

Reportaje: El boom cultural en Colombia: ¿una historia con final feliz?

María Paula Barrios Chaparro

Universidad del Rosario

Facultad de Ciencias Humanas

Maestría en Periodismo

Bogotá D.C

Junio de 2018

## **El boom cultural en Colombia: ¿una historia con final feliz?**

A mediados de mayo pasado, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reveló las cifras sobre crecimiento de la economía en el primer trimestre de 2018. La noticia podría no implicar mayor cosa si no incluyera un dato que dejó perplejos a muchos: uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional no era ni la minería, ni la agricultura, ni la construcción.

En los primeros lugares del ranking por mayor crecimiento estaba un nuevo sector de las cuentas nacionales conocido como “Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación”, que creció en el primer trimestre a una tasa de 4%, apenas superada por la banca, la administración pública y las actividades profesionales, científicas y técnicas.

La noticia parece poner sobre la mesa una nueva realidad, que puede resultar clave para entender lo que le ha pasado al país en los últimos 20 años y lo que le debería seguir pasando en las próximas décadas: todo indica que se está dando ahora mismo una gran revolución de la cultura y las expresiones artísticas en el país y que ello ha empezado ya a manifestarse en las cifras económicas. Los datos saltan a la vista por todos lados.

El año pasado fue récord en Colombia en materia de espectadores que visitaron las salas de cine. En total, fueron 62 millones de personas yendo a ver películas durante el 2017, a un ritmo de 171.000 espectadores por día. Ese mismo año se estrenaron 44 películas colombianas, otra cifra récord que muestra que en el país se está haciendo cine a un ritmo superior al de otras épocas.

Si por el lado del séptimo arte llueve, por el de las artes escénicas no escampa. De 2012 a 2016 se han realizado un total de 2.573 espectáculos de este tipo; de esta cifra, 84% corresponden a la música, 10% a danza, 5% a teatro y 1% a circo sin animales. Según el Dane, la demanda total de cultura en el país durante el 2016 fue de \$12,5 billones. Al país ya vinieron, parte de los más grandes artistas del pop contemporáneo: Rolling Stones, Paul McCartney, Bruno Mars, Madonna, Coldplay, entre otros.

Este parece ser un fenómeno mundial. Según un estudio realizado por la firma Ernst & Young, las Industrias Culturales y Creativas (ICC) generan unos ingresos de 2.250 billones de dólares y 29,5 millones de empleos en todo el mundo. Los ingresos generados por esta industria superan a los del sector de las telecomunicaciones (1.570 billones de dólares a nivel mundial) y sobrepasan el PIB de la India (1.900 billones de dólares).

Las ICC dan empleo al 1% de la población activa mundial y los tres sectores que generan más empleo son las artes visuales (6,73 millones), los libros (3,67 millones) y la música (3,98 millones).

En Colombia, según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNTACD), las ICC aportan 3,3% al PIB Nacional y el 5,8% de empleos.

Por todo lo anterior, vale la pena preguntarse ¿cuáles son las implicaciones de este fenómeno tanto en Colombia como en el mundo? ¿Por qué este auge de la producción artística y cultural? ¿Cuáles son sus causas?

### **¿Todo bien, todo bien?**

Unas de las principales razones es, para sorpresa de varios escépticos, que el mundo es hoy un mejor lugar para todos. Muchos podrían discutir esto, más aún, viendo los tiempos en que vivimos, pero las cifras nunca mienten y así lo presenta el historiador holandés Rutger Bregman, autor del best-seller “Utopía para realistas”. En esa obra, el autor afirma que hoy en día las condiciones de vida son para la mayor parte de la población del mundo, mucho mejores que antes.

Por ejemplo, la economía mundial actual es 250 veces más grande que la que se vivió durante la revolución industrial. En el mundo la esperanza de vida pasó de los 64 años, en 1990, a los 70 años para 2012. Mientras que la mortalidad infantil se redujo 41% y las muertes de mujeres en partos se redujo a la mitad.

Esto ha sido posible, entre otras cosas, por la revolución del agua: entre 1990 y el 2012 más de 2.100 millones de personas obtuvieron acceso al agua potable. El acceso a la salud y los avances científicos han permitido disminuir muertes, por cuenta de la vacunación en contra de enfermedades como el sarampión o la tuberculosis. Mientras que en 1820, 94% de la población mundial vivía en pobreza extrema, hoy en día esa cifra se sitúa por debajo del 10%.

En este proceso de mejoramiento de las condiciones de vida para la humanidad, la tecnología y el internet juegan un papel muy relevante. En el caso de los teléfonos móviles, para 2013, 6.000 millones de personas en el mundo ya contaban con uno de estos aparatos. El acceso a la información es una de las nuevas claves de la cultura: “Hoy, el africano medio con un teléfono móvil tiene acceso a más información que el presidente Clinton en la década de los noventa”, explica el autor. Entre 1994 y 2014, el número de personas con acceso a Internet en el mundo pasó de 0,4% a 40,4%. Mientras que hace treinta años debíamos pagar 300.000 dólares por un solo gigabyte de almacenamiento, hoy esto cuesta menos de 10 centavos.

¿Y todo esto que tiene que ver con un boom cultural? Paulatinamente más personas pueden destinar su tiempo a la producción o consumo de bienes y servicios distintos a los básicos. Mientras que en otros tiempos, la economía estaba basada en el intercambio de bienes como materias primas para la generación de energía o comida, hoy los sectores no tradicionales se han convertido en una fuente importante de actividad productiva. Según John Howkins, experto en industrias culturales, esta economía comprende actividades en las que los valores de los bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual. Es decir, productos

y servicios asociados a la producción de las ideas. La de ahora es una civilización basada en el conocimiento y el libre intercambio de ideas, que son ahora la materia prima de muchos aspectos de la cultura y la sociedad.

### **El caso criollo**

Colombia no podía quedarse rezagada de esta tendencia. Según una columna publicada en noviembre de 2011 por el Ministro de Salud Alejandro Gaviria titulada 'Progreso', en la que recuerda la "Misión Currie" desarrollada por el Banco Mundial en 1949 en Colombia, la cual buscaba medir el nivel de vida de los países agobiados por el subdesarrollo.

El informe de esta misión reportó que para la época la mayoría de la población colombiana vivía en la pobreza absoluta, 90% de los colombianos no había usado nunca zapatos y miles de colegios estaban cerrados por falta de dinero. Además, las familias vivían hacinadas.

Gaviria, compara en su columna, que dos generaciones después las condiciones de los colombianos han cambiado radicalmente. Por ejemplo, la educación básica y la atención en salud prácticamente se volvieron universales; hace 40 años un litro de leche costaba el 9% del salario mínimo semanal, hoy equivale al 2%. Hace años, las mujeres debían hacer fila en el centro de Bogotá para llenar sus galones de cocinol, hoy la mayoría de los hogares de la capital tienen gas domiciliario.

En cuestiones de salud, educación y mortalidad, la más reciente Encuesta Nacional de Demografía y Salud del Dane, muestra que la mortalidad ha descendido. En acceso a la información, para el 2017, cerca de 15 millones de personas tienen conexión a internet y 12,6 millones tienen internet móvil. A esto se le suma que por primera vez en la historia, la clase media de Colombia es mayoritaria frente a la clase pobre. Desde esta perspectiva, este país se convirtió en una nación de ingreso medio. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) en 2003 Colombia tenía un PIB per cápita de 2.260 dólares, diez años después se disparó a 8.000 dólares. Por cuenta de la crisis petrolera cayó a 5.740 dólares pero se espera que esta cifra suba este año a 6.580 dólares y se siga recuperando en los próximos años.

La mezcla del cambio tecnológico y económico ayudó no solo a una gran transformación social, sino, derivado de ello, a crear condiciones específicas para que se consolidaran cambios en muchas industrias y actividades.

Visto este panorama, lo que explica el boom cultural en nuestro país, es lo que pocos creen: Colombia ha venido mejorando con el paso de los años y esto abre campo a nuevas actividades y significa cambios en los hábitos de consumo de la ciudadanía. La música, el cine y, en general, el arte y los productos culturales, entraron a la canasta de consumo de los colombianos y a la oferta productiva del país.

## **Nuestras industrias culturales**

Colombia cuenta con una larga tradición de creadores exitosos en distintos sectores que han sido premiados nacional e internacionalmente. Por ejemplo: el premio Nobel de Literatura que ganó en 1982 Gabriel García Márquez, el reconocimiento mundial a las esculturas de Fernando Botero, el Premio Internacional de Literatura Aura Estrada otorgado a Vanessa Londoño, inclusive el premio Cervantes para el escritor Álvaro Mutis en 2001.

Películas como ‘La Tierra y la Sombra’ de César Acevedo, ‘El Abrazo de la Serpiente’ de Ciro Guerra, ‘Alias María’ de José Luis Rugeles, entre otras han sido nominadas y algunas galardonadas en premios internacionales. Nuestro país fue invitado de honor en el Festival Internacional de Cortometrajes Clermont-Ferrand, principal festival de cortometrajes del mundo.

La revista Billboard destaca en uno de sus artículos: “ningún país ha tenido un mayor impacto en las listas latinas de Billboard en los últimos dos años que Colombia”, por cuenta de artistas como Toto la Momposina, Bomba Estéreo, Chocquibtown, Manuel Medrano, Herencia de Timbiquí, entre otros.

Fotógrafos como Ruven Afanador, que ha publicado en varios medios prestigiosos; el diseñador Carlos Osman, quien ha trabajado con marcas como Christian Dior; el arquitecto Dan Gamboa, recientemente premiado en China, entre muchos otros son ejemplos de artistas con alto grado de reconocimiento internacional. Eso nos permite evidenciar que hace un tiempo en Colombia se está viviendo un auge en este tipo de expresiones.

¿Cómo va Colombia en este frente? ¿Podrán el cine, el arte y, en general, la cultura convertirse en un verdadero motor de desarrollo económico y transformación social?

## **Una radiografía**

Un primer hecho que nos permite evidenciar un cambio en cuestión de industrias culturales y creativas en Colombia es que hoy en día ya contamos con estadísticas del sector como la Cuenta Satélite de Cultura del DANE, las cifras del Cluster de Industrias Creativas de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) así como el Diagnóstico del Desarrollo Cultura de Colombia creado por la CCB.

Camilo Herrera, director del centro de investigaciones Raddar, afirma que en la economía colombiana el 2% del pertenece a las industrias culturales, compuesto por la moda, el diseño, publicidad, arquitectura, textiles, software, fotografía y juegos de video.

El experto explicó que estos sectores ocupan un lugar importante en la economía colombiana: “la pregunta es que tanto producimos en esos 3 escenarios. El 2 % de la economía colombiana son industrias culturales, el 5 % de la economía colombiana son industrias creativas y cerca del 11% son industrias del

entretenimiento. Entonces comprar libros, comprar revistas, ir a cine, estas suscritos a Netflix, etc, eso es cultura. Comprar decoración para la casa, ropa, muebles y accesorios, hacen parte de las industrias creativas; si también vas a cine, restaurantes, haces turismo y te vas de rumba, tienes entretenimiento”.

Al adentrarse en esa radiografía queda en evidencia que los hábitos de consumo de las familias colombianas han cambiado. Según la encuesta más reciente de Raddar ‘Gasto de los hogares en cultura, diversión y esparcimiento’, para el mes de enero los colombianos destinaron 3,97% de sus ingresos en estos rubros. Una cifra que llegaba al 2% hace varios años. Técnicamente, este tipo de gasto se duplicó en los últimos años.

El cine, la animación, los videojuegos y la música son las industrias que más cambios han tenido en los últimos años en el país. Además, las cifras dejan en evidencia una transformación que empezó hace dos décadas, empezando por la música, que fue la punta de lanza de este giro radical.

### **Adaptándose al cambio**

La digitalización ha afectado las formas de producción, distribución y consumo de la música e incluso ha permitido la construcción de nuevos roles dentro de esta industria lo cual significó también cambios económicos.

Para Felipe Buitrago, autor del libro ‘Economía Naranja: una oportunidad infinita’, esta industria empezó a sufrir una adaptación en 1999 con la salida de plataformas como Napster. Esta tecnología permitía la transferencia de archivos digitales entre computadores. Si un usuario, por ejemplo, en Colombia tenía la música de su artista favorito en CD, podía subirla a su computador y ponerla al servicio de otro usuario en cualquier parte del mundo. Esta tecnología rompió las barreras de acceso a la música.

Antes era frecuente que se copiara la música del casete de un amigo y se pusiera a circular de manera informal. Las nuevas tecnologías dejaron atrás esas formas de comercio.

Según Buitrago, luego vinieron los sistemas de streaming, como iTunes y Spotify que cambiaron el panorama de ese negocio, pues los antiguos soportes como los acetatos y los CD -cuya venta explicaba la mayor parte del ingreso de la industria- empezaron a desaparecer, amenazando los ingresos de los artistas, productores y distribuidores. Muchos artistas encontraron que los conciertos debían convertirse en la principal fuente de ingreso. De acuerdo con el experto, “la llegada del streaming y los conciertos están dando una buena oportunidad a los artistas locales, creando una relación más profunda entre los fans y los creativos”. Ese fue el revolcón que sufrió el sector rápidamente.

### **Empujón tecnológico**

La transformación tecnológica ha sido total. La infraestructura que brinda un mayor acceso a internet ha venido fortaleciéndose en el país y ha permitido que los colombianos se comuniquen, eduquen y entretengan a través estas herramientas. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), 98% de los municipios del país están conectados a internet y 8 de cada 10 personas tienen acceso a la red.

Las cifras de la entidad también permiten evidenciar que ‘ver videos’ y ‘descargar música’ se sitúan en los primeros lugares de las actividades que realizan los usuarios en la red.

El segundo factor que permitió que la música logre tener este cambio fue la llegada de la telefonía móvil al país, servicio que permitió a los usuarios descargar aplicaciones de música. Al cerrar 2017, el número de abonados en el servicio de telefonía móvil en el país alcanzó un total 62 millones aproximadamente.

Actualmente existen cerca de 10 millones de personas en planes por suscripción y 15,1 millones en planes de internet por demanda, factor que ha permitido que el streaming de la música vaya en aumento.

Según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) el mercado de la música en 2017 creció 8,1% con unos ingresos totales de 17.300 millones de dólares. Los servicios de música por streaming crecieron un 41,1%, convirtiéndose en la mayor fuente de ingresos gracias a los 176 millones de usuarios suscritos a este servicio.

De acuerdo con un informe de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Secretaría de Cultura y Recreación, en Colombia la producción de música grabada ha perdido importancia a nivel nacional. En 2011 se vendían cerca de 2,2 millones de álbumes, para el 2015 esta cifra bajó a 1,6 millones. Por otra parte, los ingresos por música vendida a través de plataformas como iTunes, Spotify o Deezer pasó de 700 mil dólares, en 2011, a cerca de 15 millones de dólares para el 2015.

Nada de esto hubiera sido posible sin las políticas que realizó el gobierno para la llegada de los celulares al país y el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica disponible, así como el profundo cambio en el nivel de ingreso de la población colombiana.

### **La música en vivo**

Los conciertos también se han vuelto una fuente importante de ingresos para la música. El estudio de la secretaría de Cultura recalca que en Colombia el ingreso por espectáculos en vivo ha crecido especialmente por conciertos de artistas internacionales y festivales. Del 2005 al 2012 el crecimiento en total fue del 27%. Sin lugar a dudas a partir de esta transformación empezó a cambiar radicalmente no solo la industria de la música sino el perfil del consumidor.

Carlos Galindo, ingeniero de sonido, ex integrante de la banda Bogotana Pornomotora y quien ha trabajado de productor logístico de bandas como Coldplay, Radiohead y U2 explica este fenómeno. “La música tuvo ese cambio en el que la venta de discos ya no era un ítem importante en las finanzas de un grupo y eso hizo que mundialmente a los músicos les tocara hacer algo porque ya no tenían el dinero suficiente. Entonces empezaron a hacer conciertos en otros países y Latinoamérica se volvió un paso obligado para muchos artistas y es un sitio importante para venir a tocar”, explicó.

Como resultado de esta revolución, actualmente Bogotá tiene alrededor de 70 festivales de música al año; géneros como el jazz, salsa, música electrónica, rock, entre otros se han incorporado a la cultura de esta ciudad. Para la secretaría de Cultura, luego de que Bogotá fuera designada en el 2012 como Ciudad Creativa de la Música por la Unesco, la capital de Colombia se ha posicionado como un referente de buenas prácticas y a través de acciones de promoción ha logrado ser una atracción para la inversión y el turismo.

El Clúster de Música de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) realizó un informe en el que se asegura que del 2010 al 2016 el monto total pagado por asistencia a conciertos y recitales fue de 385.000 millones de pesos aproximadamente en Bogotá y de 1,03 billones de pesos en el resto del país. El 43,3% de los ingresos de la música está en Bogotá y esta industria genera alrededor de 4.600 empleos en la capital.

Las anteriores cifras dejan ver que hay un auge en la producción artística, lo que ha permitido que las bandas encuentren un público dispuesto a recibirlo e incluir en sus gastos este tipo de productos y servicios.

### **Nuevos roles en la industria musical**

Agentes musicales, promotores, técnicos de sonido, ingenieros de sonido, road managers, entre otros oficios, hacen parte del cambio de estructura y del nuevo modelo de negocio. Desde esta perspectiva, la transformación en el negocio musical implica necesariamente una reconfiguración del aparato productivo colombiano.

Por ejemplo, estos nuevos actores han aparecido en dos sectores: el digital y los espectáculos en vivo. La música digital inicia por las ya mencionadas tiendas digitales (Spotify, iTunes, Deezer etc.), dentro de este cambio entran los agregadores digitales, lo cuales se encargan de vender la música a las plataformas de streaming y tiendas digitales online.

De otra parte, los sellos discográficos ahora también trabajan en la web y son conocidos como ‘Netlabels’, en donde los artistas promocionan y visibilizan su trabajo dentro de la red, cediendo gratis su música a los usuarios. Estos artistas se financian a través de festivales y conciertos.

El marketing digital y la producción de videos musicales se han vuelto una parte importante para los artistas de esta industria, con la apertura de la promoción online.

Con los espectáculos en vivo creció la demanda de ingenieros de sonido, técnicos en luces, montajistas, productores logísticos, incluso, los escenógrafos y bailarines se han vuelto una parte importante para las presentaciones en vivo.

Los promotores musicales, tour manager, stage manager, booking, abogados especialistas en espectáculos, entre otros hacen parte del equipo de trabajo que están detrás de los artistas trabajando para lograr una buena gira musical. Todo esto implica la creación de un tejido empresarial que hace unas décadas no se vislumbraba en el mundo económico colombiano.

### **El cine, una industria en constante evolución.**

La música no es la única industria que ha evolucionado y ha permitido la creación de nuevos roles. El cine también ha vivido una transformación paulatina con el paso de los años y eso significa nuevas opciones empresariales.

Para Julián Correa, gestor cultural y ex director de la Cinemateca Distrital de Bogotá, uno de los factores que cambiaron la industria cinematográfica fue la evolución tecnológica: “la democratización hace que puedas tener una cámara en tu bolsillo y una sala de edición en tu maleta. Entonces ya no tienes que quemar una película en 35mm y esperar que regrese de Nueva York a ver si funcionó o no y eso cambia las cosas”.

Nuevos roles se han desarrollado dentro de la producción cinematográfica: expertos en efectos especiales, operadores de drones, promotores y servicios de venta y alquiler de equipos profesionales han permitido un mercado más amplio y la generación de nuevos empleos.

Andrea Afanador, directora del Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC), asegura: “realmente en el sector audiovisual se han generado otros cargos y puestos de trabajo que tal vez en el cine de otros países ya existían pero debido a un tema económico no se daba, no había como tal división del trabajo si no que una misma persona realizaba varias cosas para poder sacar adelante los proyectos”.

Para Afanador el hecho que hoy en día exista un acceso a la educación en nuestro país para este tipo de industria ha ayudado en el cambio de este panorama. Ya que hace algún tiempo las personas que trabajaban en cine se formaban empíricamente o se iban a estudiar a otro país.

La llegada de la tecnología también permitió implementar nuevas formas de distribución, ofreciendo al público una otras maneras de acceder a los contenidos audiovisuales. El economista Felipe Buitrago afirma que en los últimos años la

televisión ha tenido que competir con plataformas como Netflix, YouTube, Vimeo, etc. “Lo que ha pasado con esta industria es que los canales de contenido se separaron de la industria de la televisión, hace tiempo tenían una concordancia del 90%, hoy en día esto puede estar en un 30%”.

Esto, según Buitrago, ha conllevado a que la industria audiovisual se vuelva más fuerte y se diversifique. Ya no está centrada, como antes, en una sola actividad que era la televisión. Por el contrario, todas las actividades se fortalecen, lo que muestra que hay público con capacidad de pago para cada canal. Cabe recordar cómo hace algunos años, ante la inminente competencia de las nuevas plataformas, muchos aseguraron que la industria del cine colapsaría. Eso está lejos de pasar: en 2017 y por tercer año consecutivo, la taquilla mundial de Cine marcó un nuevo récord de US\$40.600 millones, explicado por el boom de cine en las economías emergentes y en China. Eso significa claramente que en materia de entretenimiento y cultura, hay públicos para todo.

Para que fuera posible un cambio en el rol y en la industria audiovisual colombiana, el Estado ha jugado un papel importante en todo esto. Primero con la promulgación de la Ley 814 de 2003, más conocida como la Ley del Cine. Esa norma buscaba impulsar la producción nacional audiovisual otorgando beneficios tributarios a las empresas que donen o inviertan en proyectos audiovisuales. Con esa misma Ley nació el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), la cual financia proyectos audiovisuales con los dineros recaudados de las contribuciones parafiscales de empresas del mismo sector.

De otra parte, en 2012 fue sancionada la ley 1556, Ley Filmación Colombia, la cual promueve la actividad fílmica en nuestro territorio mostrando a Colombia como un escenario para grabar películas a través de la contraprestación: un 40% a los gastos de servicios cinematográficos y un 20% en gastos de hotel, transporte, alimentación, etc. Estos incentivos se otorgan a las productoras que inviertan 1.800 salarios mínimos, es decir cerca de 1.400 millones de pesos.

Para Julián Correa, ex director de la Cinemateca Distrital, estas nuevas leyes propiciaron una revolución generacional y que la gente entendiera que las artes no son un espacio para gente desubicada, que no puede hacer nada mejor, sino que son una herramienta fundamental en la transformación social. En consecuencia, la industria se profesionalizó.

La creación de estos incentivos ayudó a que Colombia empezará a producir mucho más. Antes de la llegada de la Ley del Cine del 2003, en el país se producían un promedio de 3,1 películas por año, según cifras del Ministerio de Cultura entre 2010 y 2017 se estrenaron 196 largometrajes, lo que equivale al 68% del total de la producción en los últimos 22 años.

Además, a partir de esta ley entre Estímulos Tributarios y los Estímulos que otorga el FDC se han apoyado 3.156 proyectos cinematográficos. Así mismo, desde la Ley Filmación Colombia entre 2013 y 2017 se han rodado 27 películas extranjeras en el país de las que han participado artistas como Will Smith, Tom Cruise y Nicolas Cage, entre otros.

### **Una industria de las ideas**

Sin embargo, lo importante del auge de la industria cultura y creativa en Colombia no es solamente que grandes productoras y artistas vengan al país. Otro componente importante en toda la evolución que ha tenido este fenómeno, es que el país también se está mostrando como un lugar donde se hacen buenos contenidos.

Un estudio realizado por la Fundación Atresmedia titulado 'Empleos del futuro en el sector Audiovisual' destaca que la creación de contenidos se encuentra dentro del top 10 de las profesiones que generarán más empleo del que generan actualmente.

Así lo ve Juan Andrés Lozano, director de ventas publicitarias para Colombia Panamá y Centroamérica de la multinacional Turner, quien explica que en general el negocio multimedia está virando hacia la producción de contenido propio. "Todos los derechos quedan nuestros, yo hago una película y la puedo pasar donde yo quiera y las veces que quiera. Si producimos bien, lo que termina pasando es que podemos vender esa película a la televisión abierta de India, Turquía y otros países. Nosotros empezamos a trabajar en producción propia y cambiamos el modelo. Hoy 20% de nuestro contenido es producción propia, no llega a ser el 100% porque producir bien cuesta mucho. Pero el dueño del contenido es el que define cómo se maneja y se distribuye".

Lo que deberíamos preguntarnos entonces es si Colombia es capaz de crear buenos contenidos audiovisuales. Sobre esto hay muy buenas evidencias.

Los festivales y espacios para visibilizar trabajos audiovisuales han dado una ventana de posibilidades para nuevos artistas. Según cifras de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, en 2016 se registraron ante la Dirección 77 festivales de cine, cubriendo 19 departamentos y 25 municipios de Colombia. Bogotá encabezando la lista, seguido de Antioquia y el Valle del Cauca.

Espacios como 'Ojo Al Sancocho', 'Bogoshorts Festival', Bogotá Audiovisual Market (BAM), 'Festival de Cine Verde de Barichara', 'Festival de Cine Internacional de Cali' han mostrado nuevos artistas. Smartfilms, el festival de cortometrajes hecho con celulares es uno de estos espacios que ya tiene trascendencia internacional y que en 2018 va a tener al director Oliver Stone entre sus invitados.

Colombia ha empezado a ser reconocido internacionalmente por sus producciones, actualmente se está grabando la tercera serie que produce el país para Netflix, mientras que en esta plataforma se encuentran más de 30 títulos entre películas y novelas producidas en Colombia. Una lista larga de telenovelas colombianas han sido exitosas, inclusive en países de África y Oceanía. Además, Señal Colombia, el canal público del país, en su 'Mercado de Coproducción' ha apoyado la producción de 139 proyectos con productores nacionales e internacionales. En este frente, el auge de las industrias creativas también queda en evidencia.

### **Un gigante que despierta**

Los videojuegos y la animación digital son un ejemplo de que la industria puede avanzar y generar mayores aportes a la economía del país.

El economista Felipe Buitrago asegura que este sector se está posicionando mucho “a pesar de que desde el punto de vista económico se ve pequeño, se está construyendo algo poderoso, la animación crece más rápido y es más flexible”.

La evolución de la animación digital en nuestro país se remonta a los años 70, cuando Nelson Ramírez abrió su productora en la que realizó recordados comerciales como el de 'Magicolor' o 'Con mis Gudiz soy feliz', e incluso años después llegó a hacer la introducción animada de la novela 'Escalona'. Otro referente de esta misma época fue Fernando Laverde que realizó el cortometraje 'El país de Bellaflor' una animación con crítica política.

A partir de esta época se abrió espacio para nuevos artistas como Ernesto Díaz, quien en 1997 hizo el recordado comercial animado con el Granito de café de Águila Roja.

En los años 90 y con el surgimiento de nuevos software y hardware las técnicas empezaron a mejorar, en 1996 se creó 'El siguiente programa', fueron 113 capítulos en donde Martín de Francisco y Santiago Moure realizaban críticas a los famosos. Otra serie recordada fue en el 2001 'Bettytoons', vendida a Cartoon Network, fue un proyecto que empleó cerca de 70 personas.

Para Andrea Afanador, directora del FDC, la animación aún es un tema muy reciente en Colombia. “Se han estrenado cerca de nueve películas hechas en Colombia en toda la historia, es una industria que aunque ha crecido es incipiente aún. Estamos en ese camino. El tema de la animación en el país ha crecido más que todo en la producción de series de TV infantiles, hay un avance en videojuegos usando animación pero es un trabajo que requiere de muchas manos, mucha paciencia y cierta cantidad de personas”.

Proimagenes asegura que del 2011 al 2013 se realizaron cerca de diez series animadas, cuatro largometrajes y docenas de cortometrajes. Esos mismos años, Señal Colombia, el canal público del país, invirtió 6,5 millones de dólares para la

producción de contenidos animados, en coproducción de empresas colombianas y extranjeras.

Es evidente que para el desarrollo de esta industria, y al igual que en el cine, el papel del Estado con el apoyo a emprendimientos y la inversión en infraestructura adecuada ha permitido un dinamismo importante.

En esta historia, la tercerización juega un papel clave, ya que países que tienen altos costos de producción han optado por mirar nuevos horizontes, permitiendo que países como el nuestro empiece a crear contenido y se den a conocer en esta industria.

De acuerdo con el Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el 2014 el sector de la animación fue responsable del 7,9% de los ingresos generados por la tercerización del conocimiento de procesos de negocios.

Ese mismo año, la animación digital, los videojuegos y la edición registraron ventas por 175.000 millones de pesos. El Ministerio TIC asegura que la animación participa del 15% de la industria nacional de contenidos digitales.

Felipe Morell director de la productora Digitzfilm y quien ha trabajado en Warner Brothers, Disney, DreamWorks, entre otras productoras, cuenta su experiencia de trabajar en esta industria. “Hacer animación es difícil, sea en Colombia o en cualquier parte del mundo, pero especialmente este sector es más costoso que cualquier otro trabajo audiovisual. También desde hace una década, más o menos, se ha democratizado el uso de software y hardware, antes era más difícil para los países menos desarrollados conseguir los equipos necesarios pero hoy en día ya se pueden adquirir en cualquier parte”.

En cuanto a los avances de esta industria en Colombia, Morell asegura: “Cuando volví de Estados Unidos me parecía difícil conseguir gente que estuviera capacitada para trabajar en los temas de animación, hoy en día uno ya encuentra más gente y eso ha desarrollado un poco más la industria. Ha habido apoyos para hacer animación y esto ha generado más empleos”.

Aunque es una industria que como varios han afirmado “está en crecimiento”, la apertura de programas de educación ha permitido que existan profesionales que puedan ofrecer sus servicios en proyectos nacionales como internacionales.

“Actualmente contamos con 37 laboratorios en todo el país, abiertos al público, para el desarrollo de contenidos digitales y desde el sector público, donde se han capacitado más de 30 mil personas”, aseguró el Ministerio TIC en respuesta a un cuestionario enviado por email.

## **Los videojuegos**

No solo la industria de la animación para el cine o la televisión se incluye en estas nuevas formas de desarrollo de contenido. Los videojuegos también están recibiendo apoyo, comenzando desde una formación profesional. Entidades como la Universidad de los Andes, la Universidad Nacional de Colombia, la Javeriana, La Salle College, Konrad Lorenz, entre otras, ya cubren la demanda de este campo.

Según 'El Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos' en el 2015 los videojuegos generaron ventas por 91.800 millones de dólares, cifra que superó dos veces y medio la dimensión del mercado del cine, 28.200 millones de dólares, y de la música ,15.000 millones de dólares para el 2014.

Además, aseguran que el mercado global de los videojuegos aumentará con una tasa anual del 6,6%, inclusive podría llegar a los 118.600 millones de dólares para el 2019. A pesar que la participación de Latinoamérica es el 4% de los ingresos a nivel mundial, en el 2016 Colombia generó ingresos por 792 mil millones de pesos, convirtiéndose en el cuarto país dentro de la región que más ingresos generó en esta industria, según el estudio 'Mercado Global de Videojuegos' realizado por la consultora holandesa Newzoo.

Colombia Bright IT on, una de las iniciativas del gobierno para apoyar este tipo de proyectos, reveló en un estudio realizado con ayuda de datos de la Asociación Internacional de Desarrolladores de videojuegos (IGDA), que en el país para el año 2017 existían 40 empresas y grupos especializados en este campo. Este año la cifra subió a 50, lo que incluye a organizaciones que ofrecen servicios para aplicaciones, animación, realidad virtual, etc.

Una empresa de videojuegos emplea entre 6 y 18 personas y en los casos de éxito que podemos ver en esta industria es la aplicación que desarrolló la productora Cocrilto Dog, la cual fue contactada por Disney para desarrollar el videojuego de la película Moana, llamada 'Moana: Rhythm Run'.

También la empresa Brainz, una de las más reconocidas en Latinoamérica, creada por los colombianos por Alejandro González y Alejandro Nieto lanzaron el videojuego 'World War Doh' que ha llegado a más de 160 países y ha sido traducido a 15 idiomas.

Según el Ministerio TIC, desde el 2012 se han entregado más de 14 mil millones de pesos en estímulos y se continúa haciendo esfuerzos para llevar esta industria a mercados internacionales.

### **Los retos pendientes**

Es indudable que Colombia está viviendo un boom en sus industrias culturales y creativas, pero faltan muchos retos a nivel general y en cada uno de los segmentos para que sean más fuertes y aporten mucho más a la economía del país.

Uno de los primeros retos según el economista Felipe Buitrago es el cambio de mentalidad. “La gente todavía persiste en una visión vieja de la cultura y se les olvida que hasta el siglo XIX la cultura y las artes eran una parte común y corriente de la economía”.

Además, continúa Buitrago, “tenemos el talento para crear una industria más articulada entre los saberes tradicionales, el patrimonio artístico -el material e inmaterial-, las habilidades de personas como por ejemplo en el Pacífico con el baile y la música; las tendencias en Bogotá alrededor del diseño, entre otras. Tenemos la materia prima y sería poco inteligente no aprovecharla, no articularla con los fondos de emprendimiento, con la apertura de canales internacionales y con la conectividad a internet para que ese talento se pueda transformar en una fuente de ingresos y de oportunidades laborales para nuestros jóvenes”.

Parte del proceso que busca Buitrago para el desarrollo de esta industria es con la ‘Ley Naranja’, norma que fue aprobada en abril de 2017 con el objetivo de incentivar y proteger las industrias culturales y creativas en el país, aunque aún no ha sido reglamentada.

Buitrago explica la norma: “La ley es un punto de llegada y un punto de partida, es donde llegan muchas cosas que se venían haciendo para que se junten y se articulen con el resto de los temas culturales que se venían haciendo. Por ejemplo en patrimonio, promoción de cine, formación artística, rescate de saberes tradicionales y atraer inversiones al sector. Lo que busca la Ley Naranja es facilitar el diálogo entre quienes quieran tenerlo, habilitar el trabajo en la promoción de la cultura colombiana. Con esto los funcionarios quedan habilitados para usar la cultura como un mecanismo de promoción y desarrollo y es algo que antes no existía”.

Por otro lado, para Camilo Herrera, director de Raddar, hay varios factores que deben cambiar en cuanto a la estructura que tienen algunas industrias. Lo primero es la informalidad que existe en el sector cultural. “Si la mitad de la economía colombiana es informal, en cultura puede ser el 80%. Por ejemplo, Caracol, RCN y Fox son empresas que producen pero le pagan a sus actores por prestación de servicios”.

Para Herrera el entretenimiento y mucho de lo que se llama economía naranja fluye a lo digital y para él, esto tiene costos marginales que tienden a cero. “La gente ve Netflix o YouTube 3 horas al día y casi no paga por esto. Cuando utilizan cualquiera de los sistemas de streaming, la TV abierta de Colombia, la radio o cualquier otro medio en que no se paga casi: hay un consumo cultural, pero no hay un gasto de cultura y esto afecta la industria”, señaló.

Sin embargo Herrera afirmó que para que las industrias sigan creciendo se deben producir contenidos que los colombianos estén dispuestos a consumir y esto hará que se vendan mucho más. “La cultura debe ser relevante para el interés general.

Hay piezas de cultura que son muy relevantes, la moda, decoración, música, tv, cine son completamente relevantes y no en función de alta calidad si no en una función de entretenimiento, de estética y satisfacción de necesidades, con un mejor contenido esto puede mejorar”.

Más incentivos, mayor acceso a la educación, formación de público para el apoyo de productos nacionales, mejores condiciones laborales son algunos de los retos que enfrentan todavía las industrias culturales y creativas.

Lo que sí queda claro es que las posibilidades son enormes y este tipo de industrias van a ir ganando participación en el producto de los países. El Foro Económico Mundial realizó un informe titulado ‘El futuro de los empleos’ en los que hizo una lista de las 10 habilidades principales que serán más deseadas por las empresas en el 2020, la creatividad ocupa el tercer lugar. El estudio describe que los empleadores buscarán personas con capacidades de aportar ideas creativas para resolver algún problema.

El gran desafío del país no es solo ofrecer beneficios tributarios, si no crear un contenido creativo y de alta calidad. ¿Será capaz el país de consolidar la tendencia que tienen el arte y la cultura, para que Colombia se destaque en un futuro próximo como una economía de la creatividad? Esa debe ser una historia con final feliz.