender de la institución política que establezca cada nación, cada una con su respectiva legislación. En este sentido, el economista Harry A. Hillman Chartrand (2002) establece cuatro tipos de modelos de aporte público para las artes que son usualmente estudiados para explicar la necesidad de subsidio en el ámbito de la cultura. Estos modelos permiten clasificar las políticas organizacionales de los estados en materia de financiamiento cultural y se asocian a diferentes países como ejemplificadores de cada sistema: el Facilitador (EEUU), el Patrocinador (Inglaterra), el Arquitecto (Francia) y el Ingeniero (Ex Unión Soviética).

De estos cuatro modelos, se desprenden dos que resultan centrales y análogos a la situación de la política cultural actual en Chile. El primer tipo, el Facilitador, se caracteriza por financiar las artes mediante incentivos tributarios, que a su vez, promueven o facilitan las donaciones al arte sobre la base de la filantropía. Concretamente, la forma de establecer estos incentivos se traduce en una retribución tributaria, es decir, donaciones deducibles de impuestos. Por otra parte, el modelo Patrocinador corresponde a aquel donde es el Estado quien determina los montos que se aportan a la cultura y las artes. Decisiones que son tomadas por un consejo de arte autónomo, conformado por un comité que actúa por confianza del Gobierno de ese momento. Se establece entonces que tras el financiamiento de la cultura y las artes, existe una lógica organizativa de estos modelos de financiamiento por parte del Estado (Simo-

netti, 2007). Como se esbozó anteriormente, estos modelos de donaciones dan cuenta de

distintas ópticas de los roles que cumplen el Estado, los privados y los artistas.

TABLA 1: Modelos extranjeros de financiamiento.

ROL	OBJETIVO DE LA POLÍTICA	FINANCIAMIENTO	CONDICIONES DE LOS ARTISTAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Facilitador	Diversidad	Rebaja de Impuestos	Taquilla, campañas de financiamiento y contactos; condiciones financieras de los patrocinadores privados	Diversidad de fuentes de financiamiento	No se apoya necesariamente la excelencia; valoración de las donaciones privadas; costo-beneficio; cálculo del costo impositivo
Patrocinador	Excelencia	Consejo de las artes autónomo	Taquilla; contactos y condición financiera de los patrocinadores privados; donaciones	Apoyo a la excelencia	Elitismo

FUENTE: Extracto de Navarro, 2006.

¿Cómo se concretiza de parte de las políticas públicas culturales el fomento de estas dos miradas o modelos de financiamiento? El Patrocinador, que corresponde a un apoyo Estatal directo (FONDART), es una iniciativa que se genera como un mecanismo que posiciona a las políticas públicas en el modelo del financiamiento directo a proyectos artísticos. El FONDART nace bajo la ley N° 19.891 del año 1992 y su objetivo principal corresponde al apoyo de las artes y la difusión de la cultura (CNCA, 2014). A su vez consiste en recursos generados y otorgados por el Estado, los cuales tienen el fin de incentivar la producción y posterior desarrollo de proyectos culturales de diversas áreas/disciplinas. Es así como “este Fondo es administrado por el CNCA con el objeto de financiar, total o parcialmente, proyectos, programas, actividades y medidas de fomento, ejecución, difusión y conservación de las artes y del patrimonio cultural en sus diversas modalidades y manifestaciones” (CNCA, 2014, pág. 118).

La segunda alternativa de financiamiento o

el Facilitador, corresponde a la retribución tributaria que tienen los donantes cuando financian proyectos artísticos culturales. A diferencia del FONDART, la Ley de Donaciones Culturales, corresponde a “una (...) herramienta jurídica de fomento a la creación artística” (CNCA, 2014, pág. 129). Esta ley está contenida en el artículo 8° de la ley N° 18.985, la cual establece normas sobre reforma tributaria, la que fue promulgada en junio del año 1990 (CNCA, 2014), también conocida como la Ley Valdés. Para abarcar en un mayor grado el desarrollo al que aspiraba la naciente nueva democracia, fueron claves las directrices que se le dieron a las políticas públicas de ese entonces, lo cual particularmente buscaba tocar y discutir temas tales como la distribución de la riqueza del país, reconstrucción de confianza hacia el Estado y al sentido de comunidad (Palma, 2013).

La Ley de Donaciones Culturales (LDC), que nace en 1990, establece un nuevo modo de financiamiento, en el cual el Estado y el sector privado contribuyen en el financiamiento de

proyectos, estos últimos acogidos al beneficio tributario. El principal fundamento u objetivo de la legislación es incorporar al mundo privado bajo el concepto de “mecenasgo cultural” en el financiamiento de proyectos culturales y de esta manera, como Manuel Garretón entiende, “asegurar un acceso regulado y equitativo de las mismas, para beneficiar a la más amplia gama de disciplinas, actividades, bienes y proyectos artísticos-culturales” (Garretón, 2008, pág. 108). Esta ley no entrega fondo alguno a los postulantes. El dinero que podrían o no recibir, se adquiere mediante el aporte de privados, los cuales a través de la ley reciben un incentivo a la hora de donar. Este consiste actualmente en una retribución tributaria del 50% respecto al monto aportado a dicho proyecto cultural por el donante. Para que los posibles beneficiarios puedan optar a este beneficio, se requiere la atribución de un certificado otorgado por el Comité Calificador de Donaciones Culturales, comité que consiste de un grupo de

evaluadores, quienes tienen la misión de revisar los proyectos que quieran acogerse a los beneficios de esta normativa, para que luego de esta evaluación, entreguen el certificado al proyecto en cuestión. De esta manera, se permite que las personas a cargo del proyecto estipulado puedan encontrar instituciones que deseen realizar aportes, tanto monetario como en especies, obteniendo los beneficios de esta ley. En sí, “todos los interesados en buscar beneficios mediante la LDC deben someter sus proyectos a la aprobación del Comité de Donaciones Culturales, instancia encargada de evaluar si un proyecto puede o no ser objeto de donaciones” (CNCA, 2014, pág. 132).

El marco legislativo de la LDC ha contemplado a lo largo de su historia un amplio abanico de modificaciones con motivo de potenciar y perfeccionar este modelo de incentivo tributario. Estas modificaciones se presentan a continuación en la tabla 2.

TABLA 2: Síntesis de modificaciones a la LDC.

TIPO DE MODIFICACIÓN	IMPLICANCIAS
<p>1990</p>	<p>Desde la Ley Tributaria del año 1974, se introducen ciertas modificaciones al impuesto a la renta. Así se crea la Ley de donaciones culturales, a partir de la modificación al artículo 8 de la ley N° 18.985.</p> <p>Creación de una ley específica, que por medio de retribución tributaria propone donaciones a proyectos con fines culturales. Así nace la llamada Ley Valdés o Ley de donaciones culturales (LDC).</p>
<p>2001</p>	<p>Desde la Ley N° 19.721, que modifica la anterior (18.985) establece que: Aumenta la cantidad de beneficiarios, se permite la donación en especies. Además permite deducir hasta de 100% los impuestos a la renta, para los empresarios (primera categoría).</p> <p>Aumenta la muestra de posibles beneficiados y donantes.</p> <p>Para los espectáculos con fines de lucro se le obliga a entregar la misma cantidad existente de entradas, pero de manera gratuita (comercialización de bienes).</p> <p>Aumenta y se facilita el consumo de cultura.</p>

	TIPO DE MODIFICACIÓN	IMPLICANCIAS
2003	<p>Se crea la ley N° 19.885, que norma e incentiva las donaciones con fines sociales. Esta tiene a regular y complementar la LDC.</p> <p>Se prohíben las contraprestaciones, las cuales se permitían en versiones anteriores a la ley.</p> <p>Normativizan las relaciones de donaciones entre beneficiario y donante, prohibiendo la donación en una relación a corto plazo.</p> <p>Se reduce el monto máximo de donación que puede realizar la empresa a un 4,5% de su renta.</p>	<p>Disminución de la cantidad de donantes y los montos de donación.</p> <p>Transparenta las relaciones entre beneficiario y donante.</p>
2009	<p>Se modifica la ley del año 2003 (19.885), la que aumenta el monto máximo de donación de 4,5% a 5%.</p> <p>Se suman nuevas figuras donantes (personas naturales y contribuyentes con pérdida).</p>	<p>Aumenta los montos de donación con respecto a la modificación anterior, y a la vez, se incrementan los posibles donantes.</p>
2013	<p>Se crea la ley N° 20.675 que modifica la ley sobre donaciones con fines culturales, contenida en el artículo 8° de la ley N° 18.985, la que amplía el periodo de ejecución de los proyectos de dos a tres años.</p> <p>Modifica la entrega de entradas gratuita, estas deben ser un 30% del total del espectáculo (comercialización de bienes).</p> <p>Se suman nuevos posibles donantes (extranjeros con actividad comercial en Chile).</p>	<p>Varía el número de beneficiarios respecto a la obligación de la modificación del año 2001.</p> <p>Gracias a la extensión del periodo de ejecución se posibilita tanto la búsqueda de donantes, como la realización de los proyectos.</p> <p>Aumenta los posibles donantes a proyectos culturales.</p>

FUENTE: Elaboración propia a partir de la historia de la LDC.

Por lo tanto, se han definido ya los mecanismos de funcionamiento y modificaciones a la Ley de Donaciones Culturales, un ámbito o alternativa para los artistas que viene a complementar la figura de los fondos concursables. Sin embargo, es preciso describir también el contexto bajo el cual los artistas de las artes escénicas operan en el escenario actual de desarrollo cultural en nuestro país.

2. El escenario actual del Teatro en Chile y sus artistas

En Chile las artes escénicas bajo definición

del CNCA incluyen el teatro, la danza, el circo y la ópera. El escenario nacional del teatro en Chile se organiza a través de las compañías teatrales, grupos de artistas que se organizan con un objetivo escénico y usualmente por proyecto. Estos pueden realizar obras y talleres teatrales, itinerancias, festivales, temporadas, entre otros, con el fin de profundizar sus propias búsquedas artísticas. En cuanto al teatro, a nivel nacional y hasta 2012 había 647 compañías, de las cuales solo 175 contaban con dos o más montajes indicando alguna regularidad en su funcionamiento. De

este número, si se eliminan las compañías de teatro que en la práctica funcionan solo como lugar de exhibición, la lista se reduce a 132 que efectivamente realizan producción artística (Cisternas, López y Sierralta, 2012).

En relación a su impacto en los espectadores, el informe anual “Cultura y Tiempo Libre” del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2014), alerta que en el periodo 2010-2014, pese a que hubo un aumento de funciones teatrales, estas no han ido acompañadas con un alza proporcional en la cantidad de asistentes, siendo ésta más bajo de lo esperado, lo que sin duda afecta las utilidades y las capacidades creativas de las compañías teatrales.

Sumado a lo anterior, en cuanto al financiamiento, otro problema es la inestabilidad en los recursos para la producción de las obras teatrales. Para muchas compañías la principal fuente de financiamiento estatal es el FONDART, el cual, por su modalidad de financiamiento a proyectos de duración restringida, propicia una creación artística fragmentada, contingente y sin posibilidad de proyección. Esto imposibilita la creación de un vínculo más sólido y permanente entre la compañía y su público (CNCA, 2009). Estos últimos antecedentes son clave para entender la baja asistencia del público al teatro y las dificultades en las compañías teatrales para emitir y generar las certificaciones legales que requieren para su quehacer artístico. Bajo estas búsquedas de cada compañía teatral surgen en el camino preguntas sobre cómo auto gestionarse o cómo llevar estos proyectos a cabo y con qué fondos. Variadas son las realidades económicas de estos artistas y compañías para desarrollar sus proyectos, entre estas las que más destacan son tres: en primera instancia la autogestión de parte de los grupos artísticos, en segundo lugar la postulación al FONDART y, por último, la postulación a los certificados a la Ley de Donaciones Culturales.

3. Las motivaciones: el motor en el financiamiento de cultura

Para llevar a cabo cualquier tipo de proyec-

to, y concretamente de corte cultural, es necesario el impulso de una motivación que permita la concretización de aquello. De acuerdo a esto, Francisca Álvarez-Salamanca (2014) establece la donación como “un acto gratuito entendido así por su propia descripción” (pág. 590). Es así como la investigadora define las características y las posturas que se establecen en el acto de donar. Una de las características más importantes resulta ser la que refiere a que la donación puede ser observada desde el simple hecho de entregar algo, donde no existe la contraprestación, la correspondencia y de por sí, la reciprocidad. Esta autora, a su vez, menciona a Bonafante (1965) y Di Pietro (1999), quienes establecen la donación como una relación libre que es instituida por dos partes, en la cual una parte entrega (donante) a la otra (beneficiario) un don. Por otro lado, Kaser (1982), también citado, adiciona a esta definición la voluntad que tiene el donante para realizar la donación.

En este sentido, donde se observa el acto de donación y la razón que hay detrás de ello, Bekkers & Wiekping (2010), encuentran ocho motivos esenciales que permiten la realización de donaciones en distintos campos. Estos motivos corresponden a una conciencia de la necesidad, por solicitud, costos y beneficios de la donación, altruismo, reputación, beneficios psicológicos, valores y eficacia de la organización. Además, los autores establecen que estas razones pueden actuar en conjunto como también de forma independiente, donde la donación tiene un carisma más potente cuando esta comprende mayor cantidad de motivaciones asociadas. Cleopatra Grizzle (2015) menciona a Marudas et al. (2012) observando que los autores establecen que otro motivo importante corresponde a la información de la organización que recibirán las contribuciones de los donantes. Es decir, mientras mayor información más probabilidad existe de conseguir la donación.

Otro punto importante mencionado por Parsons (2003), citado por Grizzle (2015), es que se establecen medidas primarias para

realizar donaciones, las que corresponden a la eficiencia de la organización en cómo asigna sus recursos y la estabilidad financiera de esta a futuro. En este sentido, Trussel & Parsons (2007) observan que en el financiamiento de organizaciones sin fines de lucro, existe otra fuente de motivación -aparte de la eficacia y estabilidad de la organización-. Estas corresponden a la reputación y a la información de *marketing* de la organización.

Por otro lado, Beatriz Castro (2009), muestra las motivaciones que existen detrás de los actos de filantropía. La autora observa que detrás del proceso de donación, existen primeramente las nociones de reciprocidad y de intercambio, que implican una cierta identificación con quienes reciben la ayuda. En este sistema de donación, se concluye que de las motivaciones más constantes responden al reconocimiento social, el cual puede ser considerado como un honor por parte del mismo donante. En esta misma línea, otra de las motivaciones que observa la investigadora, en la filantropía, responde a las relaciones personales que los donantes comparten con los beneficiarios. Es así, como la simpatía y el compañerismo significan motivaciones sustantivas a la hora de donar.

Castro (2009), a su vez, concluye que una de las motivaciones más importantes de los donantes, corresponde no sólo a las relaciones personales de estos, sino que también considera un sentimiento de compromiso para con la institución. La autora establece que la donación: “Permitía a los donadores dar sus fondos a causas con las cuales ellos se «identificaban» y de esta manera expresaban socialmente sus preferencias y sus prioridades. De la misma manera, la confianza en ciertas figuras que administraban las instituciones o las sociedades podía influir sobre las decisiones de donar” (pág. 66).

En este sentido, Pierre Bourdieu (1994), en su texto “Razones Prácticas”, muestra que la identificación a los grupos con los cuales se participa o se realiza la donación, es un motivo

importante a la hora de entregar apoyo.

Por otra parte, según un estudio que realizó The San Francisco Foundation (2010), se observa que las motivaciones van de la mano con la creación de valores. De acuerdo con lo establecido en este estudio, las motivaciones más recurrentes refieren a los valores del humanismo, que concierne a un sentimiento de valor social, justicia y equidad. Un segundo motivo corresponde a la distinción, el cual refiere a la contribución del trabajo de artistas con gran prestigio y reputación nacional o internacional. El tercero incumbe al localismo, el que implica el apoyo hacia artistas de la comunidad del donante, como un proceso para contribuir con la creatividad de este tipo de artistas. Un cuarto razón refiere a la vinculación (*bonding*) como la garantización y creación de lazos comunitarios y capital social, creación de redes sociales. El último motivo que adhiere al estudio atañe al progresismo, donde la contribución se realiza a un arte de tipo vanguardista, valorando el pensamiento independiente.

Del mismo modo, Wiggins-Johnson & Ellis (2011), hacen la distinción entre las motivaciones intrínsecas con las extrínsecas. Las primeras responden cuando la retribución de las donaciones tiene personal ahínco en el donante. Esto último en el sentido más personal, emocional y privado de quien apoya las artes. La segunda categoría corresponde a la retribución que se realiza para el donante en su sentido más social, es decir, la retribución que se expone más según sus redes sociales.

Por otra parte, el estudio del año 2013 que realizó el CNCA titulado “La responsabilidad social empresarial y su aporte a la cultura” muestra que ciertas empresas, en su misión como organización, tiene dentro de sus funciones el aporte a la cultura. Es así, que existe una tendencia a la inversión en esta. En muchas de estas organizaciones, se comienzan a crear departamentos especializados en la contribución de cultura para el país (CNCA, 2013). De esta forma, el principio originario

que motiva a contribuir, refiere a la necesidad de entregar algo a la sociedad, la contribución con el artista y, por último, “el ampliar el acceso de cultura y arte del país, como también el humanizar el trabajo que se hace” (pág. 102). Esto se observa mayoritariamente con la creación de espacios y lugares definidos para la exposición y demostración de arte/cultura. En este sentido, es como Mall Plaza, por ejemplo, que crea espacios dentro de su emplazamiento con la finalidad de exponer o en el caso de la Corporación Nacional del Cobre (CODELCO), la creación de su galería cultural. En fin, se observa que el beneficio hacia el artista se concretiza con la habilitación de infraestructura, el dar a conocer su trabajo, el apoyo en su elaboración y la difusión (CNCA, 2013).

Otro de los puntos importantes que nacen desde la intención de contribuir con la cultura, a partir de los grupos económicos empresariales, responde a la sostenibilidad, la cual implica una estrategia propia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este concepto, importante en la vinculación empresariado-sociedad (Cancino y Morales, 2008) es definido por el World Business Council for Sustainable Development el año 2000 (citado por Cancino y Morales, 2008) como un compromiso continuo que tienen las empresas para comportarse de forma ética y así contribuir con el desarrollo económico, poniendo énfasis en la preocupación por mejorar la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general. Todo esto es una forma en que el empresariado puede direccionar sus inversiones. La implicancia que consigue la RSE según Porter y Kramer (2011), “es que el servicio es re-concebido para generar valor a la comunidad, al mismo tiempo que se produce valor para la empresa, pasando a estar dentro de las responsabilidades inherentes a la actividad de la compañía” (Solano, 2005 citado por CNCA, 2013). Con esto, y dada la situación estratégica de las empresas, sumado con la visión y misión de las organizaciones particulares, muestra que la retribución hacia estas es más bien de prestigio.

Es así que a partir de lo anterior se puede detectar que existen distintos tipos de motivaciones al momento de donar unas presentan un carácter filantrópico, es decir, aquellas donaciones que se fundamentan en una relación más próxima al arte y otras que tienen un sentido institucional, basándose en las directrices propias internas de las firmas.

OBJETIVO GENERAL

Explorar, en base a las percepciones de los agentes culturales, las motivaciones, desmotivaciones o problemáticas que tienen los donantes a la hora de contribuir con el financiamiento de proyectos teatrales en la Región Metropolitana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Caracterizar la situación actual de las donaciones teatrales en la Región Metropolitana.
2. Examinar las problemáticas detectadas por los artistas y gestores vinculados al proceso de uso de la Ley de Donaciones Culturales.
3. Recomendar cursos de acción para motivar o aumentar las donaciones culturales en el campo teatral.

METODOLOGÍA

A partir de los objetivos mencionados anteriormente, la investigación corresponde a un estudio mixto con un enfoque principalmente de tipo cualitativo, ya que interesa conocer cómo ciertos individuos perciben determinadas motivaciones en un tema en particular. La investigación tiene un objetivo exploratorio/descriptivo, ya que se indaga en un tema que poco se ha investigado a nivel nacional: las percepciones que tienen los beneficiarios en cuanto a motivaciones y/o desmotivaciones de los donantes a la hora de realizar una contribución. En esta investigación la unidad de análisis corresponde a los agentes culturales, es decir, aquellas personas naturales o jurídicas que buscan financiamiento total o parcial de proyectos culturales, específicamente del teatro, en la Región Metropolitana (RM).

Para alcanzar los objetivos utilizaremos dos tipos de metodologías. Para el primero, se revisarán estadísticas publicadas por el comité calificador de donaciones culturales y se realizará una descripción del actual panorama de los proyectos culturales que solicitan el certificado de donaciones para proyectos en la RM. Para el segundo objetivo, donde el insumo principal es el discurso de los agentes culturales, se utilizarán entrevistas de tipo semiestructuradas. Lo anterior, con el objetivo de que se pueda guiar una conversación fluida. Además, se deja abierta la posibilidad de que el entrevistado pueda sugerir un tema que no haya sido tratado en la estructura de la entrevista. La ventaja de utilizar el modelo de entrevista semiestructurada es que nos permite comparar los distintos elementos que conforman el objeto de estudio (Flick, 2007).

Selección de la muestra

La muestra seleccionada para ser entrevistada correspondió a aquellas personalidades jurídicas que fueron beneficiadas con el certificado que emitió el comité calificador de donaciones culturales en el año 2014, con el fin de gestionar proyectos de teatro en la RM; esto no significa que hayan logrado obtener financiamiento. Además se entrevistaron a personajes claves dentro del proceso de certificación del proyecto cultural.

Los entrevistados fueron localizados a partir de información pública que declara el CNCA según su artículo N° 20, en el cual se establece el mecanismo de información y transparencia. En el mes de junio de 2016 se presentó este informe del año 2015, ya que el Servicio de Impuestos Internos (SII) demora alrededor de un año en presentar esta información. No se utilizó la información del año 2013 ya que ese año se modificó la ley, lo cual hace que el proceso de contribución se vea modificado, y por lo tanto, sus resultados también.

De la lista oficial que publicó el CNCA con los proyectos que se adjudicaron los certificados entregados por el Comité Calificador de Donaciones Culturales el año 2014, se realizaron

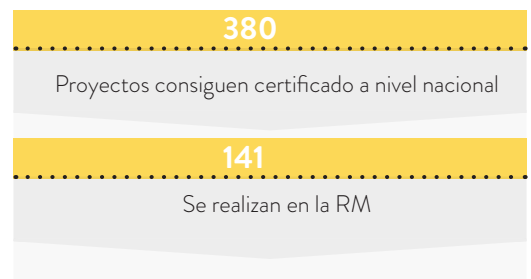
mayores especificaciones para la selección de la muestra.

El primer filtro que se aplicó a la muestra general de 380 proyectos, fue según geografía: se seleccionaron proyectos que participan dentro de la Región Metropolitana en el plan de su ejecución, independiente de que los mismos se hayan realizado también en otras localidades del país. Luego, se seleccionaron los proyectos que son denominados como proyectos de artes escénicas, los que incluyen submodalidades tales como teatro, danza, ópera, circo y música. Luego de esta segunda clasificación detectamos un universo de 83 proyectos correspondientes al 21% de los totales nacionales. El último filtro que se realizó implicó a los proyectos de teatro propiamente tal, lo que arrojó como resultado un cuerpo de 25 proyectos (6,5% del total de proyectos aprobados por el comité), los que corresponden a 17 beneficiarios, es decir, que un beneficiario se adjudicó más de un proyecto.

Adicionalmente a esta revisión de contenidos se generaron entrevistas a agentes claves incluyendo a administradores del proceso, artistas y organizaciones. También, entre los 17 beneficiarios seleccionados, se realizaron seis entrevistas que fueron quienes estuvieron de acuerdo con acceder al proceso de recopilación de información.

A continuación, se presenta un diagrama resumen de cómo se llegó a la muestra seleccionada.

DIAGRAMA 1: Obtención de la muestra seleccionada.





FUENTE: Elaboración propia.

RESULTADOS

CAPÍTULO 1: Realidad del teatro en el marco de la LDC

Desde el informe anual del año 2015 que

emite el comité calificador de donaciones culturales, se puede observar la distribución de los certificados emitidos en el año 2014. A partir de la tabla 3, se observa la distribución de los proyectos que obtuvieron el certificado. El 15% de los certificados emitidos el año 2015, corresponde al subsector artístico del teatro, estando en el tercer lugar, después de los proyectos de gestión y música. En esta misma tabla, también se puede observar que el monto promedio solicitado en el subsector del teatro corresponde a casi 195 millones de pesos, siendo el tercer subsector que solicita mayor financiamiento promedio a nivel nacional, sobrepasando el monto promedio solicitado a nivel nacional total.

TABLA 3: Porcentajes de proyectos que obtuvieron certificado de donaciones culturales y monto promedio solicitado, según subsector artístico.

SUBSECTOR ARTÍSTICO	PORCENTAJE DE PROYECTOS (%)	MONTO PROMEDIO SOLICITADO A NIVEL NACIONAL (\$)
Patrimonio	14,7	255.067.596
Artes Visuales	10,0	116.887.231
Teatro	15,0	194.787.040
Música	15,8	58.185.621
Danza	3,9	74.082.218
Literatura	13,4	182.730.501
Audiovisual	8,4	172.085.597
Gestión y otros	18,8	298.626.590
Otros	100,0	169.056.549

FUENTE: Elaboración propia a partir del documento: Mecanismo de información y transparencia, informe anual junio 2015. Emitido por el CNCA. N° Válido: 380 proyectos.

TABLA 4: Monto promedio solicitado según subsector artístico en la Región Metropolitana.

SUBSECTOR ARTÍSTICO	PORCENTAJE DE PROYECTOS (%)	MONTO PROMEDIO SOLICITADO EN LA RM (\$)
Patrimonio	13,5	520.380.720
Artes Visuales	16,3	90.002.717
Teatro	10,6	73.437.709
Música	14,9	45.644.485
Danza	5,7	72.395.201
Literatura	14,2	175.142.861
Audiovisual	5,7	50.875.742
Gestión y otros	19,1	412.203.278
Total	100	180.010.339

FUENTE: Elaboración propia a partir del documento: Mecanismo de información y transparencia, informe anual junio 2015. Emitido por el CNCA. N° Válido: 380 proyectos.

Asimismo, casi un 11% de los proyectos que obtuvieron certificado corresponden al subsector teatral, ocupando el sexto lugar de los nueve subsectores que se contemplan.

Desde la tabla 4 observamos que el monto promedio que solicitan los proyectos, en la Región Metropolitana (RM) para el subsector del teatro corresponde a casi 74 millones de pesos, muy por debajo de los 520 millones para el subsector del patrimonio o los 412 millones del subsector de gestión y otros. A diferencia del nivel nacional, el teatro en la RM está considerablemente por debajo del monto promedio solicitado de la misma región.

A partir de lo observado anteriormente en las tablas 3 y 4 se establece que en el subsector teatral, los montos y la cantidad de proyectos requeridos, están por debajo del promedio nacional. Es decir, el teatro, en específico en la RM, se observa como uno de los subsectores de la escena artística que tienen menores costos de ejecución, cuando es comparado con otros subsectores artísticos, como por ejemplo el patrimonio o la gestión.

CAPÍTULO 2: Motivaciones, desmotivaciones y problemáticas percibidas en el proceso de donaciones

Al momento de la formulación de las preguntas, establecimos distintas variables a analizar. Estas variables resultaron según la naturaleza de los discursos de los entrevistados. Uno de los primeros hallazgos corresponde a que existen diversas motivaciones que perciben los beneficiarios de certificado de donación cultural, tal como es presentado por Bekkers & Wiekping (2010) quienes observan la diversidad de tipos de motivaciones que pueden estar presentes en un proceso de donación. Es así que una de las primeras motivaciones que percibieron los entrevistados corresponde a la retribución tributaria que permite la LDC, es decir, el hecho de que los donantes puedan descontar de los impuestos que deben pagar el 50% de lo donado al proyecto.

“Mira, para serte sincero lo que más le interesa a las empresas es el tema tributario; de cómo poder ahorrarse impuestos”.

(Entrevistado 1).

“A su vez es necesario que el monto que se

vida para el proyecto sea de gran valor en dinero, puesto que de esta forma es más conveniente para las empresas, puesto que aumentan su gasto necesario y reducen la base imponible a la vez”.

(Entrevistado 3).

Otra de las motivaciones que observamos por parte de los entrevistados corresponde a la misión empresarial. Al igual como lo observan Porter & Kramer (2011), la vinculación social del empresariado con la sociedad permite crear valor social desde las mismas organizaciones con fines de lucro, entregando este valor a la comunidad. Esto es observado por Cancino y Morales (2008) y con el CNCA (2013), gracias al concepto de RSE, el cual no sólo pretende la vinculación empresariado-sociedad, sino que además la creación de valor social, en este caso con la donación para el arte.

“Bueno yo creo que sus intereses respecto del mismo rubro, digamos porque el donante pertenece al área audiovisual que es lo que nosotros trabajamos y los proyectos van en esa línea digamos. Es por eso también, va con su línea de negocios”.

(Entrevistado 2).

“Les convenía ya que el donante tenía que hacer negocios en China y tiene total coherencia nuestro proyecto artístico con el de ellos. Generalmente ellos aceptan cuando hay familiares de por medio, si no, no hay mucha motivación para ellos donar a un proyecto en específico”.

(Entrevistado 5).

Esta motivación también puede ser observada desde la RSE, cuando las estrategias empresariales conducen la donación realizada por los donantes, tomando en cuenta características de la empresa y del proyecto (CNCA, 2013).

Es decir, cuando el proyecto sea concordante con la ideología y la misión interna de la organización que contribuye a este tipo de proyecto. Tal como es observado por Castro (2009), refiriendo a cierta identificación existente entre el donador y quien percibe tal contribución.

“(…) para una obra de teatro que es bastante rupturista, mire, están pidiendo que apoyemos esta obra de teatro ¿qué opina usted? Apóyala, consíguete donaciones y a los dos días te echan de la corporación. Te lo estoy planteando muy burdamente, es una conversación en total confianza, pero te digo los gallos que tienen que responder a una junta de accionistas no van a correr el riesgo, porque van a correr el riesgo por una acción que es voluntaria de ellos. Cuando es una empresa pequeña, la empresa es mía y las utilidades van a mi familia yo sabré lo que hago, pero cuando tú estás frente a una empresa, que hay, qué sé yo, una junta de accionistas el 30 de abril del año siguiente, mire señor por qué apoyó esto. Entonces los gallos se cuidan aunque ellos personalmente estén dispuestos a apoyar este tipo de iniciativas, entonces yo creo que eso es importante, es parte de la realidad del país y bueno eso pasa en todas partes”.

(Agente clave).

“(…) se hacen las actividades culturales que ellos quieren podríamos decir”.

(Entrevistado 1).

Otra de las motivaciones que observamos desde el discurso de los entrevistados corresponden a características propias del proyecto. Como lo encontraron Bekker y Wiepking (2010) y The San Francisco Foundation (2010), la motivación que se presenta como la reputación y la distinción es un gran motor de producción de intereses en el proceso de donación. Es así que el prestigio de la compañía, del espectáculo y de la organización interna, son motivos patentes cuando se dona. Tal como es observado por Marudas et al. (2012) y Castro (2009), la información y la transparencia de los beneficiarios es importante cuando se producen lazos que permiten realizar donaciones para el arte y la cultura. En este sentido, los entrevistados observaron que una de las motivaciones fundamentales a la hora de contribuir con este tipo de proyectos, refiere tanto a cómo se plantea el espectáculo, su estética y calidad, como también

las relaciones de confianza entre quién dona y quién es el beneficiado.

“No podemos entregar información de los donantes, pero sí contarte que para este proyecto efectivamente se tramitó el certificado de ley de donaciones y que no era la primera vez que el donante donaba, es en efecto un donante que participa de otros proyectos, no se planteó una relación especial ni ideológica respecto al donante y la obra, salvo la calidad del espectáculo”.

(Entrevistado 4).

“Creemos que la Ley de Donaciones Culturales es un buen inicio para financiar proyectos culturales. Sin embargo, los proyectos que logran ser financiados por lo general son para grandes empresas o bien proyectos que se han realizado más de una vez”.

(Entrevistado 3).

Entonces, observamos que existen distintas motivaciones que toman en cuenta los donantes cuando quieren apoyar con financiamiento la realización de distintos tipos de proyectos teatrales.

En segundo lugar, en cuanto a las desmotivaciones, observamos desde el discurso de los entrevistados la existencia de distintas causas que permitan el no financiamiento de proyectos teatrales. Uno de ellos, primeramente, corresponde al desconocimiento que existe respecto a la LDC, por ejemplo, el no saber el funcionamiento de la ley como tampoco los beneficios que trae consigo, desde ambas partes de la relación de donación, no permitiendo que esta relación de financiamiento se concrete.

“(…) y después al momento de buscar las empresas nos dimos cuenta que ninguna empresa en verdad como que entendía mucho el tema (…) nos dimos cuenta al final que era complicado, o sea no todas las empresas están dispuestas a entrar en esta ley; porque, una, como por miedo o por falta de conocimiento y otra porque al final no les favorece mucho

parece el tema del 50%”.

(Entrevistado 1).

Otra de las desmotivaciones que perciben los entrevistados corresponde a la falta de interés por donar, en especial al arte, como también que los proyectos refieran a una innovación rupturista y poco tradicional, ya que de alguna forma genera que este tipo de proyecto no concuerde con la línea curatorial de la institución que idealmente aporta. Esto es observado por el The San Francisco Foundation (2010), quienes plantean que el progresismo puede comportarse como una motivación en la donación. Sin embargo, desde la RSE (CNCA, 2013) se plantea que un principal enfoque de donación empresa-artista corresponde la complementariedad y seguimiento de una línea de trabajo. Es por esto que si un espectáculo o una compañía emplean recursos estilísticos y estéticos vanguardistas, que no van en la línea de la visión y misión de la firma, este proceso de donación puede resultar en un fracaso.

“Es que yo creo que no hay cultura de donar en Chile, las personas naturales te donan para proyectos de tipo social para eso donan más, pero proyectos culturales poco. Pero eso es difícil cambiarlo porque es la mentalidad de todo un país (...) bueno por eso mismo existen los fondos concursables porque o si no gente más innovadora no tendría nunca la oportunidad de ser financiado si hubiera solamente ley de donaciones y eso existe en todas partes del mundo, en EE.UU. donde está muy desarrollado todo el tema de las donaciones culturales hace poco, se creó un fondo para el desarrollo de las artes justamente para financiar este tipo de actividades que nadie te las va a financiar desde el sector privado, todo lo que es innovación es complicado, sobre todo si tienes estos líos frente a quienes son los dueños de la empresa, los accionistas. En este momento las donaciones son cada vez más revisadas por las autoridades de las empresas”.

(Agente clave).

“Es un tema de objetivo de la empresa, ellos

prefieren el área social, ya que el arte no vende”.
(Entrevistado 6).

“Pucha ese sería el final, pero en verdad estamos en Chile y eso es como un sueño aquí. Al final te day cuenta que (...) claro, tú tratas de generar ponte tú, nosotros que somos artistas, gestores culturales, tratamos de llevar proyectos para poder hacer un boom de la cultura, poder tener más cultura en el país y todo; pero a las empresas no les interesa. Entonces ellos ni siquiera te preguntan de qué se trata el proyecto casi”.
(Entrevistado 1).

Entonces observamos que al igual que las motivaciones, existen distintas desmotivaciones que perjudican el hecho de donar a proyectos de teatro. Tanto motivaciones como desmotivaciones pueden actuar de formas diferentes y opuestas. Es decir, una motivación puede ser también, a la vez, una desmotivación.

En el campo de las problemáticas que perciben los beneficiarios, mayoritariamente los entrevistados observan que la burocracia comporta el mayor de los problemas cuando se requiere realizar una donación. En este sentido, la falta de información confluye para que la tramitación de solicitar el certificado de donación, como la realización del mismo, sea más compleja.

“Es que perdí tiempo. Si aparte que igual es armar un proyecto, te quita tiempo, tienes que estudiar, tienes que hacer una evaluación del tema. No es como llegar y llenar un formulario de postulación económica, sino que también tienes que fundamentar, ¿cachai? Tienes que ver las actividades, con quién vas a trabajar; es grandote. Te demoraí”.

(Entrevistado 1).

“Bueno la comunicación en general con la gente de la ley de donaciones, es como, no es muy clara finalmente. El proceso de la ley no es muy claro, no hay un instructivo claro, la página tampoco es fácil de llegar, no están todos los antecedentes. De hecho en un

momento supimos de algunas modificaciones posteriores a ella, entonces tuvimos que cambiar formularios y cosas así. Entonces no es muy fluida la información, no hay nada como claro, no hay nadie que te atienda, de repente te puedes comunicar de repente no”.
(Entrevistado 2).

“Mucho trámite: el solicitar la hora, llamar, un mail a marketing, a la empresa, etcétera... no hay continuidad real en el momento de pedir a la empresa, lo que hemos logrado son cosas muy básicas, cóctel una caja de vinos y ya”.
(Entrevistado 6).

Además, observamos que otra de las problemáticas que los entrevistados distinguen corresponde a la dificultad por encontrar y contactar al donante, como también el concretar la donación, a través del uso de la LDC.

“Hay otras empresas que ni siquiera puedes llegar a hablar con el jefe y te tramitan y así”.
(Entrevistado 1).

“El inconveniente fue no encontrar una empresa que quisiera financiar nuestro proyecto, y nosotros como asociación no teníamos los fondos necesarios para que se llevara a cabo”.
(Entrevistado 3).

Observamos, por lo tanto, que las dificultades de la donación en sí se derivan desde las mismas motivaciones y desmotivaciones que tienen los donantes, como también las problemáticas de estos. Entonces, podemos decir que existe una mutua dependencia o correlación entre estas tres variables las cuales posibilitan o no el proceso de donación.

CONCLUSIONES

A partir de todo lo anterior, podemos concluir que, primero el ámbito del teatro en la Región Metropolitana corresponde a uno de los subsectores artísticos que menos solicitan apoyo con la LDC, y además tiene menores costos de ejecución en promedio, según los montos solicitados al comité calificador de donaciones culturales. Esto, finalmente, influye en los recursos que aporta el Estado al retribuir impuesto hacia el donante privado.

En segundo lugar, respecto al tema de las motivaciones percibidas, la más característica corresponde a la retribución tributaria y su incentivo que permite la LDC. Por lo tanto, el hecho de descontar el 50% de impuesto según lo donado genera en los donantes una colaboración más recurrente en la participación de los proyectos. Por otro lado, observamos una tendencia de conciencia empresarial con la sociedad civil. En este sentido la Responsabilidad Social Empresarial está impactando en la realización de ciertos cursos de acción, en pos de financiar proyectos culturales.

En tercer lugar, y mirado desde el ámbito de las desmotivaciones, una de las principales que se perciben son: los formatos de la retribución tributaria y la burocrática tramitación que conlleva la presentación de proyectos, tanto al comité como al donante. Respecto a lo anterior, se puede detectar que las problemáticas que observamos desde la percepción de los entrevistados, se conjugan con las dos variables anteriores, y por lo tanto se hace necesario incentivar la donación a este tipo de proyectos. Por lo mismo se proponen cursos de acción para cumplir este cometido.

PROPUESTAS

Según lo anterior y las principales dificultades existentes en el proceso de donación, y tomando en cuenta el panorama del teatro en el escenario actual chileno, se considera pertinente realizar las siguientes propuestas:

1. Inicialmente proponemos una mayor difusión de la LDC, en distintos contextos. Sería

valioso difundir la LDC dentro de aquellas disciplinas universitarias (carreras universitarias artísticas, sociales y aquellas de la administración) que eventualmente puedan ser parte de los beneficiarios de este proceso de financiamiento, y que potencialmente puedan tener un alto poder de decisión. Además, una difusión en los grandes encuentros empresariales que se realizan en el país, informándoles a estas organizaciones la existencia, el funcionamiento y los beneficios que trae consigo la LDC. Por lo tanto sería idóneo crear un agente de difusión de esta ley.

2. Así como existe un banco de proyectos, desde el cual los donantes pueden escoger los posibles proyectos que quieran financiar, otra de las propuestas corresponde a la creación de un banco de donantes, de modo que facilite la búsqueda de potenciales donantes de proyectos que se acogen a los beneficios de la LDC. Para no perjudicar a aquellas organizaciones que no quieran salir a la luz pública, debido al tema de la privacidad y secreto tributario, serían las mismas empresas quienes decidirán estar en este potencial banco de donantes.

3. Por último, proponemos una certificación extendida de aprobación a la Ley de Donaciones Culturales por un máximo de cinco años que no necesariamente se apruebe por proyecto sino por organización y/o proyectos a largo plazo. De este modo, según la calidad artística de la compañía, fundación, organización, entre otros, se podrá asegurar una tramitación más expedita del certificado. Esta propuesta nace desde la comprensión del proceso burocrático que implica año a año postular a los beneficios que entrega la LDC, cuando la mayoría de las veces incluso teniendo aprobado el certificado no logran encontrar una empresa que quiera financiar los proyectos. Actualmente, hay diversas organizaciones, fundaciones y compañías teatrales de larga trayectoria que día a día muestran su compromiso sincero con el quehacer artístico cultural. Ejemplos son Fundación Entepola y Teatro del Puente, que

contribuyen de manera autogestionada al arte y la cultura. Este certificado, que se propone, sería otorgado a la luz de un proceso de acreditación por parte de las organizaciones, donde la acreditación máxima son cinco años, entregando el certificado aprobado por esta cantidad de tiempo, lo que a su vez daría cuenta de su calidad en el medio artístico nacional.

Para las empresas sería más factible financiar proyectos que saben que son de calidad y cuentan con la aprobación estatal de un producto artístico de calidad. Estas se sentirían mucho más confiadas en aportar y no tendrían resquemores con los resultados artísticos, pues entenderían la misión/visión de la organización.

Las propuestas que aquí se presentan, no solo corresponden a propuestas vertidas hacia la información o de cobertura, sino que este tipo de propuestas ayudan a construir un espacio colaborativo y fructífero entre las organizaciones artísticas y las empresas. El Estado debe incentivar la donación de dinero por parte de privados de manera concreta a través de modificaciones a las leyes que den confianza a los privados para hacerlo.