

El color de un sector

Escrito por Cedric David

Sábado, 18 de Enero de 2020 08:54 - Última actualización Sábado, 18 de Enero de 2020 09:03



Mucho se ha comentado sobre la llamada 'Economía Naranja'. Como siempre, es muy fácil criticar, y más difícil buscar objetividad. Primero que todo, este término ya existía antes de que unos políticos se lo quieran apropiar, así que: por un lado, no se les puede culpar de etiquetar un sector de esta manera, y por el otro, este gobierno no puede pretender tener la autoría sobre el concepto y uso de la mencionada expresión.

La verdad es que visibilizar, valorar y promover las personas y empresas dedicadas a la creación, el desarrollo, la profesionalización, la comercialización y la exportación de la producción artística y cultural, es un paso importante y pertinente por parte del gobierno actual que hay que agradecer, sabiendo el éxito y el gran potencial del país en este campo.

En todo caso, sería más consensual y más honesto hablar de la Economía Naranja Cultural y Creativa, evitando así chocar con un sector ya existente antes, denominado 'Industrias Creativas', que de repente desaparece de las nomenclaturas y de la semántica económica, para quedar englobado en un color equis.

El problema radica más bien en el manejo que se le da, en la amalgama de contenidos, los discursos y anuncios contradictorios, la efectividad del dinero invertido en eventos 'naranjas' y la sensación que todo esto sirve más que todo como una propaganda, tanto dentro del país como en el exterior, en vez de tratarse realmente de una política visionaria con inversiones y decisiones sensatas que, como para dar solo tres ejemplos concretos, significaría:

El color de un sector

Escrito por Cedric David

Sábado, 18 de Enero de 2020 08:54 - Última actualización Sábado, 18 de Enero de 2020 09:03

-Fomentar el desarrollo de una red de salas de conciertos, de tamaño mediano, en ciudades de todo el país, permitiendo así la realización de giras nacionales con lo que esto implica en términos de actividad e impacto económico local

-Entender la temporalidad de las actividades e incentivar la formalización de los oficios del sector, inspirándose en el estatus de los intermitentes del espectáculo, en Francia

-Respaldar la sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas de la cultura , conocidas como Mipymes, elemento esencial en esta cadena de valor creativa y productiva.

Es fundamental entender que no todo se resume a un coliseo capitalino arreglado en una 'Arena' con branding de marca, para traer artistas mainstream, hacer conciertos masivos, ni tampoco hacerle caso solamente a empresarios del business music, olvidándose de artistas, productores, técnicos, públicos quienes representan el tejido real de una creación genuina, de una generación de economía y de un consumo interno.

Ojala se pueda corregir el rumbo. Mejor construir que destruir. Aún estamos a tiempo. La cultura no puede ser entregada únicamente a negociantes y negocios con la expectativa de poder presentar cifras de productividad, facturación y tributación. El valor y la calidad de la creación artística no pueden limitarse a revisar cifras de vistas en internet.

El sur también existe

La cultura, el arte como la educación requieren otros mecanismos, otras mediciones, y para eso, se deben involucrar y escuchar a las profesionales con trayectoria trascendental e internacional, legitimidad y resultados comprobados, organizaciones con verdadera representatividad cultural y creativa, emprendedores a la vez exitosos pero también apasionados, entregados, altruistas y humanistas, conscientes de nuestro deber de proteger la abundante creación, el talento, la variedad y autenticidad de poblaciones andinas, vallunas, indígenas, costeñas e insulares, que enriquecen y destacan a Colombia en el ámbito mundial.

La oportunidad es inmensa pero también está el riesgo de acabar con la 'gallina de los huevos

El color de un sector

Escrito por Cedric David

Sábado, 18 de Enero de 2020 08:54 - Última actualización Sábado, 18 de Enero de 2020 09:03

de oro’.

Hablando en concreto, el sector de la música no se resume al fenómeno actual de las ‘músicas urbanas’ con sus ilimitadas fuentes de financiación, el uso de tecnologías y estrategias para subir estadísticas de forma exponencial, su preocupante estigmatización de la mujer como objeto sexual con, muchas veces, lamentables letras e imágenes, justo en época trascendental de la lucha por la equidad de género, una estética con frecuentes referencias superficiales a la cultura machista y ‘traqueta’, que tanto ha dañado la imagen de Colombia en el mundo.

Si bien el país, y en particular Medellín, se destacan ahora como un hub de producción de músicas urbanas, con impresionantes resultados, un indiscutible dominio del negocio y la consecuente atracción de la inversión extranjera; Colombia no puede olvidarse de lo que la define culturalmente para caer en la uniformidad productiva, la ‘robotización’ de los gustos, la trampa de volverse una maquila para satisfacer las estrategias e intereses mercantiles del occidente y del Norte... cuando justamente todos miran hacia el Sur como un nuevo aire creativo.

Como no tener en cuenta que si la nueva ola musical de Colombia lleva dos décadas, es justamente gracias a la riqueza y a la diversidad de sus creaciones, de sus géneros e instrumentos, sea considerando la herencia de su tradición, o bien sea la creatividad de un moderno mestizaje sonoro e instrumental, responsables de generar tanto interés de parte de productores, programadores, periodistas y melómanos en todo el planeta.

Nuestro deber común es proteger el patrimonio nacional inmaterial así como asegurar que la exportación y monetización de nuestra música esté en manos de los que la crean y la desarrollan desde sus empresas colombianas, cualquier sea su tamaño, favoreciendo el desarrollo y el crecimiento de las mismas.

Como ya se ha dicho de manera pública y en las redes, pueden ponerle el color que quieren a lo que hacemos; si de algo sirve ¿por qué no? Lo que nos importa es lo que hay detrás y lo que viene.

Incluso, bajo esa moda de la ‘colorización’ económica, se debería con urgencia, en paralelo de la producción cultural y creativa con la cual existen interesantes y comprobadas

El color de un sector

Escrito por Cedric David

Sábado, 18 de Enero de 2020 08:54 - Última actualización Sábado, 18 de Enero de 2020 09:03

sinergias, desarrollar acciones pertinentes usando entonces otros colores temáticos, llamándolos por ejemplo y por lógica: Economía Verde Ambiental y Ecológica o Economía Azul de Mares y Ríos”, asuntos de extrema urgencia para salvar el planeta y darle un futuro a las próximas generaciones .

Así las cosas, verán que la fuerza productiva de la ciudad, de las costas, de las islas y del campo, se unirán con los artistas, los estudiantes, y muchos otros paisanos poniendo su creatividad y talento para hacer de Colombia, entonces, un referente multicolor en Latinoamérica en vez de gastar su energía para expresar una creciente y legítima preocupación a través de cacerolazos y marchas, por un mundo que, Si o Si, debe cambiar.

Cultura y Naturaleza, Arte y Medio Ambiente son los desafíos de la Colombia de hoy y la esperanza de una mejor mañana.

¡Que viva la música!

*Presidente asociación de managers y agentes musicales de Latín América.

Productor, gestor, y promotor dedicado a la música independiente, talentosa y diversa.