
Cultura, industria cultural e innovación en la Comunidad Autónoma de Euskadi: una especialización pendiente

La digitalización con globalización significa tanto un cambio tecnocultural como social de impredecibles consecuencias. En ese marco tienen un importante protagonismo las industrias culturales y, en otra medida, las industrias creativas, cuyo estatuto se debe precisar. Aquí se concibe la cultura como el otro lado, el subjetivo, del espejo en el que se mira la innovación tecnológica, material, inmaterial o sistémica. En ese marco conceptual se diagnostican el déficit cultural vasco histórico y actual. Ese déficit se aprecia en el gasto doméstico cultural y, en parte, en el tipo de gasto público que, de todas formas, ejerce de factor compensatorio. En un país que sabe que ha de volcarse en la innovación y que cuenta con una cultura específica y minoritaria en su entorno, la era digital ofrece la ocasión para corregir ese rumbo, de tal modo que se innove la cultura y se desarrolle simultáneamente un sector cultural como una especialización con importantes recursos creativos, culturales y educativos. La capitalidad cultural europea para Donostia es una oportunidad para esa apuesta a medio plazo en cultura y comunicación en los tres territorios.

Digitalizazioak eta globalizazioak aldaketa teknokulturala eta soziala dakartzate, aurretik jakin ezin diren ondorioekin. Eremu horretan protagonismo handia dute kultura-industriek eta, beste neurri batean, sorkuntza-industriek, horien estatutua zehaztu behar dela. Hemen kultura beste alde da, subjektiboa, berrikuntza teknologikoa, materiala, inmateriala edo sistemikoa islatzen dituen ispiluarena. Kontzeptu-eremu horretan diagnostikatzen da euskal kulturaren defizita, historikoa eta gaur egungoa. Aipatutako defizit hori argi ikusten da etxeko kultura-gastuan eta, zati batean, gastu publikoaren tasan, nolana ere konpentsazio-faktorea dela. Berrikuntzaren alorrean dena eman behar duela eta inguruan kultura jakin eta txiki bat duela dakien herrialde batean, aro digitalak aukera paregabea eskaintzen du norabide hori zuzentzeko eta, horrela, kultura berritzeko eta, aldi berean, sormen-, kultura- eta hezkuntza-baliabide garrantzitsuak izango dituen kultura-sektorea garatzeko. Donostia Europako kultur hiriburu izendatu izana aukera handia da hiru lurraldeetan kulturaren eta komunikazioaren epe laburrerako egindako erronka hori lortzeko.

Digitisation and globalisation are leading not only to technical and cultural changes but also to social changes whose consequences are unpredictable. In this context, the culture industry and, on a different level, the creative industries (whose status needs to be determined) have a core role to play. Here, culture is seen as the subjective «other side» of the looking-glass in which tangible, intangible and systemic technological innovation is reflected. In this conceptual framework the Basque Country can be deemed to have fallen short in the past and also in the present. That shortfall can be seen in domestic spending on culture and, in part, on the type of public spending which, in any event, acts as a counterbalance. In a country that realises the need to stress innovation and has a specific, minority culture within its milieu, the digital age offers the occasion to correct its course so that there is innovation in culture and at the same time a cultural sector is developed as a specialist area endowed with major creative, cultural and educational resources. The selection of Donostia as European Capital of Culture is an opportunity for a medium-term move to support culture and communication in all three Basque territories.

Índice

1. Introducción
2. Cambios tecnológicos, económicos y sociales e industrias culturales y creativos
3. Sociedad vasca y cultura: precedentes
4. Un modelo también económico para la cultura vasca
5. Ciudades: Donostia 2016... como punto de inflexión
6. Especializarse en cultura y comunicación

Referencias bibliográficas

Palabras clave: industria cultural, industria creativa, innovación cultural, sector cultural, economía de la cultura, Donostia- San Sebastián 2016, política cultural.

Keywords: cultural industry, creative industry, cultural innovation, cultural sector, Economy of Culture, Donostia-San Sebastian 2016, cultural policy.

N.º de Clasificación JEL: Z11, Z13, R58.

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo pretende acercar las problemáticas teóricas y prácticas de la economía de la cultura y la comunicación al debate social, político y económico en el País Vasco, debate del que ha estado tradicionalmente ausente.

Para ello se apunta el marco de cambios tecnoculturales que se están produciendo y las conceptualizaciones para abordarlos. Por un lado, las especificidades del capitalismo inmaterial o de conocimiento. Por otro, las inconveniencias de la propuesta de superación del concepto de industrias culturales —con su carga semántica democratizadora— por el concepto puramente mercantil de industrias creativas.

Entrando ya en el territorio vasco se intenta diagnosticar culturalmente Euskal Herria para ensayar posteriormente el análisis de demandas privadas y públicas culturales, así como los aspectos cuantificados que parecen relevantes del sector económico cultural de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

De modo menos analítico y más propositivo, y tras plantear que la capitalidad cultural europea de Donostia 2016, puede tener un papel estratégico general para la década en todo Euskal Herria, se apuesta por la especialización económica del país

también en cultura y comunicación y la consideración del sector cultural-comunicativo como un sector estratégico y preferente.

2. **CAMBIOS TECNOLÓGICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES E INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS**

Aparentemente habría que relativizar el peso de las políticas culturales en un mundo de crecientes espacios de cultura y comunicación globales y de nuevas formas de estructuración (redes, comunidades virtuales, etc). Pero la globalización ha hecho a las comunidades con identidad más conscientes del valor de sus culturas, porque la localización, la descentralización o la diversidad son también tendencias fuertes y, además, proporcionan sentido a proyectos colectivos.

El desarrollo cultural es una base de identificación, de cohesión, de recursos y de desarrollo territorial de las comunidades. Al mismo tiempo, su enfoque económico y su innovación se vuelven sustanciales en la era global. Sin embargo, las comunidades tienen dificultades para el acceso a su propio mercado interno y competir en él en condiciones de igualdad; y ya no digamos para intercambiar o internacionalizar contenidos de producción propia. Por ello, la política cultural de la diversidad, no solo es aplicable a los estados (Directivas sin fronteras, leyes del cine, etc.) sino, con mucho más motivo, a esas comunidades y sus respectivos patrimonios lingüísticos y culturales.

En los sistemas descentralizados las regiones tienen sus competencias y sus políticas propias y, en general, intervienen con mayor intensidad cuanto más se les reconoce como sujeto cultural y político diferenciado en el ordenamiento jurídico. Lo tradicional es que las regiones sean especialmente competentes en cultura (patrimonio, artes, equipamientos, programaciones, ayudas a creadores y empresas) por el triple hecho de la identidad compartida por su ciudadanía, el conocimiento sobre el terreno y el factor de prestigio para las élites locales.

En el campo comunicativo y cultural, como comunidades de vida, parten de una gran ventaja: los recursos creativos tienen anclajes territoriales con independencia de que luego realicen despliegues por el ciberespacio. La localización genera sinergias relacionales, creativas, productivas, de recursos y de usos. Además, no es en absoluto incompatible —en un ciberespacio que actúa como un espacio expandido sobre el que desarrollar iniciativas o estrategias— con las extensiones de redes sociales o con los contactos internacionales.

2.1. **Mutaciones en cultura y comunicación: cambio tecnocultural y cambio social**

La mutación del sistema comunicativo y el lugar preferente de internet como ruta, organizador de flujos y nuevo espacio, se inscribe en un ámbito mucho más amplio: el cambio tecnológico y productivo global con centro en el conocimiento.

Los nuevos retos culturales vienen de la convergencia tecnológica de los terminales centrales (ordenador, móvil, televisor) y de la convergencia tecnológica creciente de redes, aparatos y contenidos, de la mezcla de formatos, del cambio acelerado de usos... y de Internet como puerta central de paso. Las cantidades de información, el acceso, las relaciones interactivas más allá de la geografía, las narrativas posibles, las formas de conocimiento, la intervención social y política, el sentido del tiempo y espacio, van más allá de todo lo imaginable hace tan solo una década.

No obstante, los cambios copernicanos en cultura y comunicación no son el mero producto de las tecnologías. Son las tendencias del sistema los que marcan el contexto de los desarrollos tecnológicos;¹ y los objetivos de la comunicación no son tecnológicos sino de gestión de las relaciones en el interior de la sociedad y entre las sociedades.

Desde el punto de vista técnico la digitalización unifica el sistema de signos, símbolos e imágenes, homogeneiza el tratamiento de señales, eleva exponencialmente la velocidad de circulación y difusión de la información y facilita la conectividad de los sistemas tecnológicos, así como la movilidad que caracteriza nuestro tiempo tecnoeconómico y a la sociedad red.

Desde el punto de vista sistémico la digitalización facilita desarrollos cualitativos como la interoperabilidad, la transversalidad de soportes y contenidos, la interactividad, la accesibilidad, los transformatos, la ubicuidad y accesos múltiples, la compatibilidad entre la fragmentación de los procesos comunicativos y su recomposición abierta, el encuentro de lo micro y lo global, etc.

La digitalización afecta a todas las fases del proceso de trabajo y productivo, a las formas de consumo y acceso a los contenidos culturales, de ocio e informativos y a los modos de gestión tanto del usuario como de los suministradores de contenidos. El programador de parrilla que gestiona la oferta, en temas y tiempos, compite con el suministrador de bancos de imágenes a la demanda en cualquier momento y lugar y en sus distintas formas: canales de pago, *pay per view*, *cacht up TV*, cine digital con servicios de descarga de pago (tipo iTunes) de *films* o series y conectables al televisor... Y ambos compiten, sobre todo, con el propio usuario con su menú indistinto de vida cotidiana, información, conocimiento, contactos y ocio.

La combinación de mercados de masas y de usuarios de tribu o afición, se traduce en la flexibilización tanto de las empresas de estructura productiva de costes fijos ligeros para usos en IP o en *long tail* (larga cola), como de las clásicas empresas con costes importantes y de estrategias tradicionales de parrilla que compiten en apuestas masivas. Y dentro de la digitalización ya estamos en las subetapas 2.0 y 3.0.

¹ Según Cardoso (2008: 49) «Esa red de tecnologías no es el mero producto de una convergencia tecnológica sino de una forma de organización social creada por quien hace uso de ella».

Cambio social

El acceso a la cultura se ha democratizado cualitativamente. Hay inmensos conocimientos accesibles a toque de *click*. Las oleadas de aplicaciones tecnológicas han sido la ocasión para que se produzcan —más allá de la economía— fuertes y contradictorios impactos en la gestión de las sociedades. Por ejemplo, en los órdenes: relacional (nacen asociaciones y vinculaciones de red), espacial (el territorio pierde peso pero gana en significaciones), temporal (el tiempo pasa de cronométrico a subjetivo, programable y autogestionable), identitario (las identidades están en profundo cruce) o laboral (el empleo se precariza).

La cultura y la comunicación redefinen el modelo social y relacional porque son una sustancia central de las sociedades de conocimiento y tienen un papel regulador. La cultura como un todo está en el centro del tránsito de las sociedades industriales a las de valores añadidos estratégicos como la tecnología, el conocimiento, los símbolos o las identidades.

Tecnocultura

La parte de la cultura y comunicación más influida y afectada por las tecnologías puede denominarse como tecnocultura, y se traduce en la cibercultura de la sociedad-red, la proliferación de comunicaciones, la extensión y compartición del conocimiento, las autorías colectivas y en cadena o la tendencia natural al dominio público o procomún como patrimonio colectivo.

Sin soportes y a coste casi cero, las herramientas de la creación y de la comunicación se extienden más fácilmente, y permiten intercambios en todas direcciones, colectivizar los procesos productivos y romper la dicotomía entre cultura activa y pasiva.

El capital humano sale ganando en accesos, destrezas, polivalencias, construcciones asociativas y menos abstractas, función reemisora y suavización de la verticalidad entre creación y usos sociales, incluso intercambiándose ocasionalmente roles.

No obstante, el peso de las destrezas combinadas con las emociones, nos alejan de la racionalidad de la Ilustración, y no deja de tener efectos en el tipo de contenidos y cultura. Con la conectividad y la interactividad gana la comunicación, no necesariamente la cultura o, al menos, ésta cambia de forma.

La calidad, el conocimiento, el saber, la racionalidad, la profundidad, se ven matizadas o desplazadas por la imaginación, lo llamativo, la captación de atención, la sorpresa, el choque, el instante, el ruido, el sentimiento o el gag. La forma de construcción del pensamiento puede llegar a ser excitante (signos, imágenes, enlaces, hipertexto...), más cerca del modo de construcción de nuestros imaginarios y, al tiempo, preocupante por la captación de información ingente, instantánea, discontinua, asociativa más que racional, combinatoria, derivativa —el hipertexto invita a ello—,

de pequeño formato, con pocas claves interpretativas y siempre en construcción en el caso de los *blogs*. Se trata de nuevas capacidades de conocimiento y de una metacultura (Ariño 2010) de integración de todas las formas culturales pasadas y presentes.

El propósito del contenido —ser directos— gana sobre la forma; se generan ingentes cantidades de contenidos —de recepción y devolución instantáneas y ubicuas, con ligeros valores añadidos— sobre un fondo inconmensurable de informaciones consultables al instante y en conectividad...y entre las que no se encuentran, de todas maneras, buena parte de las informaciones sensibles o estratégicas.

La cultura y el conocimiento pasan al estatuto de «contenidos», con un eco cada vez más lejano al baremo de las calidades y una abundante banalidad rápidamente sustituida por otra de igual signo. Diluyéndose el espíritu crítico también se pierden las defensas ante un sistema generalizado de relaciones públicas interesadas.

El problema pasa a ser la disposición de criterios para deambular con sentido entre tanto contenido. Espoleados a impulsos en continua excitación, sin apenas retención de la mirada y con creciente déficit interpretativo o de visión global, nos situamos en carreras sin fin hacia cualquier parte.

2.2. Capitalismo cognitivo

El capitalismo cognitivo es, sobre todo, captación de conocimiento social e individual para la acumulación de capital. Busca apropiarse y acumular valores añadidos vinculados al conocimiento o capital humano individual (*wetware*) y al colectivo (*netware*) (Ayestarán 2007) o procomún. En la medida en que las sociedades avanzadas apenas disponen ya de ventajas respecto a los países en desarrollo y emergentes en producción industrial fordista de baja gama tecnológica, el *stock* y la gestión de conocimientos son cada vez más tractores y decisivos.

Conlleva un nuevo capital pionero, el capital cognitivo o inmaterial, que conducido por el capital financiero, cogestiona el *stock* disponible de conocimientos en una comunidad o un territorio, como *input* central del proceso económico y un valor añadido preferente en la obtención de excedentes. Crecen todas las actividades vinculadas a ella. Hoy el capital cognitivo quiere ser el motor y beneficiario en la sociedad postfordista, de la información, del conocimiento o del aprendizaje, que pone el acento en el valor añadido inmaterial.

Ese capital se centra en la apropiación, acumulación y gestión de valores y propiedades inmateriales y está presente en muchos sectores porque es un capital transversal a la gestión del capital financiero, organizacional, informático, energético, cultural, comunicativo o telecomunicativo. Los valores añadidos preferentes del postfordismo son conocimiento, patentes, I+D+i, aplicaciones, saber empresarial, recursos humanos, capacidad innovadora...y, también, propiedad intelectual, información, comunicación, publicidad o cultura.

Llamativamente, unas tecnologías que permiten amplificar y distribuir sin límites la cultura y la creación son coetáneas al deterioro del estatuto y desvalorización del capital humano cultural. Con el *mileurismo* y la precariedad en la sociedad del conocimiento, el valor de su fuerza de trabajo y del trabajo se ha distanciado de forma brutal del valor del capital humano acumulado por esas personas a lo largo de años de aprendizaje y experiencia. Ello —a falta de regulación social— solo puede traer inestabilidad.

Se produce así un desajuste creciente entre las inmensas potencialidades democratizadoras de la red para la difusión generalizada de toda clase de contenidos,² y el empeño de los poderes económicos y políticos tanto en privatizar el máximo de recursos como de discriminar el acceso en función de disponibilidades de renta y de conocimientos.

Esto ocurre preferentemente de dos formas: apropiándose, mediante *copyright* o marca, no solo de los valores añadidos reales y legítimos sino de toda la cadena de valor (incluidos saberes ajenos y recursos públicos) aunque solo se haya contribuido al final; y poniéndole precios de monopolio natural muy superiores al coste marginal para teóricamente premiar un fuerte coste o riesgo previo, que muchas veces no existe. En la sociedad red son las redes, el acceso y el contacto, quienes gradúan valores futuros, por lo que el monopolio sobre la obra no es necesariamente funcional ni anima a la creación o a la innovación, con el agravante de que se produciría más y mejor si se hiciera de forma cooperativa y en acceso libre (libre no equivale a gratuito).

La clave está en acertar con nuevas formas de regulación remuneradoras de autores e industria, compatibles con dominios públicos, accesos gratuitos y pagos equilibrados de los usuarios y que retroalimenten los procesos creativos y productivos.

La política pública sobre Internet está condicionada por: unos cambios tecnoculturales (la extensión de internet, el triunfo social del teléfono móvil, la proliferación de cadenas, la digitalización general, la convergencia de aparatajes), unos nuevos usos de la comunicación (las redes sociales, los intercambios, las plataformas multiusos, las formas de *triple* o *four play*, la presencia creciente del pago) y un cuadro normativo muy retardado, que requiere cambios en el sentido de la democratización.

Pero la política cultural práctica sobre Internet y sobre la cultura digital no se beneficia de la relativa centralidad que en las distintos países sí tienen las políticas de I+D+i. Estas, a pesar de que constituyen un paraguas general, le dan un lugar mínimo a los contenidos del digital cultural y comunicativo. Es obvia la prelación del I+D+i tecnológico o industrial sobre la creatividad cultural y comunicativa, de las redes e infraestructuras sobre los servicios, de los contenidos sobre los contenidos y de los equipamientos sobre el quehacer de las personas, ya sean usuarias o creadoras.

² Partidarios del modelo actual de propiedad intelectual como es el caso de Hutter (2005) reconocen que podría elevarse exponencialmente el acceso social al conocimiento ya que los costes de reproducción caen drásticamente y los costes marginales tienden a cero.

Y sin embargo, la cultura es el lado subjetivo del otro lado del espejo en el que se mira la innovación tecnológica, material, inmaterial o sistémica. El cambio cultural colectivo y en las personas —conocimiento, cultura, personalidad— es el mejor aval para la adaptación a los cambios difíciles (resiliencia) y el patrón en el que mirar el cambio cualitativo en una sociedad.

2.3. Industrias culturales y/o industrias creativas

En la relación entre I+D+i y la cultura, es la primera la que sale ganando. Incluso en sus espacios más trabados, la cultura toma la forma de comunicación en tanto se valora más la novedad intercomunicativa (desde el *smartphone* a las aplicaciones y nuevas utilidades) que los contenidos culturales.

Al cambio de paradigma vigente (sociedad de la información o del conocimiento) le acompaña el concepto de «industria creativa». En verdad daría igual emplear el término «industrias culturales» que «industrias culturales y creativas», entendiendo que con esta última idea de «y creativas», se dice querer hacer también una descripción y una política sobre esas áreas que nunca se han considerado industrias culturales, léase el diseño, la moda, la publicidad y la arquitectura. Lo normal es que las disciplinas científicas se funden sobre objetos de estudio, no sobre aptitudes salvo en las llamadas ciencias del comportamiento.

Ciertamente hay dos campos: el sector cultural propiamente dicho y la parte de connotaciones culturales en el conjunto del sistema productivo.

Dentro del primero, en el concepto tradicional de industrias culturales, entran de pleno el *software* cultural, videojuegos, Internet social y cultural.... En cambio no todo el *software* ni todo internet deben entrar en ese campo (e-comercio, B2B,...).

No se debe olvidar que «la cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización específicos por su propia naturaleza; supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados como tales; y tiene una eficacia social por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva» (Zallo, 2007).

Por su parte, sería pertinente la inclusión de la parte cultural de las producciones convencionales del sistema general de producción, si se refieren al diseño real —y no a una ponderación estadística fija atribuida al diseño en cada producto—; a la creación publicitaria —y no a toda la publicidad como por ejemplo la gestión de cuentas, el *marketing* y la comunicación ya contabilizada en buena parte en las facturaciones del sistema mediático—; a la arquitectura creativa —y no a la construcción—; a la moda —y no al vestir—.

Si se extienden sin medida sería simplemente otro nombre para la innovación³. Extender conceptualmente las industrias creativas hasta identificarlas con la innovación, perjudica a la cultura y su significación social. No es pertinente convertir la cultura, que es un fundamento social y un objeto de estudio específico y central, en un ítem más de la creatividad o de la innovación. Si se hace se perderá por el camino la cultura misma, diluyéndose su papel social de *tool kit* general y de referente crítico para la evolución social misma, al tiempo que la política cultural perdería su *punch* democrático y cohesivo.

No se trata de un debate terminológico. Si la cultura y la comunicación, a su vez, devienen solo «creación» o, si se quiere, solo innovación, entonces la cultura digital se convierte en mera parte de la digitalización⁴, cuando la perspectiva debería ser innovar, digitalizar y extender la propia cultura. Y desde luego hay que evitar contabilidades infladas que reflejen mal las realidades; algo así como burbujas de marketing.

Quizás en ese tipo de aproximaciones se tenga la ilusión de que la creación ha desplazado a los grandes grupos de cultura y comunicación. Nada más lejos de la realidad por dos razones. En primer lugar, los grupos se van resituando poco a poco (y controlan los *copyright*) en el enorme mercado que se abre con Internet y la fragmentación de ofertas y demandas, y aparecen nuevos grupos casi monopolistas (buscadores, operadores, plataformas...) que son llave de paso e intermedian todo el sistema sin llegar a producir contenidos. En segundo lugar, ha de hacerse una separación nítida entre la nueva y gigantesca comunicación intrasocial (algunos le llaman *Social Media* (Kapler y Ruiz de Querol, 2011), que apenas pasa por el mercado (aunque sí por los intermediarios de la telecomunicación, servidores y plataformas), y en el que se despliega una gran creatividad subordinada a la pura comunicación social de personas y colectivos, y el mercado digital que solo lentamente, a falta de adhesión social y reglas aceptadas, va remunerando la creación y está en general distribuida por empresas especializadas. La imagen del creador solitario ante un in-

³ Con los criterios de la UNCTAD (ponderar un porcentaje de diseño en toda producción) China, la primera potencia clonadora del mundo, sería la primera potencia mundial de creación y no es verdad. Hay un problema de criterio. Si la arquitectura modular de VPOS es un ámbito creativo, España ha sido una potencia mundial creativa hasta ayer, y nosotros sin saberlo. ¿Y por qué no todas las ingenierías y sus planos sobre instalaciones y máquinas son parte de la industria creativa?. ¿Y por qué no toda la investigación que idea mundos o toda innovación con soluciones posibles a cualquier necesidad? Al final estaríamos solo en la innovación como categoría y no en un sector con una lógica compartida.

⁴ S. Cunningham (en su anexo «A taxonomy of industries producing digital contents» del artículo *From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications*. Consulta on line: eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf, incluye educación y salud, compañías de e-comercio, servicios on line, arquitectura o publicidad por Internet. Si la cuestión fuera la digitalización o las tecnologías de la información, ya no hay actividad que no intercambie mensajes, subproductos o informaciones digitalizadas, sea en su corazón productivo (el sistema financiero), sea en la fase comercial, promocional o relacional (industria y servicios). Si la cuestión fuera la creatividad no hay actividad que no requiera innovación.

menso mercado no se sostiene. Las estructuras económicas y los agentes siguen ahí, reconvirtiéndose.

Hay que prevenirse de las agregaciones excesivas. Las agregaciones en objetos de estudio globales ya se ensayaron en los años 60 y 70 con la «economía del conocimiento» de F. Machlupp o «la economía de la información» de Marc Porat. Era 2/3 de toda la economía de EE.UU. Los grandes agregados magmáticos que lo juntan todo son poco gestionables y suelen ser perecederos a falta de utilidad. Solo son un agregado discrecional más.

Por lo dicho no es pertinente el término de industrias creativas como concepto globalizante que incluya a las tradicionales industrias culturales porque entonces sí se nos escapa la función social de la cultura que no es la pura creatividad sino ofrecer significaciones, estéticas, expresividades a una sociedad en cambio, y no un mero despliegue de una creatividad personal, que siempre se supone. A fuerza de estirla ¿no va la creatividad contra la cultura?

Es menos arrogante, a pesar de su ambigüedad, la expresión «industrias culturales y creativas», entendiendo que ambas partes describen campos distintos con algún aspecto común, y que conviene en general tratarlas por separado salvo en casos puntuales. El diseño tiene un valor tan gigantesco que se comería a toda la industria cultural, y las cifras globales solo darían como resultado un escenario falso del estado de salud de la cultura.

Un problema añadido es que cada cual entiende lo que quiere sobre ese término. Desde la economía urbana y regional son «industrias creativas» la industria *tech*, ingenierías, servicios...identificados como la Industria del Conocimiento; o todo el *software*, las telecomunicaciones, además de la arquitectura (Heinrich 2010); o cabe deslizarse hacia un «*mapping of the industries producing digital content and applications*». (*Department of Communications, Information Technology and the Arts*).

En el modelo del Departamento de Cultura y Deportes británico (DCMS) de 13 ramas creativas se suman actividades que no son industriales (artes escénicas, artesanía) y otras que no son propiamente culturales (arquitectura, toda la publicidad); y, en cambio, no incluyen otras que siendo culturales no son, en cambio, industrias (patrimonio, equipamientos culturales,..) u otras con más vinculación con la cultura (turismo cultural).

Como la propuesta fue a iniciativa de consultoras cercanas a las empresas pudo haber varias intenciones en el concepto:

- arroparse con el aura que todavía tiene la cultura, sea para absorber ayudas culturales, sea para traspasar la flexibilidad laboral y trabajos en intermitencia tan propios del mundo cultural a otros sectores y así florezca la creatividad a bajo coste, sea para protegerse con el eficaz *copyright* o con la ley de propiedad intelectual ya que se trata de áreas nuevas que pueden buscar co-

bijarse ahí como monopolio natural (diseños, arquitectura, *software*, publicidad y marcas);

- diluir la creatividad y la cultura en una pura y darwiniana gestión por el mercado (apoyar solo la creación exitosa);
- situar con el tiempo la cultura como un ítem más —muy secundario obviamente— de la política tecnológica y de innovación.

Hay quien cree que se trata de una estrategia británica para valorizar su ventaja sectorial (Schlessinger 2011) y crear la ilusión de que es posible, en no importa qué país, generar un nuevo sector —es el viejo modelo del difusionismo desarrollista— mientras se disciplina en el *copyright* de pago a los países díscolos.

El debate de fondo es si la cultura es un puro valor económico e instrumental; si el mercado es el único regulador; si la diversidad y la igualdad cultural vendrán del «libre funcionamiento de las economías» o de la consciencia colectiva sobre lo que está en juego; o si la innovación fagocita a la cultura.

3. SOCIEDAD VASCA Y CULTURA: PRECEDENTES

La industria cultural es muy importante para cualquier proceso de desarrollo regional en la era global y digital, pero es decisiva para una cultura minoritaria como la vasca.

Para hacer un esfuerzo en esa dirección aún se tiene que convencer a las élites de que la cultura en sentido amplio (información, estéticas, valores, producciones y servicios,...) es, en muy buena parte, una inversión, una pieza clave en la innovación, o mejor, el envés de un concepto amplio de innovación que ha de ir más allá de la innovación tecnológica, industrial y organizacional para conectar con la innovación social.

La cultura no tradicional es siempre innovación de alta creatividad, en la que se combinan recursos múltiples pero, en cambio, no toda innovación es cultura salvo en un sentido muy genérico. Por supuesto la creación cultural es innovación; pero también lo son la difusión cultural y la comunicación social que aseguran una transmisión con efectos de nueva percepción en las representaciones humanas y de *training* colectivo social para la adaptación a los cambios en curso. Si la cultura empapa a una sociedad la innovación social⁵ se multiplica.

⁵ «La innovación social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público... o de producir los cambios necesarios de comportamiento para resolver los grandes retos de la sociedad». Unión por la innovación. CE 6/10/2010.

Ello no ocurre en el vacío sino sobre la base de los anclajes históricos de patrimonio, estilos, lengua, saberes transmitidos... que aseguran la evolución social y generan un vivero de recursos humanos polivalentes. La combinación del procomún histórico cultural con la nueva creación y su asimilación social, se traduce doblemente en continuidad cultural y en innovación cultural, y ambos definen el humus que hace a un país y a su gente.

Una buena parte de la cultura —ámbito por antonomasia de la creatividad pero no el único ni mucho menos— debe formar parte de los programas de apoyo a la innovación. Y no solo ese ámbito híbrido en el que se entrecruzan innovación tecnológica y cultural como son la generación y adaptación de contenidos para soportes y dispositivos informáticos o telefónicos, o la creación de las propias aplicaciones informáticas para esas finalidades o la invención de nuevas formas relacionales en red aptas a la extensión de valores añadidos. También el ámbito artístico, el patrimonio, la investigación cultural, la industria cultural, la comunicación social...

Todo esto conviene recordarlo porque en la tradición vasca hay un descuido histórico por lo cultural más allá de lo simbólico. Las élites vascas —desde los Caballeros de Azkoitia— siempre priorizaron el lado racionalista práctico —técnico y económico— de la Ilustración frente a la visión global de la Ilustración clásica: humanidades, sociedad y progreso económico. La Iglesia ocupó en parte ese espacio y el XIX fue de choque frontal entre distintos modelos sociopolíticos (liberalismo más Estado centralizado; carlismo más derechos históricos) de cuyas resultas surgió una industrialización que combina liberalismo y proteccionismo y una huella de autoorganización política y fiscal.

El inicio del siglo XX refrendó un nuevo modelo unilateral de progreso, solo económico, aunque con preocupaciones sociales sobrevenidas desde la presión de la clase obrera emergente (socialismo de principios del XX) y de las preocupaciones sobre la identidad (nacionalismo).

Hubo que esperar a las vanguardias artísticas del primer tercio del XX, y a los Chillida u Oteiza de la posguerra, para abrir una espita de esperanza. Pero fue el salto cualitativo en educación general y superior de una sociedad con tradición industrial y elevado PIB/habitante, quien ofreció en teoría la oportunidad de equilibrar una idea global de desarrollo, en la que el conocimiento en cultura, humanidades, artes, ideas y sociedad dejaran de ser el lado oculto de la luna para ser parte de un desarrollo integral de una sociedad avanzada.

Ciertamente ya desde el medievo Euskal Herria absorbió los estilos arquitectónicos y urbanísticos de cada época con cierta dignidad. También llegó a tiempo a la industrialización de la cultura iniciada con la imprenta; igualmente a los medios de comunicación escritos desde el XIX y con singular pujanza a una sociedad viva, mercantil, industrial y de variadas corrientes ideológicas. Asimismo se asumió el advenimiento de la radio en los años veinte del siglo pasado.

En cambio la hegemonía desde los años cincuenta de la industria cultural (gran sector editorial, fonografía, televisión, cine y audiovisual) en las demandas y usos culturales de una población con cierto poder adquisitivo, nos atrapó con el pie doblemente cambiado: un estrecho concepto propio de economía material y, además en régimen de monocultivo alrededor del hierro; y un centralismo que fue dictatorial hasta 1977 y que, ya en democracia, privilegió la cultura transnacional y de Estado.

Parece oportuno pensar en un cambio de registro con atención especial a la cultura. Por una parte, no hay duda que tenemos un déficit en industrias culturales y creativas, tal y como apunta la OCDE (2011), aunque ésta circunscriba la creatividad solo al diseño y a nuevas expresiones de la digitalización, un concepto bien reducido.

Por su parte, sorprende que junto a las tres E (educación, empleo y envejecimiento) de innovación social definidas por Innobasque (2011) no figure la cultura, y más en un país como éste, con déficit culturales en la cultura-competencia personal (no es lo que más valoramos y la actitud ante la *intelligentzia* siempre ha sido despectiva) y con riesgos como cultura minoritaria, o sea para la cultura-identidad que es la que nos da singularidad. La cultura de un país con una cultura minoritaria y una parte de ella minorizada, está ausente en su Estrategia de Innovación Social (incluye como ámbitos estratégicos: gobernanza, valores, emprendizaje social, Responsabilidad social de la empresa, Base de la pirámide y las tres «E»). Lo mismo ocurrió con el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2010 que ceñía la innovación social a la transformación empresarial, los entornos y territorios inteligentes y a la investigación social.

3.1. Diagnóstico cultural para la sociedad vasca y para su economía

Haciendo un diagnóstico descriptivo actualizado del que se hiciera para el Kulturaren Euskal Plana-Plan Vasco de Cultura, teniendo en cuenta problemas de oferta y de demanda, y poniendo en diálogo contextos y agentes, nos resultaría el DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades) sobre la cultura vasca reflejado en el cuadro nº1.

Cuadro nº 1. DAFO DE LA INDUSTRIA CULTURAL Y MEDIÁTICA VASCA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Cultura propia y diferenciada, un patrimonio singular que la sociedad valora desde una posición receptiva. • Alto nivel educativo y un relativo consumo cultural por habitante, prácticas sociales y amateurs activas. • La extensión del conocimiento y uso del euskera ha avanzado en los últimos 25 años. • Consta una tradición artística y creativa significativa en varios dominios. • La creación en euskera actúa como ventaja al no tener competencia. • Se da un cierto volumen de producción en edición de libros, música y de productos para TV. • La industria cultural vasca es pequeña, adaptable, bastante actualizada tecnológicamente y con un buen conocimiento del mercado cercano. • Se ha tomado conciencia de la necesidad de atender la educación en las especialidades artísticas. • EITB es y debe ser un potente motor de atracción para la cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hay deficiencias en la oferta educativa cultural y artística en el sistema reglado. • Los incentivos a creadores y estructuras son insuficientes incitándoles a trabajar fuera. • El espacio cultural vasco está mayoritariamente cubierto por producciones foráneas y no es íntegramente bilingüe. • Hay exceso de oferta o sobreproducción –como en otras partes- en edición y fonografía, al basarse en bastantes títulos de corta tirada. • Las empresas vascas tienen un problema de dimensión y carecen de empresas tractoras. • Los mercados del euskera son limitados, divididos por territorios y por políticas culturales. • No hay cuotas de emisión de producciones musicales propias en medios de comunicación. • La distribución es el déficit mayor de las industrias vascas culturales. • El papel de EITB en el aspecto promocional, desde su propio criterio de selección, y para todas las industrias de la cultura, tendría que ser central. • Escasea la coordinación de las diferentes administraciones públicas en las políticas de apoyo a la creación. • Hay poca obra volcada en la red y con escaso mercado remunerador para la producción de contenidos digitales y ya no digamos en euskera.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • La apuesta por la oferta de interés y las líneas prestigiosas y de riesgo permitiría crear un <i>label</i>. • Hay una nueva generación de creadores pero requiere su reconocimiento mediático y el apoyo institucional y empresarial. • Los medios de comunicación tienen un papel central en la difusión. • Para sacar la cultura al exterior se deben aprovechar festivales, ferias, catálogos y redes. • Especializarse en cultura digital, en nuevos tipos de productos <i>off line</i> y <i>on line</i>, en descarga o en <i>streaming</i> y estar presentes en las redes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hay una limitada propensión a la lectura de libros, y riesgo de que la televisión temática fragmente imaginarios, identidades y preocupaciones colectivas. • La instalación de una cultura de pago no socializadora y una colonización cultural desde culturas más promocionadas es un problema social y un problema cultural. • Hay espacios de brecha digital intergeneracional. • Se constata un deterioro de la calidad de la programación televisiva generalista. • Internet también acarrea grandes incertidumbres. • Riesgo de diglosia o exclusión digital para los idiomas minoritarios. • Continúa la excesiva concentración transnacional en los mercados internacional e interno.

.../...

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Se ha tomado conciencia de la necesidad de instrumentos de financiación, para el fomento de la industria cultural. • El 2.0 aporta oportunidades al situar puntualmente a grandes y pequeños en el mismo plano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las grandes ventas se concentran sobre pocos productos foráneos muy promocionados. • Se acentúa la localización empresarial cultural en Madrid. • Tendencia a la desaparición de la red de minoristas. • Riesgos para los servicios públicos generalistas de radiotelevisión. • Las guías y los buscadores ya privilegian las producciones muy promocionadas.

Fuente: adaptación propia desde los DAFO sectoriales del Kulturaren. Euskal Plana- Plan Vasco de Cultura (2004).

3.2. Limitada demanda cultural privada y compensación pública relativa

Antes de analizar la producción conviene revisar el gasto social cultural, así como el gasto cultural público que ha estado más pensado como demanda compensatoria sobre la cultura propia y ajena que como apoyo a la creación y a la producción.

*El gasto social en cultura*⁶

Por un lado, el comportamiento del gasto doméstico vasco, según el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura (2010) en comparación con otras comunidades autónomas del Estado, es indicativo de que la visión instrumental de la cultura de las élites ha calado en el comportamiento social. Se valora, en el gasto personal medio, la educación (2ª) como recurso que es para el empleo y la vertiente práctica de la vida pero, en cambio, en gasto personal en cultura la Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE) es la 6ª en el Estado español y ello por la lectura de prensa (1ª) porque en gasto en libros es la 9ª, en audiovisual la 15ª y en Informática e Internet la 10ª. Son cifras preocupantes del gasto doméstico privado en bienes y servicios culturales en sentido estricto en 2008⁷.

⁶ Hay, desde luego, cierta confusión estadística. La encuesta de Presupuestos Familiares (octubre 2010) del INE no coincide con la estadística del Ministerio de Cultura pero ambas van en la misma dirección.

⁷ La media española por persona era de 368,3 € con un ligero descenso respecto a 2007 puesto que ya le afectó la crisis. El País Vasco gastaba 393 € por persona que era el 4,99% del total de gasto español —ligeramente superior a lo que supone como población (4,63%)— estando por encima Madrid (462 €), Catalunya (447,3), Asturias, Navarra y Baleares.

Por otro lado, si al epígrafe 9⁸, dedicado a «Ocio, cultura y espectáculos» — incluidos los equipamientos domésticos culturales— en la Encuesta de Presupuestos Familiares (INE, octubre 2010) le sumamos casi todo el epígrafe 8 (comunicaciones), lo que ciertamente es un abuso⁹, pero eliminamos las partidas no culturales de ambos (tales como vacaciones, servicios postales, deportes, juegos de azar, jardinería, mascotas, juguetes y bienes al aire libre) entonces el gasto anual por persona sería en el caso vasco de 710,23 euros sobre 13.379,73, o sea 5,30%. La media española, aun siendo algo inferior en cifras absolutas, es superior en porcentaje de la cesta dedicada a cultura y comunicación (688,68 sobre 11.365,19, o sea 6,05%).

Y si se tuviera en cuenta sólo el epígrafe 9 (pero sin vacaciones, deportes, servicios recreativos y deportivos, juegos de azar, jardinería, mascotas, juguetes y bienes al aire libre) se da el mismo fenómeno. El gasto vasco sería de 350,1 euros frente a los 335 del gasto medio español. Pero mientras este último supone un 2,94% del gasto doméstico, aquel solo suponía el 2,61% de la cesta de compra vasca.

El caso de la CAE es un caso de volumen intermedio de gasto cultural por persona en el Estado español, pero es de los más bajos en porcentaje de renta personal destinada a cultura. La explicación en una comunidad bastante agorafílica, de alta renta, muy preocupada por la *res publica*, que valora la educación como factor de futuro y conocida por su buen vivir, son los consumos especialmente altos en los epígrafes 4 y 5 relativos a vivienda y su interior (la primera comunidad), «hoteles, cafés, restaurantes» (también la primera), al igual que en prensa, doblando la media española. En enseñanza es la 2^a después de Cataluña, pero es relativamente bajo el gasto en equipamiento audiovisual y servicios culturales, hay un gasto similar a la media en informática y es —según el INE— la quinta en libros.

Hay una idea confortable y práctica del progreso, en la que la palabra cultura tiene un rol secundario. Son cifras que no se corresponden con una comunidad con la renta per cápita más alta y con un sistema educativo potente y una cultura en riesgo que todo el mundo dice querer proteger y animar. También choca que la alta movilización social por el euskera no tenga una traducción paralela en contenidos.

Esa actitud social ante la cultura no ayuda a la especialización en creación y producción aunque las actitudes sociales sean modificables desde una nueva cultura pública.

⁸ Agregando los subepígrafes culturales de cuatro dígitos de la encuesta.

⁹ Como Internet no está desagregado de telefonía y fax, se incluye toda ella —equipos y servicios— aun sabiendo que abarca no solo el campo de la comunicación intrasocial —que es una práctica cultural social— sino también las comunicaciones interempresariales y comerciales.

Gasto público autonómico en cultura

El gasto público en cultura enmienda solo en parte ese relativo desinterés social. Sobre este particular disponemos también de estadísticas que van en la misma dirección pero que dicen cosas distintas.

En lo que respecta al gasto público de los gobiernos autonómicos cabe señalar dos cosas. En primer lugar, según el Ministerio, el gasto cultural autonómico del País Vasco¹⁰ en relación al conjunto de las comunidades autónomas estaría 7 décimas por encima de lo que representa su población, pero respecto al PIB propio es inferior a la media (0,16%) frente al 0,2% en España. La media española del gasto público autonómico por habitante (sobre el padrón 2010) era de 45,2 euros mientras que la del País Vasco¹¹ era de 51,1, algo superior, siendo superado con diferencia por Ceuta (ciudad y autonomía), Navarra (autonomía y Territorio Foral al mismo tiempo), Melilla, Murcia, Extremadura, Asturias, Cantabria y Castilla-León.

En segundo lugar, utilizando las cifras del propio Gobierno Vasco se advierte lo desequilibrado de su estructura. Llama la atención la limitada inversión en cultura en sentido estricto (promoción y patrimonio) del Gobierno Vasco —tanto el actual como los anteriores— que sería solo de 66,9 millones de euros, o sea solo el 18,17% de los presupuestos del departamento, yendo la inmensa mayoría a EITB (42,1%) y Política lingüística (34,1%).

Cuadro nº2. GASTO PÚBLICO CULTURAL DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. 2008

	Gasto total de CCAA (millones €)	% del Gasto liquidado en cultura en el conjunto de CCAA	En % del Gasto público total (liquidado en Cultura)	En % PIB	Valores medios por habitante €
CCAA total	2.128,971	100	1,21	0,20	45
País Vasco	112,219	5,3	1,21	0,16	51

Fuente: Ministerio 2010. Población Padrón Municipal 2010.

¹⁰ El Ministerio incluye cultura y, en los casos de comunidades con lengua diferenciada, política lingüística. En ningún caso se incluyen los medios de comunicación.

¹¹ También hay algún problema con las cifras, puesto que en el 2008 el Ministerio le atribuía al gasto público de la CAE, 112 millones € cuando los datos del propio Gobierno Vasco para 2009 (año de descenso del gasto cultural) era de 198 millones, excluyendo deportes y medios de comunicación, pero incluyendo toda la política lingüística no reglada, de enseñanza en euskera de adultos (Habe), de funcionarios y profesorado. Además hay ayudas para la promoción del uso del euskera en las empresas (programa LANHITZ). Si esto fuera así el gasto cultural por habitante en Euskadi se elevaría significativamente. Alguno de los dos organismos habrá de revisar sus cifras.

Cuadro nº 3. PRESUPUESTOS DEL DEPARTAMENTO DE CULTURA GOBIERNO VASCO. 2010. (en millones de euros y %)

	Presupuestos 2010	%
CULTURA	71,937	20,25
Estructura y apoyo	7,376	
Promoción de la cultura	34,420	
Patrimonio histórico-artístico	30,141	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	150,180	42,25
PROMOCION DEL EUSKERA	118,330	33,30
Política lingüística	54,191	
Normalización de la Administración	15,220	
Euskaldunización del sistema educativo	48,918	
DEPORTES	14,958	04,20
TOTAL	355,406	100

Fuente: Gobierno Vasco.

Ello nos viene a decir que el Plan Vasco de Cultura (2004-2009) fue un gran proyecto del Gobierno Vasco... pero habida cuenta de las partidas fijas (EITB, política lingüística y sociedades públicas y partidas nominativas) estaba muy insuficientemente dotado. Dicho de otra manera, no se atravesó el Rubicón de la apuesta por la cultura haciendo más propagandístico que real el lema del I+D+i...+la K de Kultura.

El gasto de las administraciones locales: ayuntamientos y diputaciones

Realmente el gasto municipal es el más relevante del gasto público en todas las instituciones del Estado español. El porcentaje más pequeño del gasto público total en 2009 correspondía al Estado (15,1%), seguido de las comunidades autónomas (casi 30%), siendo los entes municipales, y en menor medida las diputaciones (entre ambas 54,94%), las que hacían el mayor gasto para el servicio ciudadano, claro que orientado a patrimonio, equipamientos y difusión, más que a creación y producción.

Cuadro nº 4. **GASTO PÚBLICO CULTURAL EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL. 2008**

	Gasto total local (millones euros)	Gasto por habitante (euros)	Ayts. millones (euros)	Gasto por Habit. (euros)	% horizontal	Diputaciones (millones euros)	% horizontal
España	3.906,52	85	3.214,8	70,5	82,3	688,66	17,1
País Vasco	398,25	186	289,23	135	72,6	106,71	26,8

Fuente: Ministerio 2010. Población Padrón Municipal 2010.

De todos modos en el caso vasco (y canario), además del gasto cultural municipal hay que sumar el significativo gasto cultural de diputaciones (y cabildos). El resultado es que el gasto local de la CAE (gasto público municipal y de entes intermedios) más que duplicaría la media española por habitante (186 € contra 85 €) y supondría 10,27% del total español, más del doble en relación a su población (4,63%).

En este caso el gasto medio público autonómico y territorial por habitante sería en España de 60 euros, y en la CAE de 100 euros. O sea hay un esfuerzo público real¹². El gasto público compensa en parte aquel relativo desinterés social, pero él mismo estaría aquejado de algún sesgo en las prioridades del gasto.

Repartido en conceptos, el gasto público vasco es algo superior a la media en libros y audiovisual, y muy por debajo a la media en artes. Llama la atención la aplicación de más fondos en gasto corriente que en inversión, lo que es un indicador de que se consideran suficientes sus equipamientos. Las apuestas son más en difusión de contenidos que en temas creativos o productivos.

Agrupando todos los conceptos —sin incluir por falta de datos el mecenazgo, especialmente intenso desde las Cajas de Ahorro— tendríamos el cuadro nº 5 de gasto cultural público y privado.

¹² Se sumarían bastantes puntos más si se incluyera como gasto público cultural, por un lado, los gastos en política lingüística (en la parte de sobrecoste que supone en el sistema educativo reglado —puesto que el no reglado ya está contemplado) y el gasto público en sistema de RTV pública, en el que el País Vasco hace una fuerte apuesta puesto que el sistema solo es financiable mediante publicidad en un 25%. Cuando en 2009 la media española de coste neto por hogar de la TV pública autonómica de 110 euros en el caso vasco llegaba a los 200 € por hogar. (Jiménez Guerrero, 2010).

Cuadro nº 5. **GASTO PÚBLICO TOTAL Y GASTO DOMÉSTICO EN ESPAÑA Y CAE. 2008**

	ESPAÑA	CAE
Gobierno de España (millones euros)	1.075,00	1, 3*
CCAA mill. euros	2.129,00	112,219
Gasto de diputaciones y cabildos (millones euros)	688,66	106,710
Administración municipal (millones euros)	3.214,80	289,230
GASTO PÚBLICO TOTAL (millones euros)	7.107,46	509,459
Gasto público por habitante. (euros)	151	233
GASTO DOMÉSTICO (millones euros)	16.694,6	833,6
Gasto social por habitante. (euros)	355	383
TOTAL (millones euros)	23.802,06	1.341,759
% horizontal	100	5,63%
Gasto total privado y público por habitante. (euros)	506	616

Fuente: Elaboración propia con fuentes del Ministerio de Cultura 2010 y Población INE a 1-1-2010.

* Entre 2004 y 2010 el Ministerio invirtió 9 millones en el Museo San Telmo, recién reinaugurado. En 2001 la asignación al País Vasco ha sido de 0,198. En el cuadro se ha puesto una cifra media que dé cuenta de años pasados, puesto que el Ministerio no invierte casi nada en el País Vasco, salvo en el Museo San Telmo y, con posterioridad, en el Museo Balenciaga, de los que es *partenaire* excepcionalmente.

El gasto público cultural desde el Observatorio Vasco de Cultura

La estadística más exacta sobre el importante gasto público cultural es la que aporta el Kulturaren Euskal Behatokia –Observatorio Vasco de la Cultura (KEB-OVC) en su informe de julio 2011 «Financiación y Gasto Público en Cultura» referido a datos del 2008.

El gasto público cultural total gestiona un fondo de 639,37 millones de euros, que sería de 510,155 si tenemos en cuenta solo el gasto público consolidado (eliminadas las transferencias mutuas entre instituciones), cifra similar a la que manejaba el Ministerio de Cultura, también para 2008. Esto supone una ratio de 234,8 euros por habitante, cifra parecida a Suecia (235,9) y muy superior a la media española de 157 euros en ese año, según KEB-OVC. Además, si se tuvieran en cuenta las ayudas a medios de comunicación —a EITB sobre todo— alcanzaría los 606,60 millones de euros.

La distribución entre instituciones —sin EITB y sin computar los presupuestos de los organismos autónomos— del gasto público cultural sería: 57,43 millones de euros por parte del Gobierno Vasco (solo el 0,6 % del presupuesto del go-

bierno en 2008), 104,67 millones de las diputaciones (3,6% de sus presupuestos totales) y 301,425 millones de los ayuntamientos (9,3% de los presupuestos municipales totales).

Sumando todas las partidas culturales públicas llegarían a 463,535 millones en relación al conjunto de presupuestos públicos que era de 15.744, 6 millones en total en 2008. Es decir que el gasto público cultural total era del 3%, y llegaba al 3,9% si se incluye EITB. Hay que advertir que la cifra más baja del total del gasto público cultural es la del Gobierno Vasco con un 12,3%, seguido de las diputaciones con un 22,6%. Los ayuntamientos suponen un 65%. En los ayuntamientos se han incluido las partidas de cultura gestionadas por distintos departamentos y que suponen hasta un 13,4% de los presupuestos culturales.

Mientras el Gobierno Vasco, y en menor medida las diputaciones, son financiadoras del gasto, transfiriendo fondos a otros para que ejecuten acciones, los ayuntamientos (y organismos autónomos) tienen una función de ejecución directa del gasto. En todas ellas los gastos corrientes superan el 60% (en los ayuntamientos el 76%), y la inversión y las transferencias de capital van desde el 23 al 35% según la institución.

El número de empleados públicos vinculados a cultura por el capítulo 1 es de 2.710 (Gobierno vasco, 66; diputaciones 275, ayuntamientos, 1.080 y organismos autónomos 1.289). Si se añaden los empleos generados desde los capítulos 2 y 4, alcanzaría hasta los 3.563 empleos.

Teniendo en cuenta el conjunto de las administraciones públicas se advierte que, por subsistemas, se priorizaron artes e industrias culturales (51%), seguidas de bienes y servicios patrimoniales (35,3%), fiestas y cultura popular (8,4%) y gastos y servicios generales (6%).

Por instituciones hay un equilibrio del gasto en el Gobierno entre patrimonio (52,3%) y artes e industrias (45,7%). Las diputaciones se especializan en patrimonio (67,3%) y, a distancia, en artes e industrias (29,7%). Y, por su parte, los ayuntamientos dan prioridad a artes e industrias (difusión) con un 54,2% y al patrimonio, con 20,2%. Igualmente los organismos autónomos y sociedades públicas se centran en artes e industrias y, en mucha menor medida, en patrimonio.

Por áreas la estructura reflejada en el cuadro nº 6 es llamativa. Se advierte la preferencia neta por la música (18,8%) en el total, con 95,809 millones; los museos (17,9%) con 91,37 millones; y la acción cultural con 69,657 millones (13,7%) si bien concentrada en ayuntamientos, diputaciones y organismos autónomos. Le siguen patrimonio (8,6%) y teatro y danza (8,4%). Entre las 5 suponen el 67,4% del total del gasto consolidado (510,155 millones euros).

Cuadro nº 6. **ÁREAS PREFERENTES DE INTERVENCIÓN PÚBLICA DE LAS INSTITUCIONES VASCAS**

	Actividad 1 en % horizontal	Actividad 2 en % horizontal	Actividad 3 en % horizontal	Actividad 4 en % horizontal	Actividad 5 en % horizontal
Gobierno Vasco	Museos 36	Música 20,1	Patrimonio 11,8%	Audiovisual 11,7	Archivos 5,1
Diputaciones	Museos 31,2	Patrimonio 22,6	Música 10,5	Acción cultural 8,8	Biblioteca 8,8
Ayuntamientos	Acción cultural 23,8	Música 16,6	Servicios generales (personal y otros, 13,3	Fiestas 12,3	Teatro y danza 8,2
Pueblos < 5.000 hab.	Acción cultural 30,8	Fiestas 24,4	Patrimonio 13	Biblioteca 8,3	–
Capitales	Música 20	Servicios generales 20	Teatro y danza 13,5	Acción cultural 13,1	Museos 9,3
Organismos autónomos y Sociedades publicas	Música (18 instituciones, entre ellas OSE y escuelas) 34	Museos (Gugg., BB.AA., Artium ...) 26,1	Teatro (Arriaga..) 10,6	Cine (Filmoteca,,) 10,1	Acción cultural 6,1

Fuente: Kulturaren Euskal Behatokia –Observatorio Vasco de la Cultura (KEB-OVC).

Por capítulos, son muy distintas unas instituciones de otras. Pero, en el conjunto del gasto consolidado, el más relevante es el capítulo 2 (bienes y servicios) con 197,9 millones (38,8%), seguido del gasto de personal (129,7 y 25,4%), las inversiones reales con el 19,7%, las transferencias corrientes (capítulo 4) con 10,6% y las transferencias de capital (3,8%).

3.3. La dimensión económica de la cultura vasca

La cultura tiene grandes espacios de no mercado pero es también un *input* productivo y un importante mercado en la era de la información, del conocimiento y de la cultura.

«Un país como el nuestro, con sus potencialidades y sus necesidades, no debería tener dudas en apostar fuertemente por especializarse en la generación de la cultura, por razones tanto culturales e identitarias como de desarrollo económico y social» (Plan Vasco de Cultura 2004).

Sería deseable un significativo sector de cultura y comunicación que se inserte en un mundo de valores añadidos inmateriales crecientes. Es lo propio en la era tecnocultural, en la que la cultura es un vector económico estratégico de primera importancia y no un mero receptor de subvenciones. La cultura pasaría a ser un sector estratégico y prioritario desde todos los ángulos: el propiamente cultural (contribución a la diversidad desde una cultura minoritaria), tecnológico (dotar de contenidos propios para las redes y para las importantes infraestructuras internas), económico (dentro de la economía inmaterial y del conocimiento), institucional (hacia la centralidad política) y social (la cultura como el *training* colectivo para la adaptación a los cambios).

Se trata de especializarse en crear, producir y reinterpretar la cultura, en la idea de una simultánea construcción de la propia cultura y de su sostén económico. Para ello es esencial atender a las cadenas de valor de los distintos subsectores de la cultura. Incluso los sectores tradicionales ven modificado su estatus por el nuevo lugar social de la cultura. Así, ha quedado obsoleta la tradicional consideración del patrimonio como pura conservación; hoy el patrimonio es visto como generador de nuevas representaciones y significados en nuestra percepción. Los éxitos de los museos vascos nos hablan de una segunda juventud de estos equipamientos con su apuesta por la flexibilidad expositiva y la comunicación cultural viva y directa.

Pero una cosa es el deseo y otra la realidad de la economía vasca de la cultura. El KEB-OVC dio a conocer las principales conclusiones extraídas de la estadística de artes e industrias culturales, con datos de referencia del año 2007.

El estado de las «Industrias Culturales y las Artes» en la CAE, así como el informe anual «Kultura 08-09» y otros informes y monografías del KEB-OVC, indican que por fin contamos con estadística cultural oficial para empezar a hacer un seguimiento fiable de los cambios generales, sectoriales y transversales de la cultura vasca. Esa información es una herramienta para proyectar futuros. Aquí solo seleccionaremos las informaciones necesarias para este informe y que dibujan un cuadro contradictorio.

Un balance general, arrojaría el siguiente panorama:

- a) Se cuenta con un buen número de bibliotecas, 272, con 12.411 puestos de lectura en el 2007, con 665 empleados, 4.021.258 volúmenes y 20.668 publicaciones periódicas.
- b) En el 2008, había 58 museos, de los que el 57% eran públicos. La proporción era de 2,69 museos /100.000 habitantes, con 841.201 fondos que generan 2.325.800 visitas (62% en Bizkaia, 29% en Gipuzkoa y 9% en Araba). Los más visitados son los de Arte Contemporáneo, Generales, Bellas Artes y Ciencia y Tecnología. Sorprende saber que económicamente, las entradas cubren el 82,9% de sus gastos de explotación, aunque en infraestructura e inversión es especialmente necesaria la acción pública. El país se ha especializado en museos.

c) En 2007 el sector de la producción de las artes escénicas lo componían 68 compañías (50 de teatro y 18 de danza) —buena parte de ellas con cierta tradición— que realizaban unas 5.000 representaciones anuales. La mitad de ellas se daban dentro de la CAE pero el 40% se ofrecía en el resto del Estado y el 6,6% en extranjero. Dada la estacionalidad y la intermitencia, solo se estabilizaban 183 puestos equivalentes a jornada completa cada año. El sector está liderado por 5 compañías que logran un tercio de la facturación del sector.

Contrariamente a lo que se cree el peso de la subvención pública directa es reducido en la facturación al sector (14,6% de los ingresos de las compañías) aunque es superior (33,7%) en el caso de la minoritaria danza. La facturación conjunta anual, e incluidas subvenciones, es cada año de 12,80 millones de euros.

d) La programación escénica atrajo en 2007 a más de 650.000 espectadores desde 1.045 espectáculos en itinerancia y un total de 3.318 representaciones (una media de tres representaciones por obra y concentrada en dos o tres días en un mismo lugar). Son cifras importantes que nos hablan de la madurez del sector que, además, ha permitido sostener la interpretación en la digna ficción cinematográfica iniciada en los años 60/70 y la programación creativa televisiva desde mediados de los años 80 (la ley de creación de EITB es de 1982). Esto justifica la apuesta por una Escuela Superior de Artes Escénicas como Eszenika.

Las salas mayores acaparan al 45,5% de los espectadores. Los programadores de artes escénicas generan más de 230 puestos de trabajo directos. El euskera es predominante en el teatro infantil (80% de las representaciones), mientras que en el teatro para adultos disminuye hasta el 18,4% de las representaciones.

El apoyo público es muy significativo en la programación-difusión puesto que las Administraciones invierten un total de 40 euros por espectador de media para salas y festivales, lo que significa un 37% de apoyo en los ingresos de las salas y un 47% en el caso de los festivales.

e) En cuando a centros de producción y exhibición de artes visuales hay una larga tradición. Hay 821 salas públicas y privadas de exposición, 32 galerías y 8 centros de producción, totalizando 122 agentes con 1450 trabajadores equivalentes a jornada completa. El Guggenheim ha creado en el entorno de Bilbao cierta efervescencia.

En 2007 hubo 946 exposiciones que en un 77,3% fueron para artistas vascos, aspecto éste que funciona de promoción. Facturaban 11,83 millones de euros.

Las subvenciones son muy mayoritarias por razones obvias en centros de producción tipo Arteleku o BilboArte (74%) y salas públicas, mientras que es escasa en salas privadas (12,6%) y en galerías de arte (5,5%).

f) Las productoras audiovisuales son, en su mayoría, pequeñas y medianas empresas productoras, siendo las de mayor dimensión las que producen para TV (11 de las 16 existentes supera el millón de euros de facturación anual). En 2007 las productoras vascas realizaron 875 producciones —el 40% para la televisión— generando 916 puestos de trabajo directos.

Se estima en Eiken que el número de empleos del sector (incluido EITB) es de 1.993 personas, con una facturación de 107 millones de euros, aunque con una exportación limitada (2%), una asignatura pendiente.

La industria audiovisual es casi autónoma respecto al sector público, aunque el cine y el documental cuentan con un apoyo especial. Por su parte las producciones en euskera dependen en un 40% de la financiación de la TV, de EITB en especial.

g) Las 217 salas vascas de cine (46.000 butacas) realizaron 190.000 proyecciones en 2010 de los que solo el 3% —unos 5.800 pases— fue en euskera. Ya en 2007 un 27,4% de los cines (10% de las salas) disponía de la tecnología 3D. En la actualidad se ofrece en casi todos los complejos de salas. Desgraciadamente, siguen desmantelándose las salas de ciudad.

h) En cuanto a empresas editoriales, en 2008 había 110 empresas, que empleaban a 570 personas. En el mercado vasco se facturaban 183,46 millones de euros de los que el 74% del mercado de la CAE lo absorbían las editoriales de fuera de la CAE. Pero, a su vez, las editoriales vascas captaban 31,44 millones de euros en el mercado español o latinoamericano en castellano. La facturación de las empresas vascas era así de 79,26 millones de los que el 48,4% viene de la edición en euskera, una especialización real.

Cada empresa tenía una media de 5,2 empleados, En euskera se editan 1.563 títulos al año y 3,59 millones de ejemplares. Los lectores habituales son el 52,7% de la población, y los ocasionales el 29%.

i) Hay 24 empresas discográficas (13 en Gipuzkoa, 11 en Bizkaia y ninguna en Araba) que en 2007 facturaron 4,69 millones de euros y apenas ingresan subvenciones (2,9% de la facturación). Editaron 138 referencias con 236.948 copias de las que se vendieron el 55%.

j) En cuanto a los medios de comunicación en 2009, la audiencia de medios era muy importante: Prensa 964.000 lectores, Radio 1.111.000 oyentes y TV 1.591.000 televidentes. Las empresas vascas configuran un sector significativo que es mayoritario en consumo de prensa (grupo Correo), mantiene una fuerte presencia en radio (sobre todo radio pública) y es muy descendente en TV, ya que ETB solo supone en 2011 el 10% de la audiencia, a la que habría que sumar menos del 2% para la TV local en su conjunto.

Según Eustat en 2010, el 50,2% de la población leía prensa. La cifra más alta del Estado. Los líderes eran El Correo 24,1% con 475.000 lectores y una difusión de 106.684 ejemplares de media diaria anual; Diario Vasco 14,2%, con 265.000 lectores y una difusión de 74.146; Deia 4,4% con 91.000 lectores; Gara 4,1%; Berria 2,7%, Noticias de Gipuzkoa 1,6%, Noticias de Álava 1,6%, El País 2,4%, el Mundo 1,6%, Marca 4,8%, Mundo Deportivo 2,9% y otros, 2,6%.

La prensa es un sector singularísimo. El Correo en 2009, tenía 193 empleados fijos y una facturación de 64,33 millones de euros; el Diario Vasco 112 empleados y una facturación de 44,1 millones de euros; Deia, 132 empleados y 14,62 millones de facturación; Baigorri Argitaletxea, que edita Gara, 77 empleados y 8,84 millones de euros de facturación; Euskal Editorea, que edita Berria, 102 empleados y 6,35 millones de euros de facturación; Urgull 2004, que edita Noticias de Gipuzkoa, 3,82 millones de euros. O sea unos 600 empleados directos —de los que la mitad pertenecen al grupo Vocento— y un importe total de facturación 142 millones de euros — $\frac{3}{4}$ partes de la facturación total era de Vocento—.

La radio tenía 59,3% de oyentes, siendo líder Ser convencional con 12% de la audiencia, seguida de Radio Euskadi 10,5%, 40 principales 8,3%, Euskadi Gaztea 6,6%, Euskadi Irratia 4,5%, Radio Nervión-Gorbea 4,4%, RNE 4,1%, Cadena-100 4%, Onda Cero 3,7%, Onda Vasca 3,5 %, Kiss 2,5%, Punto Radio 3,5%, Cope 1,6%, Herri Irratia 1%.

En cuanto a la televisión (según Kantar Media, Noticias de la comunicación, nº 313, Mayo 2011) las audiencias eran: Tele 5 18,4%; TVE1 15,2%, A-3 9,2%, ETB 2 8,5%, La Sexta 7,4%, Cuatro 7,3%, ETB-1 1,9% y otras (temáticas y de pago) 29,1% en conjunto aunque muy fraccionado. Es decir los medios propios alcanzan solo el 10-11%, cuando hace dos años —antes de la digitalización y del cambio de responsables— llegaban al 20%.

k) Recopilando todos los datos, sobre un total de 179.973 empresas de la CAE, las empresas del ámbito cultural se estimaban en 6.367, un 3,5% del total de la CAE. Cifra que no es para menospreciar. De ellas el 78,3% tenía 1-2 empleos, porcentaje cercano a la media general vasca (74,8%).

Comparativamente con el Estado español supone el 5,1% del total de las 70.109 empresas culturales del Estado español, cinco décimas por encima de lo que significa poblacionalmente. La CAE ocupa el 5º lugar en número de empresas después de Madrid, Cataluña, Andalucía y C. Valenciana. Una posición intermedia.

En cuanto a empleo en la CAE la cultura se traduce en 19.340 empleos que significan solo el 1,9% de los 995.375 empleos generales. Estaban repartidos entre los 7.772 del ámbito de las artes gráficas, fabricación y fotografía, los 4.844 del comercio cultural y los 6.724 de los servicios culturales.

Comparando con los 562.000 empleos del ámbito cultural en España el porcentaje del empleo cultural de la CAE respecto al total era de 4,5%, algo menos que su población. Hay una centralización. Ocupa así el 6º lugar en número de empleos (después de Madrid, Cataluña, Andalucía, C. Valenciana y Galicia) pero el 4º lugar (tras Madrid, Cataluña y Andalucía) respecto al porcentaje de empleos culturales dentro del total en cada comunidad.

Analizando por territorios, Gipuzkoa representa en sector editorial, escénico, fonográfico y audiovisual un porcentaje bastante superior del que le correspondería por población en la CAE, lo que indica una cierta especialización del territorio, con acento en la producción en euskera. Y ello a pesar del vitalismo cultural del Gran Bilbao.

Con una visión más cualitativa se advierte la fragmentación productiva con alto predominio de micropymes y unas pocas empresas de envergadura. Entre estas destacan las vinculadas a Vocento, especialmente Correo y Diario Vasco, una empresa pública como EITB, o la operadora territorial semipública de TLC, Euskaltel, o empresas de edición y distribución como Elkar o audiovisual como K 2000. Prácticamente, ninguna multinacional de comunicación de la cultura tiene sede en la CAE y, en cambio, algunas empresas vascas han ido pasando bajo el control de empresas fuertes de fuera de la Comunidad (Ediciones Deusto a Planeta, ITESA a Vértice 360º, la citada K 2000 a la catalana Media Pro...).

4. UN MODELO TAMBIÉN ECONÓMICO PARA LA CULTURA VASCA

Se constata que no hay apoyos públicos significativos a industrias culturales y creativas mientras que el patrimonio, los equipamientos y la programación —difusión absorben los mayores esfuerzos. Un concepto muy clásico de cultura —propio del modelo paternalista de «democratización cultural» de los años 70/80 en Europa— que no le prepara a la cultura vasca para afrontar la era digital.

La foto económico-cultural es aún de la era de la cultura patrimonial e industrial y que no se corresponde con el salto que ya ha ocurrido en el tejido industrial *clusterizado* vasco. La economía vasca de la cultura está todavía muy alejada del modelo neoschumpeteriano de apuestas por la oferta y la innovación y, sin embargo, el margen para el crecimiento y en especial desde el *mix* con las TICs de la era digital es enorme. Pero para ello hay que hacer la apuesta y nuestras élites, sean del color ideológico que sean, no lo han hecho y ni hay trazas de consciencia sobre el tema.

Posiblemente la ola de política industrial de *clusters* de la economía vasca (basada en el modelo de competitividad regional de Michel Porter fundamentado en las relaciones de los distintos agentes y medio, la proximidad, la confianza, los valores

compartidos y territorio) ya ha dado mucho de lo que tenía que dar de sí tras la crisis estructural entre 1980-1993¹³.

De todos modos, aunque la tendencia sea otra no deben ser desaprovechadas más interacciones, más cooperación, más redes, más especialización, más apuesta por el I+D+i, más inserción en el tejido territorial, más cruces horizontales sinérgicos...y, quizás, menos tecnoestructura, y más definición de campos reales, más redes de investigadores, creadores, tecnólogos, ingenieros, economistas, agentes sociales...y más proyectos debidamente diseñados, desarrollados y contrastados.

Cambian las formas de productividad al combinarse, sobre el trabajo, la energía y los sistemas productivos con sus consiguientes aparatajes, el conocimiento, las redes de información y la subjetividad, teniendo en cuenta que el reconocimiento del valor requiere el aprecio y dictamen de la demanda, una *tirana* hoy que, de todos modos, acaparan pocos oferentes.

También se da la oportunidad para combinar el clásico modelo DUI (*doing, using and interacting*), de innovación práctica y basada en el trabajo industrial, la experiencia, el acierto y error y el aprendizaje, tan propio del caso vasco, con el más convencional, basado en el conocimiento científico y aplicativo STI (*science, technology and innovation*) (Orkestra, 2008; Asheim, 2009; Alberdi, 2010; Zallo, 2010).

La propia OCDE recomienda arreglos en esa estrategia cuando dice que el País Vasco es un país innovador medio alto (capital humano formado, una reconocida capacidad industrial, una economía interconectada en *clusters*, con conciencia de la importancia del I+D, con innovaciones tecnológicas internas) pero una limitada presencia en innovación externa, con pocas pymes que inviertan en I+D+i, con universidades poco conectadas, con déficits en investigación científica, así como en investigaciones no tecnológicas y en creatividad.

Posiblemente se requiera una estrategia económica renovada de la innovación. Pero también más allá, pensando desde una conceptualización del país que se quiere y del modelo de sociedad que se propugna y, todo ello, desde una gobernanza democrática participada¹⁴. La dimensión del país lo hace posible.

¹³ En ese periodo de crisis, según Alberdi (2010), se dio una alta rentabilidad bruta de capital productivo, una creciente productividad sobre salario, una creciente población activa y una alta mecanización que disparó el excedente muy por encima de los salarios. Se formó así un cambio estructural de modelo productivo con continuidad en la base industrial, con crecimiento en base a beneficios y no en base a salarios compensados con la demanda externa de alta exportación, y con crecimientos significativos del PIB per cápita en las décadas posteriores, con repunte de la productividad en los años 2000, a diferencia de España. Y ello a pesar de que la inversión extranjera se concentraba en Madrid (60%) y Cataluña (16%) y la de la CAE solo llegaba al 2,84% del total entre 1993-2009.

¹⁴ Wagner y Dietachmair (2009) insisten en este último aspecto.

De hecho los sistemas regionales de innovación dan pie a pensar la innovación desde el desarrollo territorial, y a entender éste, no ya como parte de la geoesfera, sino como un espacio de procesos múltiples, entre ellos el cultural, y como un vector de la ciberesfera.

Respecto a la conceptualización del país, de la sociedad y de la gobernanza que se quieren —rescatando algunas ideas de un cuadro de Alberdi y Zallo elaborado en 2008 para el i-talde de conceptualización de Innobasque— cabe pensar: en un país con una gestión sostenible de los recursos y del territorio; un país con identidad, reconocible y en evolución; en una sociedad avanzada, equitativa, integradora, de igualdad de géneros, pacificada, cívica y conectada, en permanente aprendizaje, con capacidad crítica, abierta e innovadora, siendo el conocimiento integral su principal recurso; con una economía de alta productividad y redistribuidora, basada en las personas, su conocimiento y la colaboración en el marco de la globalización; en un funcionamiento institucional eficiente y de servicios de calidad, que lidera o, al menos, anima a cambios de forma participativa y democrática activando energías sociales y creativas.

Más que un *desideratum* es una perspectiva conductora que apunta a una visión holística, funcional e integral de la innovación, que cabría entender como un «contrato colectivo desde una comunidad inteligente y abierta para una vida digna y participativa en un pequeño gran país»¹⁵.

5. CIUDADES: DONOSTIA 2016.... COMO PUNTO DE INFLEXIÓN

En cultura cabe distinguir entre la parte patrimonial y de equipamientos y la parte de artes e industria cultural. La parte patrimonial, en las ciudades sobre todo, ha conocido un importante desarrollo con cargo al erario público con una apuesta por la monumentalidad, la arquitectura de firma, la preeminencia de los equipamientos sobre los servicios que pueden ofrecer, y de la difusión sobre la producción, y con la tentación de seguir repitiendo el modelo hasta la saciedad. En cambio, la parte de artes e industria cultural y mediática, continúa con un desarrollo espontáneo, acotado, limitado y pendiente de una estrategia general vinculada a la calidad, a la digitalización en curso y a las prácticas sociales.

La estrategia cultural de las ciudades vascas a lo largo de las décadas de los 90 y 2000 ha sido fundamentalmente de equipamientos. Una estrategia cómoda para las autoridades porque ahorra tener que pensar en una estrategia cultural integral y, mediante la edificación, el resultado es visible hasta para la posteridad. Donostia con su Kursaal y proyecto Tabakalera; Bilbao con su Guggenheim, Euskalduna y Alhóndiga a medio ocupar; Vitoria-Gasteiz que, además del Artium, ha emprendido la construcción de un auditorio, que la nueva administración municipal ha detenido,

¹⁵ Documento de Zallo para el i- talde de conceptualización de Innobasque de fecha 14-11-2008.

al igual que KREA. A ello hay que añadir algunos actos y festivales exitosos en torno al cine, al jazz o al rock.

Obviamente también se hacen otras cosas —*cluster* audiovisual, Eszenika, Polo de Innovación Audiovisual de Zuatzu,...— pero ha quedado en penumbra frente al discurso político y mediático del gran equipamiento.

Equipamientos todos ellos necesarios, que dada la falta de una visión general y nuevas iniciativas, han cumplido el papel de sustituir a un proyecto estratégico cultural de ciudad y territorio. Bilbao/Bizkaia, por ejemplo, pareciera haberse dormido tanto en los laureles de la autocomplacencia que no ha pensado en términos de futuro, y cuando ha empezado a hacerlo, solo se le ocurría la repetición: otro Guggenheim. Posiblemente lo que falte es reflexión sobre el tiempo actual, y eso que los sucesivos planes de cultura del Gobierno Vasco y los informes del Observatorio daban pistas sobre ello.

5.1. Donostia 2016

Curiosamente la victoria de Donostia como Ciudad Cultural Europea de 2016, brinda la ocasión para mover completamente el tablero, un tablero que, en verdad, no se hubiera movido y que incluso se hubiera estancado durante años bajo los efectos de la depresión que sigue al desencanto que se hubiera producido en caso de no haber obtenido el ansiado título. Fue una apuesta muy arriesgada pero ha salido bien, y va a situar a Donostia en la centralidad cultural vasca y española de ahora hasta el 2016, y en la centralidad europea en ese año.

En la racionalidad de la gestión humana de éxito caben fundamentalmente dos vías. Por un lado, la planificación consciente, la anticipación, que para su legitimidad requiere de participación y de consensos amplios y que es una vía segura, como en los planes urbanísticos o un plan de cultura. Por otro lado, cabe la acción contundente, arriesgada, de apuesta hecha por una élite que, en caso de acierto, cambia el marco y da lugar a una estela de honor para ella (Guggenheim, la Donostia 2016), pero en caso de fracaso o desproporción (Ciudad de la Cultura de Galicia o Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia), habitualmente y mediante la táctica de la *tinta de calamar* no suele destapar responsabilidades sobre los costes incurridos. Un modo de ejercicio de la política poco acorde con las reclamaciones de saneamiento democrático y de mayorías responsables.

Parece preferible la primera vía —más democrática y segura— pero en caso de haberse producido la segunda, conviene introducir factores planificadores posteriores para darles todo el rendimiento. No sería sensato obstaculizar futuros a un hecho imprevisto positivo como tampoco dormirse en la autocomplacencia del jugador afortunado.

Donostia tras ganar el concurso de la capitalidad europea 2016, tiene la oportunidad de que el poso que quede tras esos 8 años en Gipuzkoa no sea solo el de la memoria festiva sino sobre todo en dos planos.

Un primer plano, cultural y social, incluido el clima político. Se trata del eje de desarrollo cultural cualitativo, de pequeñas infraestructuras nuevas, de convivencia mucha convivencia aprendida, de creadores más capaces, de nuevos creadores, de entornos colaborativos, de saber hacer, de imagen, de capital humano...

Un segundo plano, económico, que se traduciría en relaciones, alianzas de distinto grado hacia dentro y fuera, empresas nuevas, capital inmaterial, nuevo tejido económico, capacidad de absorción de conocimiento.... y que serían una nueva base, más alta, para nuevas trayectorias.

Por ejemplo, el balance de Stavanger (Noruega) como Capital Cultural Europea 2008 se centró en el plano económico. Se trata de una ciudad parecida en tamaño a Donostia pero que de pobre pasó a rica con el petróleo, y que ha aprovechado el evento de la capitalidad para diversificar su economía en el ámbito cultural y creativo y para no ser tan vulnerable ante la esperada decadencia de la industria del petróleo. Realizado el balance por N. A. Bergsgard *et al.* (2010) contiene un método interesante para valorar resultados y, también, para saber qué variables son de interés desde ahora para planificar proyectos.

Por el tipo de proyecto ganador, Donostia 2016 tendrá más temas a valorar que en Stavanger, ya que mezcla lo micro y macro en lugar de centrarse en el megaevento y espera generar rendimientos sociales en convivencia. Incluso hay una lectura política, puesto que es una oportunidad que tienen las nuevas autoridades guipuzcoanas para mostrarse en sociedad con capacidad integradora de gestión.

El programa Donostia 2016 está estructurado en cuatro grandes ejes temáticos que recogen por ahora hasta 62 actividades a realizar y vinculadas entre ellas: el 'faro de la paz', el 'faro de la vida', el 'faro de las voces' y el 'faro del mar y de la tierra'. Las actividades surgen de métodos de trabajo orientadas a cambiar la realidad sociocultural e impulsar la creatividad: laboratorios de energía ciudadana pensados para la participación y la autogestión personal y colectiva; laboratorios transmedia para un máximo uso de las ventajas de las tecnologías en código abierto y conocimiento compartido; laboratorio de arte y creatividad; laboratorios de lenguas para potenciar el uso del euskera; y laboratorios de parques culturales de encuentro entre la naturaleza y sociedad, y especialmente con la eurociudad transfronteriza.

Para la comunicación se utilizarán los viajes (un tren y un barco), un modo de comunicación para aprender a gestionar lo cotidiano (el circo) y el éter o sea la oficina móvil atenta a temáticas y un punto de conexión social.

El premio se ha otorgado al proyecto por su magnífica conceptualización, su implicación social y su modelo de programación con un calendario de 8 años. Abre un horizonte de oportunidad para poner la cultura en el centro de la política, con fuertes repercusiones en el ámbito social y económico no ya solo para Donostia, sino para toda Euskal Herria, incluidos Bilbao y Gasteiz.

Donostia ha ganado con legitimidad con un proyecto encajado, polivalente, original, con pilares profundos, transversalizado y tramado en actos, intenciones y calendarios y con una idea de cultura mucho más amplia que la elitista al uso, incluyendo su adaptación a las necesidades y demandas sociales y la utilización de la cultura para la convivencia en un país de violencias, y en un contexto —¡no lo olvidemos!— de camino sin retorno hacia la paz, al que además puede contribuir y mucho.

En los próximos años de desarrollo del proyecto se supone que se concretarán mucho más los objetivos evaluables, los medios de gestión, los presupuestos, la estructura, los encargos... Pero para darle más potencia a las acciones es mejor saber el terreno que se pisa. Para el concurso no era preciso explicitar un diagnóstico preciso y compartido de problemas y de recursos de Gipuzkoa, pero ahora sí procede poner a diagnosticar a muchos y distintos colectivos sociales entrecruzados, utilizando este periodo colectivo de reflexión obligada como una oportunidad multifactorial. Ello encaja como anillo al dedo con las «olas de energía ciudadana».

5.2. Oportunidades

¿Qué oportunidades abre este acontecimiento y su proceso en un calendario a 8 años: 2012-2020?

- a) Va a movilizar recursos institucionales tanto de Donostia como de Diputación —entre 2011-2015, al menos— y tienen también una obligación económica el Gobierno Vasco y el Gobierno de España, y en menor medida la Comisión Europea. Esto quiere decir que la cultura no va a ser un gasto sacrificable en esta época recesiva sino que estará en la centralidad del gasto público al menos en Gipuzkoa, lo que podría significar también su consideración como actividad prioritaria desde el punto de vista fiscal, atrayendo recursos sociales y empresariales. Esto significa que es también una oportunidad para normalizar relaciones institucionales.
- b) Es una oportunidad de capitalización cultural, en cinco sentidos:
 - capitalización micro porque está muy pensada para iniciativas participativas y para la capitalización colectiva en educación cívica, cultural y cibernética;
 - capitalización institucional porque después quedaría organización y experiencia en el reguero de acciones previstas;
 - capitalización relacional interna en dirección a la convivencia y que es uno de los «Faros» preferentes y que, de paso, servirá de aterrizaje para una izquierda abertzale normalizada;
 - capitalización relacional externa en dirección a Europa, para huir del enclaustramiento;

- capitalización tanto pública —microequipamientos— como privada al generar empleo y dar trabajo a centenares de empresas de la industria cultural y a miles de artistas, pudiendo dejar un tejido especializado que habrá de ampliar sus oportunidades fuera del territorio.

- c) El previsible crecimiento del turismo cultural, tendrá efecto en los servicios de hostelería y otros que se verán multiplicados.

Es ahí donde las instituciones deben tomar algunas cartas en el tema. La tendencia, en la ciudad más cara del Estado español, va a ser a que se encarezca aún más la vivienda, alimentación, objetos y servicios de todo el entorno, por una alta demanda y una limitada oferta, lo que se traduciría en un *agosto* de pocos y un descenso del nivel de vida de los más, consiguiendo, a posteriori, el repudio ciudadano para el D2016. Preverlo, para evitarlo, es una misión institucional de primer orden con pactos y compromisos institucionales y corporativos.

- d) Es una ocasión para reflexionar sobre los proyectos y realidades culturales. ¿Cómo contribuirán en la misma dirección instituciones como el Jazzaldia, Zinemaldia, Tabakalera o la escuela de Gastronomía? ¿Cómo hacer el aprovechamiento *on line* de toda la sucesión de eventos e internacionalizarlos. ¿Cómo lograr que la vida cultural sea permanente en lugar de estacional? ¿Y el modo relacional entre sector público, sector privado y tercer sector? También es la ocasión para habilitar los compromisos derivados de los planes de cultura para la CAE.
- e) Siendo el euskera uno de los ítems relevantes —en el Faro de las Voces— ¿qué sinergias se han de generar en las industrias de la lengua, en el euskera en Internet, en la traducción automática, en el uso del lenguaje cibernético, en el contagio de modernidad de la cultura euskaldun?
- f) La marca de Donostia- San Sebastián está vinculada, a turismo, marco incomparable de ciudad con playa, belleza, eventos, pintxos, y... a conflictos ocasionales. Es la ocasión para vincularla a alta cultura, a cultura popular vasca, a turismo cultural, a I+D+i, a creación, a producción inmaterial...y a convivencia. Pero para hacer esto último no sirve de nada el *marketing* —saltaría a la primera ocasión— sino canalizar los problemas que están en la base.
- g) Donostia es mucho más que turismo y cultura. Están los parques tecnológicos, la industria, Zuatzu, centros tecnológicos, la conexión con la Estrategia 2020 Donostia-San Sebastián. Pero además están las comarcas con vida propia y una potente industria, el mundo cooperativo y entidades financieras. Una oportunidad para empujar todos en la misma dirección y para obtener sinergias para cada institución o evento.

5.3. Capitalidad cultural europea... también para Bilbao, Gasteiz, Iruñea y Baiona

Era Bilbao la que estaba predestinada en esta época, por su tamaño, sociedad compleja, viveros creativos y referencialidad internacional desde el éxito del Guggenheim (pocas ciudades medias están en el mapa cultural) a liderar la oportunidad para especializarse en I+D+i cultural y social. Pero inesperadamente el logro de la capitalidad cultural europea de Donostia para 2016 cambia el panorama, y coloca a Gipuzkoa en el disparadero de una especialización cultural, salvo que todos los territorios lo entiendan y hagan una apuesta general y sinérgica. Eso requiere liderazgo gubernamental y territorial.

Es evidente que los próximos años Donostia queda favorecida en la carrera por vincular territorio, ciudad y cultura respecto a Araba o Bizkaia. Siendo capital cultural europea no puede dejar de ser la capital cultural vasca al menos en estos años.

Pero ¿eso es malo para los otros territorios hermanos y limítrofes de Navarra, Bizkaia, Araba o Iparralde? Ni mucho menos, y sólo si así lo quieren. En realidad es al contrario. Cada territorio tiene sus recursos, su oportunidad para aprovechar sinergias en esa dirección, aprovechando los diagnósticos e iniciativas en los planes de cultura de la CAE o en sus propios territorios, sabiendo que Donostia 2016 no resta sino que da bastante más a todos que si no se hubiera producido su capitalidad.

Lo razonable es que ayuden a Donostia y se sitúen en algunas de las ondas del oleaje «de energía ciudadana». Una oportunidad para la convivencia entre ciudades y para entamar el espacio cultural que siempre ha sido Euskal Herria y una oportunidad para la Euskal Hiria. Pero, además, las otras ciudades y territorios deben aprovechar la centralidad de la cultura en estos años para pensarse a sí mismas y programar su propio desarrollo cultural, mediante las estrategias públicas concertadas para movilizar a todos los agentes y definir un diseño y unos compromisos.

Así, por ejemplo, Bizkaia y Bilbao pueden impulsar muchas iniciativas: poner en marcha Fábricas de creación¹⁶ o propiciar centros culturales polivalentes y autogestionados¹⁷ que espesan la trama social y la creación *amateur* y son compatibles con los centros cívicos convencionales; un plan de apoyo a la industria cultural; revisar los *curricula* en arte y cultura en los centros escolares; repensar Zorrozaurre como Parque Tecnológico y Social Urbano, siguiendo el modelo Distrito 22@; proponer convertir el Museo de Bellas Artes de Bilbao en Museo de Euskadi; diseñar el Museo

¹⁶ Acerca del papel de las nuevas «fábricas» de producción cultural dentro de este contexto. Jesús Carrillo (2009) lanzaba la siguiente inquietante pregunta: «¿Son catalizadoras de la intrínseca potencia cultural autónoma de la colectividad o meras diseminadoras de un modelo social que se pretende constituir en hegemónico?».

¹⁷ Un caso exitoso por sus actividades y dinámicas participativas ha sido el Gaztetxe de tercera generación Kukutza 3, muy integrado en la vida social de Errekalde (Bilbao) desde 1998, y hoy recientemente derribado, tras la recalificación municipal y ulterior compra privada.

de Historia y Sociedad Vasca cuya oportunidad no se supo ver cuando se remodelaba San Telmo de San Sebastián hace unos años; poner las bases para un Museo de la Industria y la tecnología; o reapropiarse del Guggenheim para una nueva etapa...

Todo ello también sería bueno para Donostia o Gasteiz. Iría en la dirección de que la CAE y Euskal Herria como un todo se especialicen en cultura y tomen la marea de la cultura digital.

6. ESPECIALIZARSE EN CULTURA Y COMUNICACIÓN

El debate de la innovación social y cultural quizás clarifique las prioridades culturales de las élites, demasiado empeñadas en repetir los modelos de los años 80 y 90. Toca hacer la apuesta por los contenidos y el capital humano y social, que son los que harán la diferencia en un concierto internacional cada vez más exigente en capital cultural, tecnológico e intelectual. Y más para un país pequeño de alta cualificación y cultura propia, el País Vasco.

No cabe estar satisfechos aunque se haya hecho un importante camino de política cultural. La primera etapa, en los primeros años 80, fue de atención a las demandas sociales en difusión y equipamientos de base tras el desierto franquista. La larga segunda etapa fue de normalización e institucionalización, y fue tan excesiva que convirtió a las propias Administraciones autonómica, territorial y local y a las instituciones culturales fiables, en las protagonistas de la cultura. Absorbían la inmensa mayoría de los presupuestos en perjuicio de creadores, productoras y cultura social viva. En la tercera etapa, en 2002, irrumpe la planificación participada pero no se da un salto presupuestario ni de estructura. Sigue sin cubrirse suficientemente a los creadores ni poniendo en el punto de mira la cultura viva o la cultura social como semillero de cultura libre y autogestionada.

El gasto público ha compensado en parte el limitado nivel de la cultura colectiva pero se evidencia que, aun siendo un país relativamente culto, aún no se ha hecho la apuesta de especializarse en el otro I+D+i: el arte, la cultura y la comunicación. Ello pasaría por una potenciación general del aprendizaje colectivo en todas las disciplinas culturales.

Señalando prioridades a nivel europeo, el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología¹⁸, definió tres primeras comunidades de conocimiento e innovación CCI en castellano, (*Knowledge and Innovation Communities*, en inglés): el cambio climático, las energías sostenibles y todo lo relativo a la sociedad del conocimiento. En el marco de la Sociedad del conocimiento, la cultura y las comunicaciones pueden ser

¹⁸ Los CCI reúnen universidades, centros de investigación y empresas en asociaciones integradas y son bancos de pruebas de la innovación para la creación de nuevas empresas y la innovación social. Press Releases. Referencia: IP/09/1950 Fecha: 16/12/2009. Consulta en: europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?

ámbito de referencia. Posteriormente el Instituto definió otras siete. Euskadi cuenta con tres comunidades de conocimiento consolidadas que pueden ser puente hacia ese Instituto en tres áreas: biociencias, nanociencias y *manufacturing*.

Desde el punto de vista del desarrollo, cada país debe ir señalando sus preferencias de especialización hacia el ámbito en el que tenga más oportunidades. Así las prioridades vascas parecen ser la biotecnología, las nanotecnologías, las energías alternativas y la electrónica para los sistemas de transporte, tal y como rezaba el Plan de Ciencia y Tecnología e Innovación 2007-2010 de la CAE. El PCTI 2010 no apunta unas preferencias tan marcadas y se propugna una etapa de extensión de la innovación por doquier y de parámetros cualitativos y metodológicos en la extensión de la innovación. Su idea es «permeabilizar todas las áreas que en una sociedad influyen en los resultados económicos», en una orientación que busca eficiencia y resultados, y en la que se trata de incrementar la productividad mediante la ciencia, la tecnología y la innovación.

Esa innovación debería alcanzar a la comunicación y la cultura. Una sociedad de alto desarrollo económico asumiría una grave hipoteca para su autogestión adaptada a los tiempos cada vez más exigentes en maleabilidad, reflexividad y resistencia-readaptación si, simultáneamente, no afronta un desarrollo cultural y comunicativo general. Además la apuesta económica y tecnológica por la cultura —generar tanto un sector propio como unas demandas culturales de calidad— ha de significar el respeto a la función social de la misma, una alianza interna en los Gobiernos de los distintos escalones de la CAE y una fijación de las prioridades desde los departamentos de cultura en diálogo con los sectores culturales y con los departamentos más relacionados con la economía.

Los recursos de partida para la especialización cultural vasca en la era del conocimiento serían: el sistema regional de TLC (Euskaltel), la abundante ingeniería, EITB, grupos de *media*, equipamientos y eventos culturales de intenso uso social y algunos de ellos de prestigio internacional, centros de estudios medios y superiores de artes, sociales e ingenierías, cierto nivel de creación, euskera, tejido empresarial cultural relativo y tradición emprendedora... Y la inevitabilidad de la apuesta por el desarrollo cultural en una cultura minoritaria.

Para no partir de especulaciones cabría recuperar, conciliar y cruzar las aportaciones nonatas del informe-plan «Orientaciones para el II Plan Vasco de Cultura: 2009-2012», que fue aprobado en febrero de 2009 por el Consejo Vasco de Cultura de la anterior legislatura (2006-2009), y algunos contenidos del aun no ratificado «Contrato Ciudadano por las Culturas» del gobierno socialista (2009-..).

Se asumían en ambos como criterios para la planificación:

- a) una *gobernanza* participativa en la toma de decisiones en claves de eficiencia y democratización desde su gestación y en su gestión;

- b) una exigencia social de Estado del bienestar, y que incluye el acceso a la cultura y la integración cultural, con el apoyo a la cultura de base;
- c) la estrategia de Goteborg sobre el desarrollo sostenible que equilibra recursos, capacidad productiva e intercambio, lo que encaja con proyectos de entornos inteligentes y sostenibles.
- d) los triples compromisos de la Agenda de Lisboa en la era digital cuyas tres metas, sostenibilidad, la economía del conocimiento y la sociedad de la información son el fundamento de la cohesión social;
- e) y, finalmente, la estrategia de la diversidad cultural de la UNESCO que parte del reconocimiento de las identidades.

El logro de un desarrollo cultural avanzado se haría desde cinco grandes criterios estructurantes, y que podrían seguirse mediante indicadores:

1. Eficiencia y gobernanza de la Administración, y haciéndolo de forma participativa.
2. Conocimiento, con singular peso del Observatorio vasco de la cultura (KEBOVC).
3. Accesibilidad, que pone el acento en la sociedad y su relación con la cultura en busca de la dinamización colectiva, integración y cohesión social.
4. Vitalidad cultural que pone el acento en la creación y la producción propia, en el fomento y en la innovación cultural.
5. Identidad y diversidad con sus doble perspectiva: hacia dentro, atendiendo a la identidad y a la lengua, y hacia fuera, atendiendo al intercambio-apertura.

Se podrían plantear como objetivos:

1. Hacer de la política cultural el centro político de país tanto en gobierno, diputaciones como ayuntamientos.
2. Extraer las consecuencias en términos de coordinación e iniciativas con el concepto de espacio cultural y lingüístico de Euskal Herria. Especialmente útil al respecto sería el Instituto Etxepare.
3. Gobernanza
 - Consolidar el entramado institucional de nuevo tipo (un Instituto Vasco de Cultura del que había borrador...) y readaptar la coordinación interinstitucional, hoy complicada con un mapa institucional de taifas ideológicas que no es seguro que estén a la altura de la diversidad, o sea del respeto y la cooperación.
 - Acuerdo sobre un mapa coherente de infraestructuras y equipamientos nacionales, así como de eventos, y que cristalice en un plan de equipamientos y acontecimientos válido para toda la CAE.

- Acuerdo de impulso sobre Donostia_2016 y estímulo a estrategias territoriales desde un cuadro general compartido.
 - Ganar en profundidad espacial, de modo que no exprese solo una relación con los sectores de la cultura sino que llegue al último rincón local, sea en forma de productos y servicios culturales, sea como *saber hacer* de gestión cultural.
 - Aflorar y apoyar la cultura de base autogestionada.
4. Nuevos desarrollos sectoriales acordados y fiscalizados con las representaciones corporativas, así como nuevos desarrollos intersectoriales y transversales (educación...) bien entendido que las instituciones deben seguir velando por el interés general y que, por antonomasia, el titular último de la cultura es la sociedad como un todo.
 5. Garantizar que el conjunto de programas y del sistema de ayudas en todos los ámbitos de la cultura, den un tratamiento preferente al impulso de contenidos y servicios en euskera.
 6. Nuevas vías de fomento del Departamento de Cultura en colaboración con otros departamentos, en las que se combinen ayudas, financiación —al estilo de Crèdit Cultura catalán—, asesoría y procedimientos de gestión propios de una política industrial y de financiación adaptadas, así como con un plan de empleo.
 7. Un desarrollo cultural cualitativo pasa por los extremos de la cadena: la creación y los usuarios culturales pasivos o activos.
 - En el campo creativo la atención a las condiciones de creación (un mapa de fábricas de creación y de centros culturales *amateurs* en el conjunto de territorios respondiendo al plan de equipamientos) se habría de equilibrar con iniciativas de becas, aprendizajes, programas de intercambio, premios... así como con la atención a las condiciones de vida, de seguridad social y fiscal de las autorías.
 - En relación a los usuarios, a veces poco distinguibles de la creación *amateur*, además de formalizar el derecho social de acceso a la cultura, se trataría de propiciar al máximo las formas activas de fruición cultural.
 8. La comunicación siempre se la han reservado los gobiernos. Se trata de introducir la definición social de la comunicación, en unos tiempos donde los *Social Media* ocupan un espacio creciente y carece de sentido aquella verticalidad y sí, en cambio, introducir la horizontalidad y la gobernanza democrática.

Con todo, son necesarias una ley de comunicación y de un Consejo del sector audiovisual, la reforma de la ley de EITB, una agencia pública de información multimedia vinculada a EITB, un plan de emprendizaje cultural con un sistema de ayudas para la emergencia de micromedias...

9. Acción exterior con el protagonismo del Instituto Etxepare, como auténtica embajada cultural, vinculada tanto a las delegaciones del Gobierno Vasco como a las estructuras de la diáspora y en el empeño de concretar numerosos convenios con instituciones y países.
10. Ampliar el concepto de innovación cultural como parte de la innovación e irrumpir en las políticas e-culturales con ayudas al soporte digital; a la digitalización de la exhibición; a la dimensión digital en cada ampliación de la acción sectorial; a los estímulos de los creadores de *software* digital, de videojuegos, de aplicaciones, de servicios y utilidades en red o telefonía....
11. Implantar un sistema de indicadores *ad hoc* para el seguimiento cultural y la evaluación de la política cultural.

En resumen, tomar las riendas y que los sectores sociales y culturales lo demanden.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENDA 21 DE LA CULTURA (2009): «Barcelona Informe del quinto aniversario». CGLU y el Ayuntamiento de Barcelona.
- ALBERDI Alberto (2010): «Economía Vasca 1980-2010: tres crisis y una gran transformación». *Ekonomiaz* 25ª:85.
- ARIÑO Antonio (2010): *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*. Ariel. Barcelona 2010.
- ASHEIM Björn (2009): «La política regional de innovación de la próxima generación: cómo combinar los enfoques del impulso por la ciencia y por el usuario en los sistemas regionales de innovación», *Ekonomiaz* Nº 7086.
- AYESTARÁN Ignacio(2007): «Capitalismo cognitivo en la economía high tech y low cost: de la ética hacker a la wikinomía». *Argumentos de Razón Técnica*, nº 10.
- BERGSGARD N.A., JOSENDAL Kari y GARCIA Beatriz (2010): «A cultural mega events' impact on innovative capabilities in art production: the results of Stavanger being the European Capital of Culture» en *International Journal of Innovation and Regional Development* (IJIRD). Volume 2, nº 4.
- CARDOSO, GUSTAVO (2008): *Los medios de comunicación en la sociedad red. Filtros, escaparates y noticias*, Barcelona: UOC ediciones.
- CARRILLO Jesús (2011): «Las nuevas fábricas de la cultura: los lugares de la creación y la producción cultural en la España contemporánea» Consulta on line: http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Jesus_Carrillo_nuevas_fabricas_de_la_cultura.pdf
- CUNNINGHAM Stuart (2002): «From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications». Consulta en: http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf
- DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS, INFORMATION TECHNOLOGY AND THE ARTS —The National Office for The Information Economy (2002): *Creative industries*

- cluster study stage one report*. Consulta on line: http://portal.unesco.org/culture/en/files/40768/12705461905Creative_Industries_Cluster_Study_Report_Stage_1.pdf/Creative_Industries_Cluster_Study_Report_Stage_1.pdf
- DEPARTAMENTO DE CULTURA (2004): *Kulturaren Euskal Plana- Plan Vasco de Cultura*. Serv. Public. Gobierno Vasco. Vitoria-Gasteiz.
- GOBIERNO VASCO (2010): *Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2010*. Servicio de Publicaciones. Vitoria-Gasteiz.
- HEINRICH Bettina (2009): «Las ciudades cambiantes y el nuevo papel de la política cultural urbana: perspectivas desde Alemania» en *Culture 21* «Ciudades, culturas y desarrollos». Ayto de Barcelona y UGLC.
- HUTTER, Michael (2005): «Los bienes de información» en Towse, Ruth (ed.): *Manual de economía de la cultura*, Madrid: Fundación Autor.
- INE,(2010) «Encuesta de Presupuestos Familiares» (octubre 2010).
- INNOBASQUE (2011): «Estrategia de innovación social: una ventana de oportunidad para Euskadi». Innobasque Febrero 2011.
- JIMÉNEZ GUERRERO Luis (2010): «Análisis Económico de la Televisión en España». Jornadas UTECA Madrid, 15 de noviembre de 2010. Deloitte.
- KAPLER K,E, RUIZ DE QUEROL R.(2011): «Is there anybody out there?. Social Media as a new social fetish».Consulta on line en: www.websci11.org/fileadmin/webosci/Papers/83_paper.pdf
- KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA - OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA
- (2010a): «Análisis de las empresas, empleos y mercado de trabajo del ámbito cultural en la CAE» Serv. Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz.
- (2010b) «Anuario Kultura 08-09». Vitoria – Gasteiz 2010.
- (2010c) «Informe de salas de cine en al CAE». Noviembre 2010.
- (2010d) «Industrias culturales audiovisuales».
- (2010e) «Productores de artes escénicas».
- (2011) «Financiación y Gasto Público en Cultura. CAE 2008». Julio 2011.
- MINISTERIO DE CULTURA (2010): *Anuario de Estadísticas Culturales*, Madrid,
- OCDE (2011): *Estudios de la OCDE sobre la innovación regional País Vasco*. Ed OECD-Innobasque. 2011-06-10.
- ORKESTRA INSTITUTO VASCO DE COMPETITIVIDAD (2009): *II Informe de Competitividad del País Vasco. Hacia el estadio competitivo de la innovación*. Fundación Deusto.
- PARLAMENT EUROPEEN (2006): *La situation des professionnels de la création artistique en Europe*. DG des politiques internes de l'Union.
- SCHLESSINGER Philip (2011): «Intelectuales y políticas culturales. La política británica de industrias culturales» en E. Bustamante (ed) *Industrias creativas amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona. Gedisa 2011.
- WAGNER Gottfried y DIETACHMAIR Philipp (2009): «A la mañana siguiente: el desarrollo cultural de las ciudades tras la ola de creatividad». En *Culture 21*, «Ciudades, culturas y desarrollos». CGLU y el Ayuntamiento de Barcelona.
- ZALLO R. (2007): «La economía de la cultura como objeto de estudio», *Zer*, nº 22, Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- (2010): «Industrias culturales y ciudades creativas» en Felix Manito (ed) *Ciudades creativas. Volumen 2. Creatividad, innovación, cultura y agenda local*. Fundación Kreanta. Barcelona.