



César Sepúlveda: "El aporte privado es importante porque el empresario, al invertir, se interesa en que la actividad artística sea un éxito".



Fernando Rosas: "El Estado tiene la responsabilidad de dar el aporte fundamental".



Fernando Léniz: "Hay que crear las condiciones para que las empresas obtengan beneficios reales al apoyar económicamente al arte".

Buscando Fórmulas Para Financiar el Arte y la Cultura

■ César Sepúlveda, Fernando Léniz y Fernando Rosas responden al desafío lanzado por el Teatro Municipal.

"Es urgente buscar una fórmula definitiva para que el arte y la cultura no sigan dependiendo de los vaivenes del país, para que tenga un financiamiento asegurado". Fueron las palabras de Luis Osvaldo de Castro, director general de la Corporación Cultural de Santiago, al anunciar que el Teatro Municipal había solucionado su problema presupuestario, pero sólo en forma transitoria: para 1985. Agregó que no es sólo el Municipal el que debe luchar año tras año por su financiamiento: en una situación incluso más crítica están todas las otras instituciones que se dedican a la difusión cultural. "Y es la inestabilidad la que tiene liquidado al arte en Chile".

En otros países han encontrado esa fórmula. Tienen un arte financiado. Aunque sus métodos sean a veces discutibles. Van del estatismo total hasta el dominio completo de la empresa privada.

En Estados Unidos, por ejemplo, el dinero que una firma destina a fines culturales serios se descuenta directamente de lo que tiene que pagar en impuestos. Entonces, a la empresa le da lo mismo entregarlo al Fisco que a la cultura. Hay, por supuesto, un límite en lo que se puede destinar al arte, alrededor de un 2 y un 5% de lo que debe pagar en impuestos. El otro extremo es el de países en que el Estado aporta todo el financiamiento. En ambos casos el dinero sale del bolsillo del Estado. "Pero en el primero hay más libertad cultural, hay más instancias para conseguir plata. Si hay 100 empresas dispuestas a destinar dinero a la cultura, es poco probable que se pueda boicotear alguna tendencia. En cambio, si el Estado centraliza la asignación de los recursos, el arte puede terminar sometido a presiones derivadas de razones políticas, como ocurre en algunos países socialistas", señala Luis Osvaldo de Castro.

En Chile no opera ni lo uno ni lo otro. El Estado da poco y sin una política determinada; y la empresa privada a veces da bastante pero normalmente da muy poco. Porque no tiene ningún aliciente: si le sobra plata, da. Si no, no.

Y ha sido preciso buscar resquicios legales para estas donaciones. Se cargan como gasto de publicidad. Así, pueden ser descontadas de las utilidades, con lo que baja lo que la empresa tiene que pagar en impuestos. Se podría pensar que, con este método, el Estado está absorbiendo el 50% de la donación, al no percibir esos impuestos. Pero no es así. La institución que recibe el aporte debe pagar el IVA, porque la publicidad es un servicio. De modo que lo que el Estado no recibe por un producto, lo recibe por el otro y su aporte indirecto es mínimo".

Además, este sistema no funciona como debiera porque las firmas, por lo general, prefieren invertir en una publicidad que los beneficie más directamente. Aparecer en un programa de un concierto, por ejemplo, no les reporta tanto beneficio para su producto como un spot de televisión o un aviso en un diario. Y lo que gasta en esa publicidad directa lo puede descontar igual de sus utilidades.

NO HAY FORMULA FACIL

Hay consenso en que es preciso hacer algo.

Pero ¿qué?

Al parecer no existe para Chile una fórmula mágica. No se puede copiar del extranjero, porque las condiciones del país son muy diferentes. Según opina la mayoría, el Estado no estaría dispuesto a dictar una ley de exención que afecte a sus ya escuálidas arcas.

"Aún no están las cosas como para proponer fórmulas y soluciones", dice César Sepúlveda, empresario privado que siempre ha estado apoyando las artes. "Pienso que primero hay que crear una real conciencia sobre la necesidad de la cultura. Esta necesidad no está realmente difundida: todavía se mira al arte como un adorno, no como algo indispensable para la vida".

"Pero resulta que, por las condiciones de la vida actual, el tiempo que hay que invertir en la prosecución de objetivos económicos es cada vez mayor. Por eso, si antes la cultura era necesaria, hoy lo es mucho más. Por la necesidad de contrarrestar la tendencia actual hacia el materialismo. El mundo vive en un sentido económico como nunca antes existió en la humanidad. La idea de ganancia es relativamente nueva en el hombre. Y la idea de que el trabajo es bueno y no un castigo, no tiene más de 3 ó 4 siglos. Hay entonces necesidad de revalorizar la cultura".

"Hay que crear el clima que justifique que las empresas se preocupen de financiar la cultura. Pienso que la empresa privada es importante. Porque en la medida que un empresario privado invierte en arte, se preocupa de que esa actividad cultural sea exitosa. Pone al servicio de esa actividad una capacidad de organización, de administración, que no existe en el medio cultural. No creo ofender a nadie al decir que los artistas no tienen dotes de empresarios, así como los médicos no son ideales para administrar hospitales. El ideal sería que surgieran muchas iniciativas culturales favorecidas por gente independiente; mucha gente actuando a través de muchos canales. La cultura se caracteriza por la pluralidad".

SIN TEMOR A LA PROMOCION PUBLICITARIA

Fernando Léniz, en su calidad de presidente de la Corporación Lucrecia León de Arrau, está elaborando, junto con los otros directores de la institución, un proyecto para darle una solución al problema. Es un plan a largo plazo con muchas variables.

"Primeramente que nada hay que hacer comprender en Chile la importancia del arte. Para lograrlo, hay que hacer que el arte esté presente en una gran cantidad de actividades. Si la gente se acostumbra a ver eso y las empresas se convencen de que es bueno, estarán dando las condiciones para captar para el arte recursos de esos gastos ineludibles que tienen que hacer las empresas, como gastos de promoción de sus productos. No ya ofrecerles sólo el figurar en los programas de los conciertos o las exposiciones, que tiene un alcance de público sumamente pequeño".

"En la Corporación Arrau estamos proponiendo que las firmas cooperadoras tengan derecho a que las conferencias de prensa que ellas hacen para dar a conocer un producto, para firmar un convenio, las puedan hacer en la Corporación en vez de arrendar un salón de un Hotel. Junto con la ceremonia típicamente empresarial se hace un acto artístico, como un complemento grato, para que la gente se acostumbre. Que el empresario se acostumbre a que las cosas pueden hacerse bellas a un mismo costo".

"Yo no le tendría miedo tampoco a la promoción publicitaria en actos artísticos. Que la publicidad en el Teatro Municipal fuera más evidente, por ejemplo, siempre que sea de muy buen gusto, eso sí. No estoy proponiendo llenar de afiches el Municipal y arruinar la sala. Pero creo que hay fórmulas dignas que permiten que la empresa dominante saque beneficio. Tengo dudas

fundamentales de que sea propio de una empresa netamente comercial contribuir con plata de sus accionistas — que muchas veces no tienen la posibilidad de opinar al respecto —, a una promoción artística que a lo mejor les gusta o a lo mejor no les gusta. En Chile no podemos tener mecenas. Hay que crear para las empresas condiciones en las cuales les convenga hacer un aporte; que saquen un beneficio directo".

"Hay que empezar por una serie de cosas relativamente modestas. Ofrecer diariamente distintas manifestaciones culturales en distintos lugares. Que los colegios lleven a sus salas a los artistas. Allí está el futuro comprador y así estamos creando nuevas fuentes de ingreso para el arte".

"Por otra parte, hay que aunar esfuerzos. Y ya lo estamos haciendo. Nos estamos juntando la Corporación Cultural de Santiago, la Corporación Arrau y los Amigos del Arte, para ponernos de acuerdo en dos aspectos. El primero, no traslaparnos en los programas que hacemos; que no compitamos entre sí y no dupliquemos esfuerzos, sino que los coordinemos. Y, segundo, que nos unamos frente al problema del financiamiento, para que las personas y empresas a las que se le pide recursos reciban una sola petición. Estamos explorando la posibilidad de racionalizar el esfuerzo de la empresa privada".

Además, estamos pensando implementar algunos negocios propios del arte. Un poco lo que hace Monckeberg para financiar CONIN. Crear una serie de negocios pequeños, relacionados con el arte, y que generen ingresos para el arte. Hay que tener en cuenta que el financiamiento fundamental del arte está dado por los compradores, de entradas, de obras o de libros. Y enseguida está dado por los aportes fiscales. El financiamiento privado es siempre sólo un complemento. En la medida que el arte se masifique, tenga más clientes, vamos también a subir el financiamiento grueso, importante".

ENSEÑAR A PESCAR

Fernando Rosas, director de la Agrupación Beethoven recuerda un viejo refrán: "Cuando alguien tiene hambre, mejor que regalarle un pescado es enseñarle a pescar". Un aspecto central es el financiamiento de la enseñanza del arte, que va a producir artistas. En Chile, si las escuelas de arte tuvieran un financiamiento adecuado, podrían producir profesionales del más alto nivel, lo que va a permitir llevar la actividad artística a sectores mucho más amplios de la población".

"Otro aspecto fundamental es que el 90 y tanto por ciento de lo que se gasta en arte en Chile se gasta en Santiago. Habría que desestimar cantidades de importancia a provincias y tomar conciencia que allí la necesidad de cultura es la misma que en Santiago".

"El Estado y la empresa privada gasta mucho dinero en la cultura, entendiéndose por tal un porcentaje muy elevado desde la actividad de televisión, que introduce en Chile los peores subproductos de los países desarrollados. Al tomar el Estado una iniciativa en materia cultural, debería velar especialmente por los grupos de menores ingresos, que son los que están expuestos a la peor forma de cultura de masas que es esta contracultura a la cual me refiero. El Estado tiene la responsabilidad de dar la línea general y la empresa privada debe tener algunos incentivos de parte del Estado para destinar algunos pequeños porcentajes de sus utilidades a contribuciones al arte, mediante exenciones tributarias que puedan ser muy bajas".

Maria Olga Delplano