
CULTURA Y ECONOMÍA

Rafael Simancas

Secretario general del Grupo Socialista.
Congreso de los Diputados

La cultura es creatividad, es contemplación y es disfrute. Pero es algo más. También es actividad económica, es industria y es empleo. Las industrias culturales constituyen un ámbito de gran importancia presente y de mejor futuro para el desarrollo económico general y la creación de puestos de trabajo de calidad en nuestro país.

Las potencialidades de la cultura española para generar riqueza y empleo son extraordinarias. Nuestra lengua es una de las más habladas y estudiadas del mundo. Nuestra historia y nuestro patrimonio cultural son motivo de general admiración. Algunas de nuestras instituciones culturales más señeras, de las pinacotecas a los festivales de teatro y cine, son referencia global. Y muchos de nuestros creadores se encuentran entre los más reconocidos en cada uno de los ámbitos culturales.

La industria cultural en España, sin embargo, aún tiene mucho recorrido por delante para ponerse a la altura de las naciones que lideran el escenario cultural, al menos en cuanto a dimensión e influencia. Se trata de una industria

todavía pública en gran proporción. El sector cultural privado se caracteriza, con contadas excepciones, por la falta de envergadura, la dificultad para acceder a la financiación y un gran filón desaprovechado para su proyección internacional.

Promover la cultura y su industria constituye una buena estrategia para impulsar el desarrollo de nuestra economía y encontrar nuevos nichos de empleo estable y de calidad. Pero este propósito requiere de una apuesta simultánea y coordinada en los ámbitos público y privado. Del primero se espera un liderazgo decidido, una regulación inteligente, y una acción exterior más eficaz. Del segundo se necesita valentía, visión global y paciencia en la recogida de los retornos.

El reto más inmediato tiene que ver con el maridaje inevitable entre cultura y tecnología. Si la primera ignora a la segunda, perderá proyección. Si la segunda avasalla a la primera, obtendrá un pobre rendimiento primero y la aniquilación después para su contenido máspreciado. Cultura y tecnología están condenados a entenderse, a colaborar y a construir una relación mutuamente enriquecedora.

CULTURA Y CRISIS

La crisis económica internacional tuvo como consecuencia específica en España una aceleración muy pronunciada del desempleo, entre los años 2008 a 2013. Los analistas apuntan como causa principal al desarrollo intensivo del sector de la construcción, auténtico monocultivo de nuevos empleos durante la primera década del siglo en España. Al tratarse de un ámbito laboral con escaso valor económico añadido, responsable de grandes costes ambientales, y sometido a los vaivenes de las burbujas financieras, no resulta recomendable para las sociedades que persiguen un desarrollo equilibrado y cualitativo.

La mayoría de los analistas destacan también la necesidad de afrontar cambios estratégicos en nuestro modelo productivo, amén de un nuevo papel para España en aquello que los clásicos denominaban la “división internacional del trabajo”. Se trata de dejar atrás el esquema del ladrillo especulativo y el chiringuito playero como fuentes principales de actividad económica y de puestos de trabajo, y apostar por nuevos modelos de emprendimiento empresarial y de creación de empleo en yacimientos que acrediten la innovación, el conocimiento y la competitividad como señas de identidad.

Tres sectores comienzan a apuntar como nuevos focos de generación de riqueza y de puestos de trabajo estables y cualificados para los españoles: el desarrollo de las energías renovables, la consolidación de los servicios de

bienestar social, y las industrias culturales. España dispone de potencialidades y capacidades sobradas para convertirse en una referencia internacional de primer orden en la explotación rentable y sostenida de tales yacimientos.

CULTURA E INDUSTRIA

La cultura es creación y disfrute, pero también es industria, también es empleo de calidad, y también es un factor generador de bienestar social.

El Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura refleja datos significativos para este análisis. Durante el ejercicio 2017, la cultura dio trabajo a 545.000 personas, aún 12.000 empleos menos que una década antes, en el año 2007. Se trata, en todo caso, de más del 3% del empleo total en nuestro país. La proporción de empleo masculino en la cultura supera a la media: un 59,5% por el 54,5% del empleo global en España. Los titulados superiores son 25 puntos más en la cultura que en el resto de los puestos de trabajo: 67,5% frente al 42,1%. Más del 71% es empleo por cuenta ajena, un 87% a tiempo completo y un 13% a tiempo parcial.

El número de empresas culturales acreditadas en nuestro país en el año 2016 era de 114.000, más del 3,5% del total. Pero se trata de un tejido empresarial de muy reducida dimensión. El 63% de las empresas no tiene asalariados. El 29,4% son pymes, con entre 1 y 5 trabajadores. El 16% cuenta con entre 6 y 49 empleados, y solo el 0,6% de las empresas culturales en España cuentan con 50 o más trabajadores.

Las exportaciones culturales ascendieron en 2016 a un valor de 788 millones de euros, por 666 millones en importaciones. Saldo positivo, en consecuencia. El mayor capítulo exportador correspondió al libro y a la prensa. El destino de nuestras exportaciones fue mayoritariamente europeo, en más de un 60%, por un 23% que acabó en Latinoamérica. Las proporciones son similares cuando analizamos la procedencia de las importaciones. En materia turística, donde España mantiene un liderazgo encomiable, hasta un 17% de nuestros visitantes aduce motivos culturales para su estancia entre nosotros.

En el año 2015, el gasto de la Administración General del Estado en materia cultural ascendió a 672 millones de euros (0,06%). Las administraciones autonómicas gastaron en cultura 1.081 millones de euros (0,10%) y las entidades locales 3.017 millones de euros (0,28%). Por lo que, en contra de lo que cabría pensar, el Gobierno central es culturalmente más cicatero, mientras que la administración con más sensibilidad y dedicación cultural corresponde a Ayuntamientos y Diputaciones Provinciales.

El gasto en cultura de los hogares españoles durante 2016 fue de 14.100 millones de euros. El gasto medio por hogar ascendió a 764,4 euros anuales, y el

gasto medio por persona se quedó en 306,7 euros. De estas cantidades, el 47,9% se destinó a pagar servicios de televisión e internet, el 22,2% fue para libros y prensa, y el 16,3% para otros servicios culturales. Las poblaciones que más gastaron en cultura fueron las de Aragón, Asturias, Baleares, Cataluña, Madrid, Navarra y País Vasco. Mientras que los hábitos culturales más extendidos entre la población española siguieron siendo el cine (54%), la asistencia a conciertos musicales (24,5%) y las representaciones teatrales (23,2%).

La recaudación por derechos de propiedad intelectual sumó los 356,4 millones de euros en 2016. En España contamos con más de 190.000 autores culturales registrados y con derechos de recaudación, de los que el 77% son hombres y solo el 23% son mujeres. Una población muy masculinizada, por tanto.

CULTURA Y OPORTUNIDAD

En una de las últimas reuniones anuales del Comité de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, los representantes de nuestro país lograron sumar la Torre de Hércules de A Coruña –el único faro romano en funcionamiento en el mundo- al centenar largo de bienes inmuebles, muebles, inmateriales y paisajes que la organización cultural de Naciones Unidas ha reconocido en nuestro país como patrimonio de todos los seres humanos. Y todas las ciudades patrimonio de España se afanan con éxito por proteger, conservar, divulgar, y también por gestionar estos tesoros en clave de rendimiento económico y de empleos.

Citemos dos industrias culturales de bandera. Una clásica, la otra de vanguardia. La industria editorial española factura más de 2.000 millones de euros en cada ejercicio, de ellos más de 1.000 millones dedicados a la exportación, aunque aún lejos de los más de 3.000 millones que sumaba hace una década. Con todo, cada día se editan en España más de un millón de libros, y las más de 800 editoras nacionales cuentan con 170 filiales en el extranjero, copando, por ejemplo, más del 40% del mercado latinoamericano. Somos una gran potencia en el mundo del libro.

Como lo somos también en un ámbito bien distinto, el de los creadores de videojuegos. Esta nueva forma de expresión cultural interactiva movió más de 1.300 millones de euros el año 2017, superando a la industria del cine (597 millones) y de la música (232 millones), y empleando directamente a unas 8.000 personas. Las creaciones españolas se encuentran en los primeros puestos de los rankings de aceptación, de galardones y de ventas a nivel internacional, si bien son distribuidas aún en su mayoría por empresas estadounidenses o japonesas.

Los grandes nombres de la literatura, la música, el cine, el teatro, la danza y la pintura españoles son objeto cotidiano de grandes reconocimientos en el mundo. Sin embargo, las industrias que soportan estas actividades en nuestro país presentan una debilidad muy significativa, si se comparan con las presentes en otros países de nuestro entorno geográfico, económico y cultural.

Por otra parte, la lengua española constituye un factor estratégico para incorporar valor a cada una de nuestras creaciones culturales, posibilitando su difusión y su gestión comercial en un universo de más de 400 millones de hispanohablantes con presencia en todos los continentes, y con una incidencia garantizada tanto en la potencia norteamericana como en la emergente América Latina.

CULTURA COMPARADA

Otros países de nuestro entorno ya han reconocido a la cultura como un motor económico de gran rendimiento. Francia y Gran Bretaña, por citar dos modelos aparentemente divergentes, han probado que las inversiones estratégicas en el sector cultural –generalmente públicas en el primer caso, mayoritariamente privadas en el segundo- proporcionan retornos muy apreciables en términos de actividad económica y puestos de trabajo de calidad.

La inversión cultural en España es mayoritariamente pública y se sitúa aún muy por debajo de la referencia francesa y británica: algo más del 0,5% del PIB, si sumamos el gasto de todas las administraciones. Hay margen para una apuesta más valiente. Porque se trataría además de una apuesta inteligente y oportuna.

La innegable potencialidad de nuestra cultura como factor de dinamización económica contrasta con el subdesarrollo evidente de su estructura empresarial, en comparación con algunas de las potencias culturales de nuestro entorno.

Con algunas excepciones muy meritorias, como la industria editorial, al entramado empresarial de la cultura española le falta envergadura, capacidad financiera, vocación internacional e, incluso, formación adecuada en materia de gestión y comercialización. En demasiados casos, las producciones culturales nacen al calor de una iniciativa personal, se montan alimentadas básicamente con subvenciones públicas, y se desmontan una vez concluida la obra, con mayor o menor éxito, y sin ánimo de continuidad para las estructuras generadas.

Los retos son tan mayúsculos y heterogéneos como la cultura misma. El cine debe apoyarse en la genialidad de nuestros creadores para generar

dinámicas empresariales que vayan más allá del proyecto único “de autor”, hiper-dependiente de la ayuda pública.

La música debe reinventar sus canales de distribución conforme a las nuevas tecnologías y los nuevos hábitos de consumo, para que tras las discográficas no acaben sucumbiendo los propios artistas.

Los muñidores del renacer en las artes escénicas han de dedicar parte de su creatividad para aprender a sustituir los recursos que por un tiempo no llegarán de los Ayuntamientos y las Comunidades.

Las editoriales habrán de adelantarse a la generalización de los e-books si no quieren perecer atropellados, como les ocurrió a los empresarios del disco y el vídeo.

El mundo audiovisual se enfrenta al riesgo de morir de éxito, si no recupera pronto el equilibrio entre la creación cultural y la pura mercadotecnia para el consumo rápido y el negocio redondo.

Tenemos pendiente la creación de la Red de Museos de España, para incorporar las nuevas demandas, los nuevos lenguajes y las nuevas técnicas al esquema más que centenario de la contemplación pasiva en la exposición.

Hemos de actualizar la ley de patrimonio histórico español, aprobada hace 25 años, a fin de afrontar cómo conservar, administrar y difundir los tesoros comunes conforme a las conceptualizaciones más actualizadas.

Hemos de culminar la reforma de una ley de propiedad intelectual, que asegure el control de su obra al creador y el retorno de su inversión al productor.

Hemos de impulsar una nueva legislación con nuevos y atractivos estímulos para el mecenazgo y el patrocinio de la creación artística y la actividad cultural.

Y hemos de articular una acción cultural exterior mejor planificada y más eficiente, aprovechando la fortaleza creciente de nuestra lengua en el mundo.

PODEMOS HACER MÁS

Podemos hacer más. Mucho más. El Presidente Sánchez y el Ministro Guirao han manifestado públicamente su compromiso con la cultura en general, con factor de desarrollo social, y con la industria cultural, como palanca estratégica para el despegue económico y la generación de empleos de calidad. Los Presupuestos Generales del Estado para 2019, sin duda, certificarán esta apuesta política e institucional.

¿Qué cabe hacer más? Tres apuntes indispensables. Primero, tomar conciencia de la oportunidad y respaldar el emprendimiento empresarial

en la cultura. Aprendamos de franceses e ingleses, pero tracemos un camino propio: impulso inversor público y consolidación mediante la inversión privada. Insisto, la cultura vende.

Segundo, atender al desafío tecnológico, a fin de que el avance de una industria no bloquee el desarrollo de otra industria. El paso de la era analógica a la era digital es inexorable. La galaxia Gutenberg se ha transformado en el universo Internet. Sin vuelta atrás. Pero hemos de lograr una relación entre cultura y tecnología basada en la cooperación para el desarrollo conjunto, superando el “parasitismo” que se padece hoy en buena medida.

El discurso sobre la amenaza a los derechos de propiedad intelectual y a la creación cultural en Internet resulta impopular en algunos ambientes. Pero responde a la realidad misma. O logramos el desarrollo de modelos de negocio viables para los contenidos culturales en la red, o lo pagaremos todos: la cultura, la red, y también nuestra economía y nuestro empleo.

Y tercero, si la creación cultural española disfruta ya de una apreciable y exitosa vocación internacional, promovamos también la internacionalización de su industria como vector estratégico de la acción cultural exterior del Estado.

Puede que en un tiempo pasado cultura e industria se consideraran términos y realidades antitéticas. Hoy, sin embargo, en España hemos de considerarlos como un binomio firmemente asociado a la oportunidad. ■