

Empieza a resultar empalagoso escuchar reiteradamente el estúpido papel que la cultura ha jugado en hacernos más llevadero el confinamiento. No dudo de la buena fe de quienes lo afirman, pero rezuma una visión sesgada del rol que la cultura juega en una sociedad plural, abierta y democrática. Sigue muy presente esa idea de que las artes y la cultura están para entretenernos y, si acaso, para transmitirnos belleza y emocionarnos. Son la guinda del pastel. Y poco importa de dónde venga, si de una plataforma multinacional del audiovisual, del artista de moda o de una compañía local.

La cultura juega y debe jugar un rol mucho más relevante. ¿Qué impacto queremos tener en términos de identidad (siempre dinámica), de cohesión social (que no implica uniformidad de pensamiento), de mejora de la convivencia (desde la diversidad entre diversos, no solo entre parecidos), de calidad democrática (que favorece el diálogo respetuoso y el interés general), de desarrollo creativo de la ciudadanía y de nuestras organizaciones (que es capaz de catalizar capacidades individuales y colectivas orientadas a la innovación y el cambio), de configuración de nuestras ciudades y entornos (con la sostenibilidad como imperativo), de salud emocional (en una sociedad del bien-vivir)?

En tiempos difíciles ¿qué vamos a hacer con la cultura? ¿Volveremos a arrinconarla en la esquina de los sectores 'improductivos'? Porque en pocos años hemos pasado de considerar el sector cultural como un ámbito marginal, de bohemios y gente altamente subvencionada, a sublimar el discurso de las Industrias Culturales y Creativas como una de las grandes esperanzas para la diversificación productiva y la generación de nuevo valor añadido al conjunto de la economía (aunque el sector siga siendo tremendamente frágil y en proceso progresivo de precarización).

La nueva crisis sacude de manera singular a algunos sectores. Entre ellos el artístico y cultural

Cultura para un nuevo modelo de desarrollo

Truncar la pirámide de Maslow y ver la cultura como eje de vida

ANÁLISIS

ROBERTO GÓMEZ DE LA IGLESIA

Economista y gestor cultural. Director de 'Conexiones improbables'



que ya venía maltrecho de un largo periodo de inanición. Pero ha servido para poner en evidencia que las relaciones entre Economía y Cultura son múltiples.

Por un lado, que es un sector económico, aunque el poco desarrollo conceptual sobre la evolución del mismo sigue limitando la mirada a aquellos ámbitos ampliamente reconocidos por la inmensa mayoría de la población y de nuestros decisores, dejándose fuera nuevos formatos y expresiones.

O muchas prácticas culturales transversales en origen, que no solo combinan diferentes campos de expresión artística o cultural sino que, a menudo, se hibridan con otras disciplinas y campos de acción: sanidad, industria, educación, turismo, desarrollo rural, transformación urbana, servicios sociales, etc.

Es decir, el sector cultural y creativo es un sector económico 'per se' pero con una cada vez mayor capacidad de influencia en las dinámicas de otros sectores sociales y económicos actuando como catalizador de innovación, generador de contextos y significados compartidos, impulsor de inclusión, de nuevos marcos de relación...

Por otro lado hablamos de la importancia cada vez mayor que la cultura y la creatividad tienen en el PIB de los países; de las externalidades positivas que provoca, como la relevancia del patrimonio y las artes en el impulso del sector turístico o en la re-



Asistentes a una obra de teatro en el Principal. J. B.

vitalización urbana; o de su capacidad de crear empleo con un bajo ratio de inversión por cada puesto de trabajo cualificado generado.

Pero la verdadera dimensión económica de la cultura tiene que ver con la capacidad que esta tiene, a través de los valores, de modificar la percepción del concepto de valor en nuestra sociedad. Es decir, trabajar en la transformación de los valores es trabajar en la transformación de la economía.

A menudo, desde la cultura, estamos tan enamorados de nuestros productos que se nos

olvida el por qué, el para qué, el para quién y el con quién. Ya hemos conocido esa sensación en otros sectores de actividad. Las artes y la cultura y las organizaciones creativas tienen la gran oportunidad de repensar el papel que pueden tener en la configuración de nuevas reglas de juego social y económico. Pero para eso han de cambiar también las propias. Y así, convencer de que no somos un gasto superfluo sino, precisamente, todo lo contrario: una baza fundamental para un desarrollo sostenible.

Viene a mi memoria una experiencia sobre cómo Suiza ha-

bía utilizado estrategias culturales para superar la crisis de confianza que la irrupción del reloj digital japonés había generado, en los 70, en una gran parte de su población. Los procesos culturales y de participación fueron claves para identificar los elementos de identidad y su 'inteligencia colectiva'. Así, con herramientas de base cultural, encontraron que su competencia nuclear no residía en fabricar relojes, sino en la mecánica de precisión. Esto reforzó la autoestima ciudadana, clave para la transformación y diversificación de la industria relojera, que identificó nuevos nichos de mercado y modelos de negocio.

Este caso me hizo cuestionar la famosa pirámide de Maslow, referencia obligada en los estudios de marketing, según la cual las personas solo pueden aspirar a cubrir necesidades superiores si tienen cubiertas las básicas. Así proponía una jerarquía con 5 niveles: necesidades fisiológicas y de supervivencia; de seguridad y protección; sociales; de estima y reconocimiento; de auto-realización.

Se supone que la cultura está en la cúspide, vinculada a necesidades superiores, a las que solo algunos privilegiados pueden aspirar. Y la cuestión es ¿no podemos realmente truncar la pirámide de Maslow? ¿No es posible trabajar desde la cultura respecto a las necesidades sociales, de estima y reconocimiento como vía para que las personas puedan abordar en mejores condiciones la atención de sus necesidades fisiológicas y de supervivencia, de seguridad y protección?

Las artes y la cultura no son solo herramientas para la auto-realización. Son fundamentales en la construcción de la autoestima, en la capacidad de gestionar el cambio y la incertidumbre, en la cohesión y el trabajo por la inclusión social, en el refuerzo de una identidad personal y comunitaria, en la capacidad de dar respuestas creativas a problemas complejos...

Tendríamos que plantearnos si estamos dispuestos a cambiar el foco y aprovechar el potencial transversal de la cultura.



Primera consulta **GRATUITA**

La ilusión de ser madre

Centro Ginecológico y de Reproducción Asistida

ART

reproduccionart.com

RPS: 235/13

Alto de Armentia 52 Vitoria-Gasteiz

945 00 44 99