



REVISTA DE INVESTIGACIÓN  
EN GESTIÓN CULTURAL

**Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural**

ISSN electrónico: 2448-7694

Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

México

[corima@udqvirtual.udg.mx](mailto:corima@udqvirtual.udg.mx)

Año 6, número 10, enero-junio 2021

## **Centro Cultural de Coyhaique y el micromecenazgo como estrategia de financiamiento**

### ***Coyhaique Cultural Center and crowdfunding as a financing strategy***

Francisco Castillo-Ancamil<sup>1</sup>

Universidad de Aysén, Chile

<https://doi.org/10.32870/cor.a6n10.7386>

[Recibido: 13/10/2020; aceptado para su publicación: 9/12/2020]

#### **Resumen**

El presente artículo tiene la finalidad de analizar las posibilidades de las estrategias de micromecenazgo, o *crowdfunding*, como alternativas de financiamiento frente a los procesos

---

<sup>1</sup> Investigador en la Dirección de Investigación, Universidad de Aysén, Chile. Correo electrónico: [francisco.castillo@uaysen.cl](mailto:francisco.castillo@uaysen.cl). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2046-7276>

#### **CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO**

Castillo-Ancamil, F. (2021). Centro Cultural de Coyhaique y el micromecenazgo como estrategia de financiamiento. *Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 6(10). DOI: 10.32870/cor.a6n10.7386

de gestión de los recursos de los espacios culturales. Para esto, se revisó la experiencia del programa de los socios cooperadores Red de Amigos de la Cultura del Centro Cultural de Coyhaique, y sus resultados. La revisión de este caso nos lleva a evaluar la factibilidad de las diversas alternativas de financiamiento existentes para los proyectos artísticos y culturales, como la Ley de Donaciones Culturales, y a la reflexión sobre el rol del Estado en Chile como garante del derecho a la cultura.

### **Palabras clave**

Micromecenazgo; financiamiento cultural; infraestructura cultural; Coyhaique.

### **Abstract**

*The purpose of this work is to analyze the possibilities of crowdfunding strategies as financing alternatives to the resource management processes of cultural spaces. For this purpose, the experience of the cooperative partner program Red de Amigos de la Cultura of the Centro Cultural de Coyhaique and its results are reviewed. The review of this case leads us to evaluate the feasibility of the various existing financing alternatives for artistic and cultural projects, such as the Ley de Donaciones Culturales and to reflect on the role of the State in Chile as guarantor of cultural rights.*

### **Keywords**

*Crowdfunding; Cultural Financing; Cultural Infrastructure; Coyhaique.*

### **Introducción**

Este trabajo tiene el objetivo de revisar las políticas del financiamiento de los espacios culturales regionales y responder a la interrogante sobre si el micromecenazgo, o *crowdfunding*, es una estrategia de financiamiento viable para mejorar los procesos de gestión, la generación de oferta y la facilidad de acceso a la programación para los diferentes públicos de la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique, entidad que administra el Centro Cultural de Coyhaique. Para responder a esta pregunta, se realizó una revisión crítica de la estrategia en cuestión, incorporada al Plan de Gestión de la institución desde 2018 como alternativa del levantamiento de recursos, así como

el aporte al cumplimiento de los objetivos estratégicos de una institución cultural sin fines de lucro ubicada en el sur austral de la Patagonia chilena.

La metodología utilizada está basada en los fundamentos de la investigación-acción, debido a que se realizó una reflexión desde un enfoque experimental sobre una serie de acciones que promueven transformaciones de carácter social, así como la adopción de nuevas estrategias de gestión en un espacio cultural para cumplir con los objetivos estratégicos que la institución se propone. Para esto, se complementó el análisis con técnicas de la metodología de la investigación cuantitativa, como la aplicación y sistematización de encuestas.

En términos concretos, se revisaron fuentes de carácter secundario sobre los modelos de financiamiento en cultura, los informes sobre la Ley de Donaciones Culturales (Ley Valdés), además de escritos sobre las políticas culturales en Chile y el mecenazgo como estrategia de financiamiento. Se implementó la Encuesta de Consumo Cultural por parte de la institución, la cual arrojó datos relevantes para el desarrollo del estudio;<sup>2</sup> además, se revisó el Plan de Gestión actual del Centro Cultural de Coyhaique, así como una entrevista semiestructurada realizada a quien ejercía la dirección ejecutiva de la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique al momento de realizar la investigación.

La primera parte de la investigación corresponde a la definición conceptual, de acuerdo con la literatura revisada, que permitirá la reflexión y la caracterización de las políticas de financiamiento de la institución. En ese sentido, se analiza el concepto *micromecenazgo* como expresión de una modalidad de financiamiento alternativo que se caracteriza por la participación colectiva (Pérez-Miguel, 2018; Sastre-Canelas, 2015; Martínez-Cañas, 2012; Hernández-Jiménez, 2015). Posteriormente, se realizará una breve contextualización sobre la historia del Centro Cultural de

---

<sup>2</sup> La Encuesta de Consumo Cultural (2020) cuenta con una muestra de 278 informantes y fue realizada entre diciembre de 2019 y mayo de 2020, a través de formularios virtuales difundidos en las redes sociales de la institución, correos electrónicos a la base de datos de públicos regulares y mensajería privada. Una parte importante de la información se obtuvo a través de las encuestas presenciales que se aplicaron a los asistentes de los diversos espectáculos que el espacio cultural ofreció entre diciembre de 2019 y marzo de 2020. Al considerar que el total de los asistentes de las actividades del espacio cultural durante el año 2019 fue de 17.664, el margen de error de la encuesta es de 5.83%, con un nivel de confianza de 95%.

Coyhaique y su gestión anterior, como antesala a la descripción de los elementos principales que componen el Nuevo Plan de Gestión y sus proyecciones.

En la tercera etapa del desarrollo se ahondará, de manera particular, en la política de financiamiento de los Socios Cooperadores, implementada por la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique, en su funcionamiento y en cómo ha favorecido la gestión de la programación. Para finalizar, se analizarán los resultados de acuerdo con el marco institucional-cultural que existe en el país.

## **Micromecenazgo**

### *Una estrategia de financiamiento cultural*

Como punto de partida, es necesario profundizar en el concepto de micromecenazgo, el cual se entenderá como “toda actividad colaborativa y colectiva en la que los promotores de proyectos, mediante convocatoria abierta y pública, solicitan y reciben financiación de particulares” (Camacho, 2016, p. 87). Esta forma de financiamiento se presenta principalmente en el ámbito de la innovación tecnológica y empresarial por medio de plataformas virtuales o presenciales, las cuales permiten a un individuo aportar al desarrollo de una idea de negocio. Su incorporación en el mundo de la gestión cultural ha facilitado la existencia de financiamiento colaborativo para “proyectos culturales o sociales que [se] consideren buenas iniciativas, porque mejoran o transforman la sociedad” (Camacho, 2016, p. 88).

Existen distintas modalidades de micromecenazgos, las cuales son clasificadas de acuerdo con las motivaciones principales de los donantes. Es posible considerar cuatro tipologías básicas sobre este tipo de financiamiento: de donaciones, de recompensas, de préstamos y de inversión. La primera “se basa, por tanto, en aportaciones de usuarios en forma de donaciones para apoyar, sin ánimo de lucro, proyectos específicos de ayuda social” (Rodríguez de las Heras, 2013, p. 108), generalmente liderados por organizaciones sin fines de lucro o individuales. En este modelo de micromecenazgo es prioritaria la generación de acciones que permitan a los contribuyentes acceder, de forma transparente y detallada, a la información sobre

el uso de los recursos aportados, junto con el establecimiento de canales de comunicación continuos entre el proyecto y sus donantes para la construcción de relaciones de confianza, consideradas una condición necesaria para que la donación sea sostenible a largo plazo.

En el segundo caso, quien contribuye económicamente al desarrollo de un proyecto específico lo hace en busca de una retribución no financiera, la cual puede ser de un valor simbólico, no equiparable necesariamente al aporte económico realizado; por ejemplo, un *meet & greet* con los actores después del estreno de una obra, o en la modalidad de "pago anticipado", donde el contribuyente paga una parte de un producto o servicio, cuyo valor está convenido de manera anticipada, lo que puede o no incluir una rebaja del precio.

La modalidad de préstamo, por otra parte, se constituye de préstamos colectivos entre los contribuyentes y los promotores de un proyecto o iniciativa. En general, bajo este modelo, son las plataformas, virtuales o presenciales, quienes actúan como un intermediario recaudador de los aportes, que garantiza y establece las condiciones para su devolución. Por último, en la modalidad de inversión se opta por la participación en el capital de la sociedad promotora. El contribuyente se convierte en socio o accionista con el derecho a participar en los beneficios de la sociedad, así como de recibir una parte de las ganancias del proyecto.

El presente trabajo profundiza en las dos primeras modalidades, de donación y de recompensa, pues son las que pueden encontrarse mayoritariamente en el ámbito del desarrollo de las artes y las culturas. Como fue establecido, el micromecenazgo de donaciones se caracteriza por ser una forma de participación económica en un proyecto o iniciativa que no exige un retorno tangible a cambio, más allá de los beneficios indirectos. Tiene un carácter filantrópico, pues quienes usan este tipo de donación tienen motivaciones sociales o la creencia de que el proyecto a financiar es una contribución al desarrollo social, cultural o económico de un territorio, o un grupo de personas.

En cambio, en el caso del micromecenazgo por recompensas, los donantes reciben una retribución en función de lo aportado: "los mecenas aportan una cantidad económica para apoyar el proyecto, pero en este caso sí obtienen una retribución. La finalidad del mecenas es el apoyo económico del proyecto a cambio de una

recompensa que no es financiera, puede ser material o simbólica” (Crespo-Cánovas, 2019, p. 12).

Para el caso estudiado, estas definiciones permiten analizar cómo el micromecenazgo puede ser una de las estrategias de financiamiento viables para una institución cultural, de acuerdo con la realidad de una región austral como la de Aysén.

## **Centro Cultural de Coyhaique**

### *Acceso, consumo cultural y comportamiento de los públicos*

Coyhaique es la capital de la región de Aysén, ubicada en el corazón de la Patagonia chilena. Posee la cifra de pobladores más baja de una capital regional en Chile: 57,818 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas, 2019, p. 5); además, la región de Aysén es la menos poblada, con apenas 103,158 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas, 2019, p. 4). Esta situación responde a un proceso de poblamiento tardío, iniciado a comienzos del siglo XX, que fue producto de las complejas características geográficas y climáticas de la zona, factores que aún inciden en los niveles de conectividad de la región con el resto del país.

Dedicada principalmente a la ganadería ovina, su poblamiento se realizó a través de los procesos de colonización estatal, como la concesión de las tierras a las empresas privadas para su explotación, y los procesos migratorios desde territorios como la Isla de Chiloé, el centro-sur de Chile, y la Patagonia Argentina. Una diversidad cultural aporta un valor agregado a la creación artística y artesanal de la región.

En 2006, con aportes del municipio, surgió la Casa de la Cultura en Coyhaique, debido, principalmente, a la presión ciudadana que daba cuenta de la inexistente infraestructura para el desarrollo cultural, salvo por el antiguo cine de la ciudad, administrado por la municipalidad de Coyhaique, que no era suficiente para las iniciativas de carácter artístico y cultural de la localidad.

Luego de años de funcionamiento regular, en 2011 se construyó un nuevo edificio gracias a la iniciativa del programa de infraestructura cultural que formaba parte de la Política Cultural Nacional 2005-2010, propuesta durante la presidencia de Ricardo Lagos. En este documento, guía de la política cultural, se situó la infraestructura como un pilar para el desarrollo, la democratización y la participación

cultural. Su ejecución, a cargo del gobierno de Michelle Bachelet, tuvo como meta llegar al bicentenario con un centro cultural en cada comuna que tuviera más de 50 mil habitantes.

En la región de Aysén, esta política de Estado permitió mejorar cualitativamente la oferta infraestructural por medio de la construcción de un nuevo espacio denominado Centro Cultural de Coyhaique, a cargo de la recién activada Corporación Cultural Municipal de Coyhaique. El mejoramiento del espacio y la apertura de este a las iniciativas culturales de diversa índole (privadas, públicas o comunitarias) podría haber significado un notable avance en términos de desarrollo cultural para la ciudad; sin embargo, el programa presentaba fuertes debilidades, pues no significaba un aporte permanente a los nuevos espacios, por lo que se dejaba la gestión total de estos a cada municipio.

Para el caso particular del Centro Cultural de Coyhaique, la gestión de recursos depende, hasta el día de hoy, de dos vías principales: en primer lugar, de un aporte basal realizado desde el municipio<sup>3</sup> y destinado, básicamente, a los honorarios y los gastos operacionales como la calefacción, la limpieza y la manutención de la infraestructura en general; y, en segundo lugar, de los propios ingresos por el concepto de arriendo de espacios, exhibiciones de cine y talleres pagados. En este contexto, la generación de una programación propia de los espectáculos de artes escénicas y musicales por parte de la institución era prácticamente imposible y, con ella, la posibilidad de generar iniciativas de desarrollo de los públicos para propender a la participación cultural.

Los datos de la asistencia a los espectáculos efectuados por el Consejo de la Cultura y las Artes –ahora Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio–, en sus encuestas de participación y consumo cultural muestran la debilidad del programa de la infraestructura cultural y la consecuente dificultad para generar la programación de la institución (ver tabla 1).

---

<sup>3</sup> De acuerdo con los datos extraídos de las cuentas públicas anuales de la gestión de la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique, el aporte municipal ha sido, desde 2017, de \$115,000,000 pesos chilenos (157,534 dólares); en 2018, \$169,588,263 pesos chilenos (232,312 dólares); y en 2019, \$157,875,000 pesos chilenos (216,267 dólares).

**Tabla 1.** Porcentaje de encuestados que asistió, al menos, a una actividad cultural durante los últimos doce meses en la región de Aysén

Años	Cine	Conciertos	Artes visuales	Teatro	Danza
2005	19,7	50	15,8	14,7	19,5
2009	12,8	35,5	14,9	16,2	23,7
2012	29,7	26,5	22,1	14,7	25,5
2017	19,2	27,6	18,3	11,1	30,3

Fuente: elaboración propia, con base en los datos de la *Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005 (2007)*, la *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2011)*, y la *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2017 (2018)*.

De acuerdo con estos datos, es posible apreciar que las únicas expresiones artísticas con tendencia al alza, en relación con el consumo, son la danza y las artes visuales. La danza pasó de 23,7% durante 2009, período previo a la ejecución del programa de la infraestructura cultural en Coyhaique, a 25,5% en 2012, y después a 30,3% en 2017. En el caso de las artes visuales, llama la atención el salto de más de cinco puntos porcentuales de 2009 a 2012. Es posible atribuir esta variación a la existencia de espacios en el nuevo edificio del Centro Cultural de Coyhaique, adaptados específicamente para las exposiciones en salas.

En relación con las artes musicales y el teatro, las cifras muestran que la renovación infraestructural del espacio no generó un mayor impacto en el consumo cultural de estas disciplinas en la región. Respecto a las actividades vinculadas a la exhibición de cine, no es posible atribuir las variaciones de las cifras a la existencia de un nuevo espacio como el Centro Cultural de Coyhaique, porque el municipio contaba con una muestra de películas permanentes en el Cine Municipal hasta mediados de 2018. Es importante señalar que, para los casos de artes musicales, visuales y escénicas, el Centro Cultural de Coyhaique es el único espacio que cuenta con las instalaciones aptas para el ejercicio de estas disciplinas.

A finales de 2017, hubo un cambio en la dirección ejecutiva del espacio. A través de un proceso de diagnóstico e incorporación del nuevo capital humano al



proyecto, elaboraron un Nuevo Plan de Gestión, pues no existía una planificación estratégica sobre el uso del espacio y la producción de actividades artístico-culturales.

El Nuevo Plan de Gestión persigue dos objetivos concretos: 1) generar una programación propia del espacio para no depender exclusivamente de los proyectos de circulación del entonces Consejo de la Cultura y las Artes; y 2) vincular a la comunidad y gestionar los recursos a través de ese vínculo. Sobre el primer objetivo, la primera medida que se implementó fue la oferta de talleres artísticos que permitieran generar utilidades, algo que no sucedía antes. Este ingreso de recursos es invertido para el cumplimiento del segundo objetivo: la obtención de los recursos a través de la vinculación del Centro Cultural con la comunidad.

## **Red de Amigos de la Cultura**

### *Búsqueda de alternativas de financiamiento*

En el marco del cumplimiento de este objetivo, la Corporación Cultural de Coyhaique lanza la Red de Amigos de la Cultura, una convocatoria a la ciudadanía para formar parte de la red de Socios Cooperadores, quienes pueden ingresar al realizar un aporte de, aproximadamente, quince mil pesos. Con esto, podrán ser acreedores de una credencial que les otorga descuento en funciones y espectáculos gestionados por el Centro Cultural; asimismo, tiene convenio de descuentos con setenta tiendas comerciales de la ciudad. Si bien estos beneficios pueden ser considerados como una “recompensa” para quienes desean aportar económicamente a la gestión del Centro Cultural, según la Dirección Ejecutiva de la institución, los integrantes actuales de la Red de Amigos de la Cultura, en su mayoría, aportan para apoyar el desarrollo cultural de la ciudad de Coyhaique, y valoran el trabajo que realiza la Corporación Cultural en esa empresa.<sup>4</sup>

De los distintos públicos del Centro Cultural, quienes mayoritariamente fueron convocados por el programa de micromecenazgo propuesto son personas que fluctúan entre los 25 y 45 años, principalmente mujeres que habitan en el centro

---

<sup>4</sup> Si bien esta es una percepción de la entrevistada, será corroborada de acuerdo con los datos arrojados por la *Encuesta de Consumo Cultural* realizada por la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique (2020). La síntesis de estos datos será presentada en un apartado posterior del presente artículo.

urbano de la ciudad, donde se encuentra emplazado el espacio cultural. Su actividad económica principal se relaciona con las fuentes laborales en servicios públicos, tanto de gobierno como comunales. En su mayoría, poseen estudios universitarios completos, y una parte importante tiene estudios de posgrado. Por lo tanto, es posible asumir que poseen un capital cultural alto, tanto por sus estudios como por sus hábitos de consumo. Se trata de un segmento que está informado sobre la programación del espacio cultural, que conoce el funcionamiento de este.

El consumo cultural de este público, denominado "regular", se relaciona con la oferta de las artes escénicas, particularmente del teatro y las artes musicales. También es un segmento que participa de manera constante en las actividades formativas, como los talleres y los laboratorios artísticos que ofrece la institución.

Para 2019, la red contaba con aproximadamente 700 socios, con lo que logró recaudar la cifra de \$6,018,500 pesos chilenos.<sup>5</sup> Este margen de utilidades ha permitido gestionar la programación propia sin depender de los fondos concursables, como Ciclos de Cine Familiar, desde 2018 hasta la fecha que, debido a las características climatológicas de la ciudad, para ser implementado necesita contar con los recursos para la calefacción diaria del auditorio principal y, por otro lado, financiar los gastos de la producción como los pasajes, los traslados y el alojamiento de los elencos, las compañías y los artistas durante 2019. Es así como las utilidades generadas por la Red de Amigos de la Cultura facilitan la gestión de los espectáculos teatrales de primer orden:

En este caso, como ejemplo, [un espectáculo] teatral nos cuesta con caché, con traslado, alojamiento, etcétera, \$3,000,000 (4,000 dólares), considerando que tenemos 200 butacas. Eso significa que nos costaría, por valor butaca, \$15,000 (veinte dólares), que es un valor absurdo para traspasárselo a la audiencia, quiero decir. Entonces, con los fondos de los socios cooperadores, nosotros vendemos la función a \$5,000 (siete dólares) o \$7,000 (diez dólares), según la calidad de la audiencia. Si es Socio Cooperador, \$5,000, y si es público general, \$7,000. Con eso pagamos la mitad de la función, y con la recaudación de los socios cooperadores, pagamos lo que nos falta. De tal manera, aseguramos la programación de vanguardia de calidad (C. Rojas, comunicación personal, 2018).

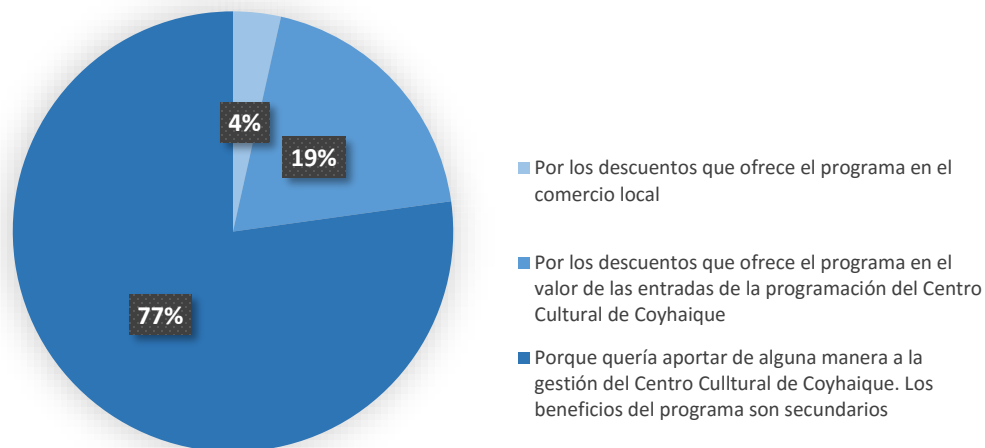
---

<sup>5</sup> Aproximadamente 8,133 dólares.

La política de financiamiento Red de Amigos de la Cultura se presenta como un caso de micromecenazgo de carácter ciudadano, que apela a una colaboración económica participativa de una comunidad o territorio determinado, lo que fortalece la gestión de la programación de un Centro Cultural.

Cabe señalar que se encontró un caso con características de la modalidad de donación, al verificar el interés por aportar de manera desinteresada para apoyar el desarrollo cultural de la ciudad, de acuerdo con la *Encuesta de Consumo Cultural*, realizada por la institución durante el primer semestre de 2020. Esta encuesta muestra que 77,2% de los socios cooperadores encuestados realiza el aporte sugerido porque quiere apoyar la gestión del Centro Cultural de Coyhaique, y que considera secundarios las recompensas o beneficios ofrecidos, mientras que 19,3% identificó como motivación principal el descuento en el valor de las entradas que ofrece la membresía. Llama la atención que solo 3,5% de los encuestados manifiesta como motivación principal los descuentos en el comercio local, lo que hace de esta recompensa una oferta prescindible en el programa (ver gráfica 1).

### ¿Cuál fue tu motivación principal para volverte socio cooperador de la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique?



**Gráfica 1.** Motivaciones principales de los socios cooperadores para pertenecer al programa  
Fuente: elaboración propia, con base en los resultados de la *Encuesta de Consumo Cultural 2019*, de la Corporación Cultural Municipal de Coyhaique.

Lo anterior es relevante debido a que el tipo de vínculo que genera el aporte “de donación” está estrechamente relacionado con la distancia que tienen los socios respecto al proyecto, según un estudio realizado sobre *crowdfunding* en los emprendimientos artísticos en la Universidad de Toronto, donde el análisis de los contribuyentes en distintas iniciativas dio cuenta de que quienes se encontraban más cerca del lugar geográfico donde se ubicaba el proyecto, aportaban el doble en comparación a quienes se encontraban más distanciados (Ajay, Catalini & Goldfarb, 2010). Esta situación es relevante en la capital regional más pequeña de Chile, de acuerdo con su número de habitantes, pues el vínculo emocional y la cercanía que existe con el espacio se pueden entender bajo la perspectiva de una ciudad con una red de relaciones sociales y comunitarias estrechas.

Al momento de evaluar otras fuentes de financiamiento, además de la postulación a los fondos concursables, dentro del Nuevo Plan de Gestión se incorpora una figura para ofrecer una programación estable y propia, que contempla tanto a artistas nacionales como regionales, denominada Borderau 80/20, que implica facilitar el espacio, la producción ejecutiva y la difusión del espectáculo al valor que los artistas estimen necesario, de acuerdo con una tabla de los precios de las entradas aprobada por el directorio. El modelo plantea que, de la recaudación, 80% cubre los honorarios de los artistas y 20% los gastos operacionales, consecuencia del uso de los espacios del Centro Cultural.

El equipo de gestión también identifica la Ley de Donaciones Culturales, o Ley Valdés, como una alternativa de financiamiento, la cual fue creada con el objetivo de complementar con el financiamiento privado el aporte estatal para los proyectos artísticos y culturales; es una herramienta de fomento a la creación, difusión y puesta en valor de los objetos artísticos y culturales en Chile que, bajo la legislación vigente, rige desde el 2014; además, es un instrumento de financiación mixto en el que convergen recursos públicos y privados, donde la institución privada donante aporta de manera directa a un proyecto que forma parte de un listado seleccionado por el Comité Calificador de Donaciones Culturales, y el Estado otorga beneficios tributarios al donante, como una reducción del pago de impuestos.

Si bien esta alternativa forma parte del Nuevo Plan de Gestión, no era una prioridad como la formulación de proyectos para la gestión de los recursos a través de los fondos concursables del Ministerio de las Culturas o del Gobierno Regional:

Tomamos la decisión de que aquellos proyectos que nosotros formulamos y que eventualmente no serán financiados por los fondos, los vamos a subir como proyectos para la Ley de Donaciones. Pero hoy no tenemos la capacidad humana para tener a alguien formulando proyectos en ambas plataformas (C. Rojas, comunicación personal, 2018).

Esta priorización responde a dos razones estrechamente vinculadas. La primera está relacionada con la realidad regional, pues la iniciativa privada del territorio no tiene la tradición de la donación con fines culturales. Además, se pueden caracterizar como pequeñas y medianas empresas sin grandes utilidades, que permitan realizar donaciones para estos fines. Por tal motivo, y de acuerdo con el informe anual del Comité Calificador de Donaciones Culturales correspondiente al año 2019, las regiones de Ñuble y Aysén son las que presentan el menor número de proyectos financiados por esta Ley (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019). La segunda razón es el carácter centralizado que tiene Chile, pues la mayor cantidad de empresas dispuestas a financiar los proyectos culturales se encuentran en la zona central.

Las empresas, además, están súper centralizadas y, claro, se llevan, por lo general, la posibilidad de financiar proyectos de grandes instituciones culturales. Las grandes empresas apuntan a eso, porque tienen mayor repercusión mediática. Lo que nosotros podemos hacer desde Coyhaique es muy minúsculo con relación al impacto mediático que puede generar un Festival [Santiago] a Mil u otro tipo de eventos. Entonces, sabemos que competimos con eso (C. Rojas, comunicación personal, 2018).

## **Conclusiones**

El caso estudiado presenta dos situaciones interesantes. En primer lugar, nos encontramos con una propuesta de financiamiento cultural a través de la donación de los socios cooperadores, que es posible categorizar como *micromecenazgo*. Al

momento de analizarla con detalle, encontramos que, aunque contiene elementos de micromecenazgo de donación y de recompensa, las principales motivaciones de los socios colaboradores se relacionan con el reconocimiento del Centro Cultural de Coyhaique como un apoyo al desarrollo social y cultural de la ciudad, y no necesariamente con los descuentos en el comercio local y a los espectáculos, y los otros beneficios que ofrece el programa.

Esta motivación puede ser interpretada como una muestra de interés por parte del público que acude con regularidad al espacio para ejercer el derecho a la cultura a través de una participación efectiva en la gestión de un espacio cultural, ya sea esta de tipo administrativo o programático. El programa de socios contiene una estrategia que podría llegar a ser exitosa para el financiamiento de las iniciativas culturales (si se considera el aporte que ha significado la generación de las utilidades a través de esta vía para la autonomía y la diversificación de la oferta programática del Centro Cultural de Coyhaique), así como una oportunidad para avanzar en la inclusión de los diferentes públicos en el proceso de toma de decisiones o co-programación.

En segundo lugar, es posible elaborar una crítica a la Ley de Donaciones Culturales, particularmente desde los territorios que pueden ser considerados como periferias, pues a pesar de que es una herramienta útil para el financiamiento cultural, se enfoca principalmente en la zona central (metrópolis). Aun cuando existan proyectos financiados en la periferia, es necesario considerar que corresponden a aquellos que emanan de las llamadas "zonas de sacrificio", donde las grandes inversiones tienen impactos socio-ambientales que obligan a las empresas a contar con un departamento de Responsabilidad Social Empresarial mucho más proactivo, como política de compensación; este no es el caso de la Región de Aysén.

Debido a esta situación, es de vital importancia, desde la política cultural, apuntar a la descentralización de la inversión de las empresas a través de la Ley de Donaciones Culturales, con modificaciones que impliquen, por ejemplo, el aumento de los beneficios tributarios, que contemplen las características territoriales de los proyectos culturales a financiar disponibles.

A pesar del aporte económico que ha significado la promulgación de la Ley Valdés para el desarrollo de las artes y la cultura en Chile, es posible inferir que el

objetivo de la iniciativa privada, al aportar al financiamiento de un proyecto artístico, cultural o patrimonial, está motivado por dos razones: por los beneficios tributarios que ofrece la ley y por la posibilidad de incluir la donación como parte de una estrategia de posicionamiento de marca. Si se compara el análisis de la estrategia colectiva de financiamiento con las donaciones de la iniciativa privada, nos encontramos frente a diferencias motivacionales de gran magnitud: por un lado, a una comunidad activa interesada en ejercer su derecho de participar en el desarrollo artístico, cultural y patrimonial del territorio que habita y, por otro, a una corporación que, en estricto rigor, no realiza una donación, sino una inversión.

Para finalizar, es válido preguntarse, a pesar de las marcadas diferencias: ¿ambas estrategias son efectivas como formas de financiamiento para las artes y la cultura en Chile? Una respuesta posible es que son una alternativa viable para el financiamiento de las actividades, en particular para espacios u organizaciones autogestionadas; sin embargo, la cantidad de recursos que pueden ser gestionados y la posibilidad de adjudicarse un proyecto bajo la Ley de Donaciones Culturales, hacen imposible que estas vías reemplacen el deber del Estado al garantizar el acceso a la cultura y el ejercicio de acto creativo. En esta campaña, Chile se encuentra en deuda.

## **Bibliografía**

- Ajay, A.; Catalini, C. & Goldfarb, A. (2010). Entrepreneurial Finance and the Flat-Wold Hypothesis: Evidence from Crowd-funding Entrepreneurs in the Arts. *Working Papers*, 10(8).
- Camacho, S. (2016). El crowdfunding: régimen jurídico de la financiación participativa en la ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, (17). Recuperado de: <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/1056/871>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2019). *Síntesis de Resultados Censo 2017 - Región de Aysén*. Coyhaique. Unidad Técnica de Aysén. Recuperado de: [https://regiones.ine.cl/documentos/default-source/region-xi/banco-datos-r11/estadisticas-demograficas-y-vitales/sintesis-censo-2017-aysen.pdf?sfvrsn=1d185950\\_6](https://regiones.ine.cl/documentos/default-source/region-xi/banco-datos-r11/estadisticas-demograficas-y-vitales/sintesis-censo-2017-aysen.pdf?sfvrsn=1d185950_6)

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2007). *Encuesta de Consumo Cultural 2004 - 2005*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Encuesta-de-Consumo-Cultural-2004-2005.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Valparaíso: Ediciones Cultura. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participaci%C3%B3n-y-Consumo-Cultural.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2018). *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017*. Valparaíso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Recuperado de: [https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc\\_2017.pdf](https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf)
- Corporación Cultural Municipal de Coyhaique. (2019). Alcalde de coyhaique destacó gestión cultural 2018-2019. *Coyhaique*. Recuperado de: <https://www.coyhaique.cl/portalmunicipalidad/noticias.php?id=10374>
- Corporación Cultural Municipal de Coyhaique. (2020). *Encuesta de Consumo Cultural 2019*. Coyhaique. Documento en Excel consultado *in situ*. Fecha de consulta: 11 de Mayo de 2020
- Crespo-Cánovas, M. (2019). El crowdfunding como alternativa para la financiación de proyectos culturales. *Repositorio Comillas*. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/29621>
- Hernández-Jiménez, R. (2015). *Fórmulas y modelos de crowdfunding* (tesis de pregrado). Valladolid: Universidad de Valladolid. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/15762>
- Martínez-Cañas, R. (2012). Crowdfunding and social networks in the music industry: implications for entrepreneurship. *International Business & Economic Research Journal*, 11(13), 1471-1475. Recuperado de: <https://clutejournals.com/index.php/IBER/article/view/7449/7516>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2019). *Informe mes de junio. Proyectos Aprobados. 2019. Comité Calificador de Donaciones Culturales*. Valparaíso: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de: [http://donacionesculturales.gob.cl/wp/wp-content/uploads/2015/07/20200421\\_Informe\\_Anual\\_Junio.v02.pdf](http://donacionesculturales.gob.cl/wp/wp-content/uploads/2015/07/20200421_Informe_Anual_Junio.v02.pdf)
- Pérez-Miguel, S. A. (2018). *Crowdfunding como fuente de financiación alternativa a las tradicionales startups* (tesis de pregrado). Buenos Aires: Universidad Argentina de la Empresa. Recuperado de: <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/7702>



Rodríguez de las Heras, T. (2013). El Crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Pensar en Derecho*, 3(2), 101-125. Recuperado de: <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>

Sastre-Canelas, E. (2015). *El Crowdfunding de Recompensa Cultural en España: Análisis de los proyectos culturales publicados en Verkami desde el punto de vista de los autores* (tesis de maestría). Barcelona: Universitat de Barcelona.