

El aporte de la cultura a la economía

Por Paula Moreno

La cultura es el pilar de la política social y una fuente vital del desarrollo, relacionada directa e indirectamente con la actividad económica. Aunque la dicotomía entre actividad cultural y economía sigue en discusión, la globalización –como lo define Joseph Rifkin en ‘La era del acceso’– ha colocado a los recursos culturales en un lugar preferencial ante la aparente desmaterialización del consumo.

Esta preferencia se aumenta –así como la creatividad, el crecimiento equitativo y la generación del conocimiento– cuando se reconoce y se apoya la diversidad. Con la consolidación de esta riqueza la cultura llega a jugar un rol importante en la competitividad de las naciones: la diferencialidad permite pasar de unas ventajas comparativas a unas competitivas, y se convierte en un valor agregado en una economía de contenidos y de intangibles.

La cultura se ha convertido en la principal fuente de innovación, creatividad y fuerza local en un marco global; y funciona además como tejido colectivo a la hora de generar confianza, consolidar una verdadera democracia y forjar los modelos mentales que lideran a una sociedad hacia una mayor productividad.

Las industrias culturales se constituyen en el contexto colombiano en una gran oportunidad en la generación de empleo e ingreso con equidad social. En muchos lugares donde está en proceso la infraestructura física que facilite el acceso y el intercambio, en un país tan diverso ambiental y culturalmente, ancestralmente las comunidades han albergado conocimientos tradicionales, expresiones vivas, técnicas de construcción y producción que constituyen su infraestructura cognitiva y recreativa. Naturalmente, cualquier proceso que se emprenda debe brindar oportunidades que consoliden esa diversidad que es la ventaja comparativa que se puede perder cuando se desdibujan los valores representativos de cada práctica cultural.

Por ello, el Ministerio de Cultura ha dinamizado la generación de ingreso y empleo en el sector cultural con tres motivaciones principales. La primera es proporcionar calidad de vida a nuestros artistas: un ingreso por su labor facilita su dedicación, la excelencia, la protección de derechos y la sostenibilidad de su actividad, y representa una recompensa por su aporte a la sociedad.

En segundo lugar, se busca visibilizar y proyectar los espacios de formación y circulación que se generan desde esta cartera, entre los que se cuenta con más de 60 mil niños y jóvenes que participan en el Plan Nacional de Música para la Convivencia, los cerca de 150 colectivos que estamos apoyando en el Plan Audiovisual Nacional y el Programa Cultura Digital, y las más de 1.000 organizaciones culturales que reciben apoyo del Programa Nacional de Concertación, entre otros. En este punto, el objetivo es construir un espacio donde los mejores de cada uno de estos procesos puedan cada día más reafirmar que su proyecto de vida es el arte y que es factible vivir de la actividad cultural.

En tercer lugar, el empeño es fortalecer las cadenas de valor que facilitan el acceso de la mayoría de colombianos a bienes y servicios culturales de calidad. Un claro ejemplo es el acceso a los libros. El país cuenta con 353 librerías, concentradas mayoritariamente en

Bogotá, Cali y Medellín, lo que hace de Colombia todavía un país con un acceso muy restringido a este mercado fuera de las bibliotecas. En la mayoría de los municipios del país las posibilidades de consumo de bienes y servicios culturales es muy restringido, existe una amplia oportunidad en el desarrollo de esquemas innovadores de distribución de la oferta cultural.

Desde 2007 el emprendimiento cultural se incorporó como línea estratégica del Ministerio. Durante estos dos años se han destinado más de 2.500 millones de pesos en el desarrollo de esta estrategia y ya hemos obtenido los siguientes logros:

- La consolidación de 350 empresas culturales fortalecidas en sus procesos productivos, así como el apoyo a procesos de asociatividad y representación gremial a través de la creación de nueve redes, entre ellas la de Luthería, la Red de Editores Independientes; la Red de Libreros; la Asociación de Productores Musicales y la Red de Festivales de Música Tradicional.

- La implementación de una estrategia de internacionalización del cine colombiano que nos permite presentar hoy un balance donde participamos en los mercados más importantes como Cannes, San Sebastián, Santa Mónica entre otros donde en mesas de negocios con más de 700 distribuidores y productores se han ampliado sustancialmente la realización de largometrajes en Colombia y se han confirmado más de 10 coproducciones en el último año.

- El acompañamiento a cuatro clústeres locales culturales en Cali, Valledupar, Medellín y Popayán. Con el aporte de más de 5 millones de dólares del BID, las alcaldías locales, las cajas de compensación y las cámaras de comercio, se consolidarán por lo menos 200 empresas culturales sostenibles en los próximos cuatro años.

- El desarrollo de los Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento (Laso) que fortalecerán a 120 grupos musicales del país en temas de producción y proyección, con la participación de más de 1.000 jóvenes en zonas vulnerables del país.

La apuesta por las industrias creativas

Un mandatario internacional, al explicar la apuesta del Estado por las industrias culturales, expresaba que los bienes y servicios culturales permean la percepción de la gente, permiten la aceptación de los consumidores a nivel global y generan posicionamiento.

Es cierto: los bienes y servicios culturales conllevan una experiencia, una emoción y una recordación que construyen imagen de país y motivan la decisión a la hora de que un consumidor seleccione su preferencia. Un claro ejemplo es la industria del cine. A través de las imágenes en movimiento se transmiten hábitos de vida, moda, tendencias, reinterpretación de hechos o situaciones. Por tanto, la apuesta por las industrias culturales en el país adquiere dos dimensiones: una local, que genera plataformas locales, regionales y nacionales para cualificar, circular y ampliar una oferta en condiciones favorables para los consumidores; y otra que permita la internacionalización de la cultura colombiana, basada en una oferta cultural competitiva y de calidad, que haga presencia en los mercados y abra espacio a otros productos.

Las cifras dejan en claro que las industrias culturales generan el 7% del PIB mundial, una tendencia que muestra la transformación productiva de un mundo que se mueve hacia la economía de los intangibles. Estas industrias generan un 3,4% del comercio global, y han tenido un crecimiento significativo en las exportaciones al pasar de 227 billones de dólares en 1996 a 424 billones de dólares en 2005.

En el informe de economía creativa de la OMPI 2008 se ve cómo en Estados Unidos las industrias creativas aportan al PIB el 11% y un 8.49% en empleo; en Rusia, aportan el 6.06% del PIB y el 7.3% del empleo; las cifras en México están en el 4.77% del PIB y en el 11.01% del empleo. En Colombia, el 3.3% del PIB y el 5.8% del empleo.

Estas cifras evidencian cómo las industrias culturales contribuyen sustancialmente a la economía global, igualando o sobrepasando el aporte de sectores tradicionales primarios o secundarios. Incluso, en el marco de la actual crisis financiera, aunque muchas organizaciones culturales que dependen de la filantropía buscan nuevos esquemas, en países como Colombia la demanda por bienes y servicios culturales ha mostrado un incremento.

De nuevo, un buen ejemplo es el cine. De enero a julio de 2008 más de 13 millones de espectadores asistieron a salas. En 2009, en este mismo periodo se dio un incremento del 19%, con más de 16 millones de espectadores. Otro ejemplo, en el marco de turismo cultural, son los festivales o eventos culturales cuyas externalidades son amplias. El ejemplo mejor calificado en el acompañamiento brindado de emprendimiento cultural es el Torneo del Joropo. Un evento cultural que a finales de junio tuvo una presencia histórica con la visita de más de 500 mil personas y el ingreso de más de 100 mil vehículos, según registra la Gobernación del Meta. Todo esto estimulando el aporte privado pero sin desdibujar la expresión cultural como es el caso del joropódromo, donde solo participan las más de 3000 parejas con sus diferentes coreografías y con un acceso totalmente gratuito.

La tendencia creciente del aporte económico de la cultura en el país se fortaleció gracias a los marcos legislativos, que otorgan incentivos a quienes participan en la industria editorial, cinematográfica y recientemente en el patrimonio cultural material e inmaterial.

Colombia ha pasado de ser consumidor pasivo de productos del exterior y, cada vez más, es productora de contenidos propios de alta innovación. Esta tendencia creciente revela una gran oportunidad para las más de 3.500 compañías de danza, 400 museos, empresas de construcción de instrumentos, solo por poner algunos ejemplos.

La creación del Comité Técnico de Competitividad para las Industrias Culturales tiene la gran tarea de articular una política de Estado que priorice el papel de las industrias creativas y del emprendimiento cultural como un sector de calidad mundial. Son múltiples los desafíos: fortalecer y acompañar a las diferentes áreas culturales para que tengan una oferta de calidad; ayudar a la organización y formalización del sector; establecer de estrategias de sostenibilidad; analizar las cadenas de valor y el fortalecimiento de sus eslabones; abrir mercados y permitir la circulación; buscar nuevas líneas de financiación; proteger y difundir los derechos de autor; elaborar estrategias de precios competitivos y de distribución de bienes y servicios culturales que descentralicen la oferta cultural. En eso estamos y le apostamos en nuestra labor por consolidar a la cultura como un pilar de la política social y económica nacional.
