

RESUMEN

Análisis de la cadena de valor y propuestas de política cultural

Primer informe sobre el estado de la cultura vasca
CAE 2015



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura

RESUMEN

Análisis de la cadena de valor y propuestas de política cultural

Primer informe sobre el estado de la cultura vasca
CAE 2015



EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2016

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo
de la red *Bibliotekak* del Gobierno Vasco:
<http://www.bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>

EDICIÓN: 1.^a enero 2016

© Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco
Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura

INTERNET: www.euskadi.eus

EDITA: Eusko Jauriaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco
Donostia-San Sebastián, 1 – 01010 Vitoria-Gasteiz

DISEÑO: Canaldirecto · www.canal-directo.com



00. Presentación	7
01. Claves del diagnóstico de la cultura vasca ICC Consultors y Ramón Zallo	9
02. Resumen de enfoques y propuestas Colectivo investigador	25

00 **Presentación**



El Observatorio Vasco de la Cultura —con la colaboración de la Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea— ha elaborado el primer Informe bienal sobre el estado de la cultura vasca. Se plantea con la voluntad de enriquecer la labor del Observatorio con un análisis crítico, independiente y valorativo de la realidad vasca que permita trazar un diagnóstico de los aspectos más relevantes respecto a los que habrá que impulsar iniciativas que conduzcan a corregir déficits y a desarrollar sus potencialidades. Esta primera entrega introduce la problemática de la cultura en la era digital y está centrada en la cadena de valor.

Contiene una serie de propuestas de política cultural que emitidas desde la libre opinión quiere facilitar la reflexión en el Consejo Vasco de la Cultura sin que sus contenidos comprometan al Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura quien, obviamente, formulará sus propias prioridades. En lo propositivo no se juzgan políticas culturales anteriores o actuales sino que parte de ellas — especialmente de los 20 proyectos ejecutados por el programa «Kultura Auzolanean 2014-2015» del Departamento— y que están en coherencia con las aquí apuntadas como nuevos focos para la gestión estratégica. Es una guía para la deliberación, siendo conscientes de que algunas propuestas requieren decisiones al más alto nivel, otras competen a otros departamentos del gobierno y otras requieren convencimiento tanto del Consejo Vasco de Cultura como del Gobierno que lo habría de implementar.

La elaboración del Informe del estado de la cultura inicia un proceso de colaboración formal entre el KEB-OVC y la UPV-EHU con el objetivo de llevar a cabo un trabajo conjunto desde la cooperación, el compromiso y el rigor. El Observatorio, con el apoyo

técnico de ICC, se ha ocupado de la coordinación general del proyecto y la Universidad, bajo la dirección de Ramón Zallo, se ha dedicado al diseño y a la parte analítica. Los informes parciales los han realizado Eneko Lorente, Miguel Ángel Casado, Kepa Sojo y Pablo Malo y Josu Amezaga y la introducción e informe final con propuestas han sido a cargo de Ramón Zallo, siendo de firma colectiva el resumen.

El informe se nutre de las opiniones de una representación amplia de agentes culturales a quienes se les ha dado voz mediante una encuesta y cuatro grupos de trabajo más reducidos que intercambiaron opiniones con los analistas. El Observatorio agradece sobremanera la generosa disponibilidad de todos ellos y ellas. Esos han sido los puntos de partida para la reflexión de los analistas.

Se ha diseñado un cuestionario cerrado organizado en cinco ejes temáticos: creación-investigación-formación, producción-edición, difusión-distribución-comercio, hábitos-consumo y políticas públicas. En cada caso, se trata de valorar el grado de acuerdo respecto a una serie de ítems, según una escala de 0 a 10 (totalmente en desacuerdo-totalmente de acuerdo). Los 93 agentes que han cumplimentado la encuesta completa han transmitido sus valoraciones y han diseccionado los temas que generan más preocupación.

Este resumen se ha elaborado con el objetivo de facilitar la lectura del Informe. Presenta una síntesis de los aspectos clave del diagnóstico sobre el estado general económico y social de la cultura vasca vista desde su cadena de valor, así como un resumen numerado de los enfoques y propuestas que el equipo de analistas ha realizado en los respectivos informes parciales.

01 Claves del diagnóstico del estado de la cultura vasca

ICC Consultors y Ramón Zallo



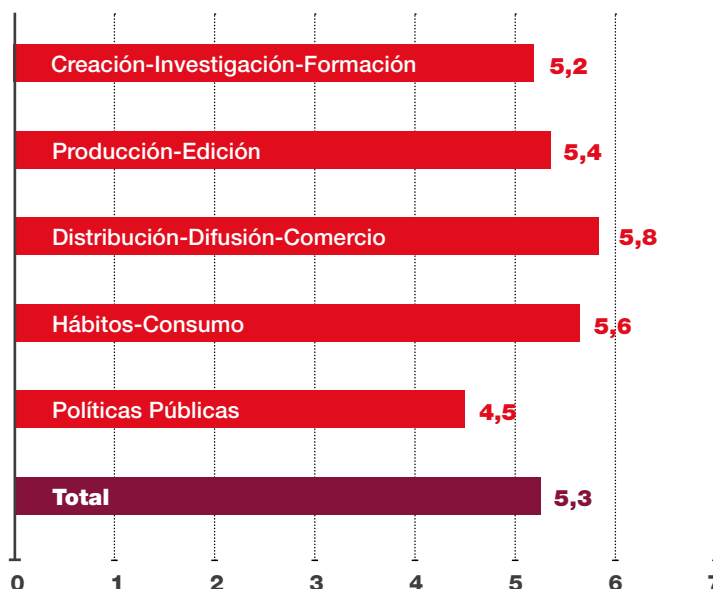
1. La visión de los agentes

En opinión de los agentes, la situación de la cultura vasca en 2015, con una nota media de 5,3 puntos, retrata un estado de ánimo que puede calificarse como tibio, ni muy positivo, ni muy negativo. Todos los capítulos de la encuesta se sitúan en torno al 5, a excepción de las preguntas dirigidas a valorar las políticas públicas (4,5).

Las calificaciones medias, aunque sirven para trasladar una impresión general, engloban un amplio

rango de temas que suscitan valoraciones dispares y, en algunos casos, división de opiniones. Esta es la razón por la que además de la media aritmética en el grado de acuerdo o desacuerdo con los ítems que se formulan, conviene prestar atención a la desviación, reflejo de la dispersión entre las respuestas. El interés principal de un cuestionario de estas características está en los matices, como veremos a continuación.

Gráfico 1.
Resultados generales de la encuesta por capítulos.
Media aritmética



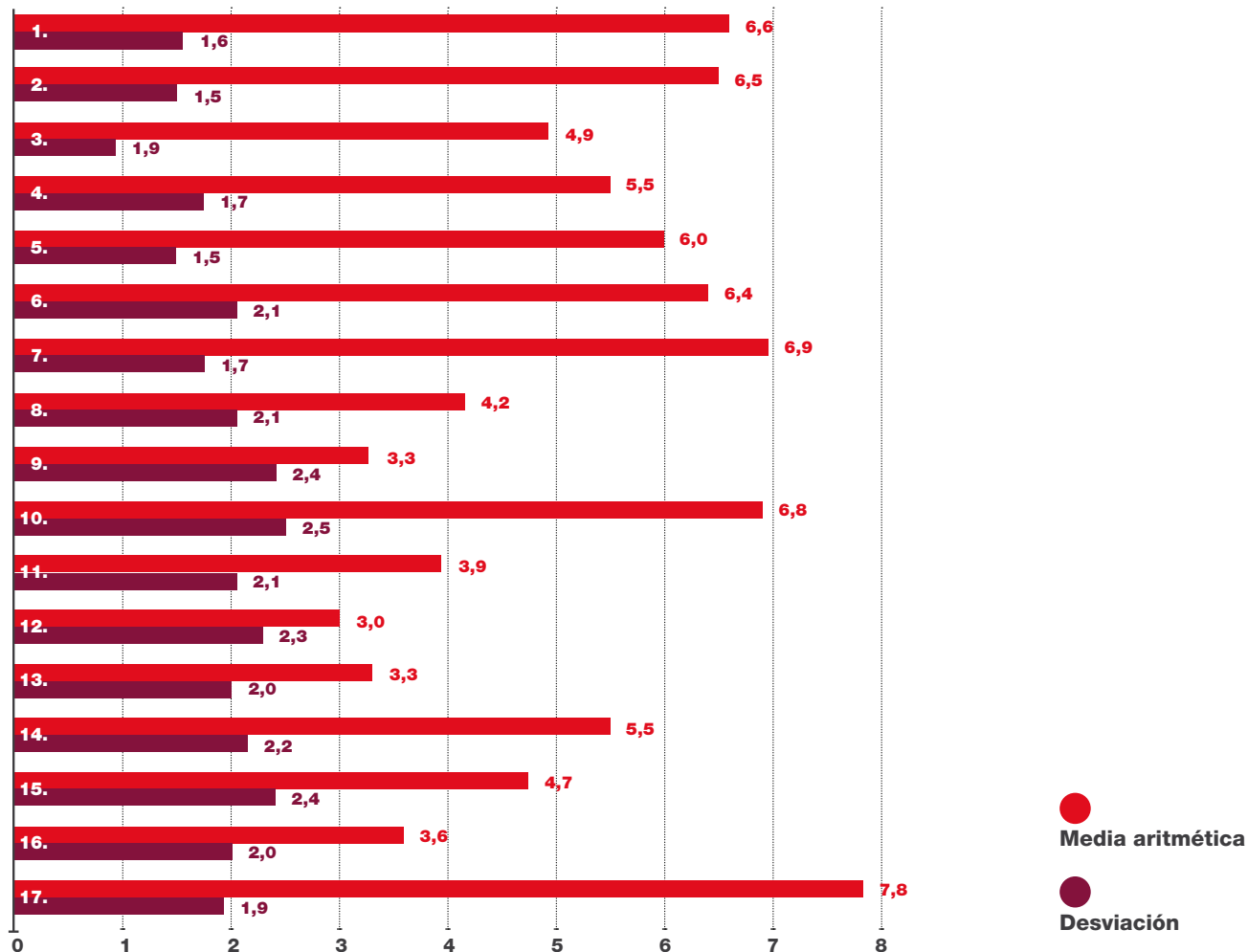
Creación-Investigación-Formación

Las preguntas que obtienen calificaciones más altas y, al mismo tiempo menos dispersión, están asociadas a la pluralidad, diversidad, calidad y relevancia de la creación vasca. Se considera también que las redes digitales favorecen la visibilidad de las creaciones y el contacto con los públicos. En todas estas cuestiones, las medias se sitúan en torno a 6 puntos. En el grupo de cuestiones con valoraciones más altas destaca la contribución de la creación y la innovación a la cohesión social y la gestión de la vida pública (7,8).

En el terreno de valoraciones negativas (en torno al 3) se encuadran las cuestiones relativas a las condiciones económicas y socio-laborales de los artistas, las estructuras de apoyo existentes, la situación de la educación artística en el sistema educativo, la transmisión de la cultura y la valoración social del trabajo creativo. Tampoco llegan al aprobado cuestiones como la movilidad internacional de los creadores (3,3) y el recambio generacional del tejido creativo (4,7).

Gráfico 2.**Resultados del capítulo creación-investigación-formación. Media aritmética y desviación**

1. La creación vasca refleja pluralidad y diversidad de propuestas y proyectos culturales.	10. La crisis económica, y sus efectos en demandas sociales y ayudas, han erosionado la emergencia de nuevos creadores.
2. La creación vasca goza de buena salud en términos de calidad y relevancia.	11. El sistema educativo, en su proceso de incorporación de la educación artística en el currículum presta atención a la integración de las competencias para la creación y la innovación con las destrezas ciber.
3. Las propuestas innovadoras encuentran cauces para materializarse y buscar sus públicos.	12. El sistema educativo promueve la investigación artística, el conocimiento y la transmisión de la cultura.
4. La interdisciplinaridad de expresiones y formatos creativos es intensa.	13. La movilidad y presencia internacional de nuestros creadores es suficiente.
5. Los creadores vascos utilizan las nuevas redes para conectar con sus públicos.	14. Se aprecia un aumento de trabajos creativos colectivos, cooperativos y más participativos, distinguibles de los ámbitos de creación profesionalizada.
6. Los accesos gratuitos, aún favoreciendo la visibilidad del creador, benefician aún más a las redes digitales intermedias.	15. En el entorno creativo vasco se dan las condiciones apropiadas para el recambio generacional y la incorporación de nuevo talento.
7. Comparativamente con la etapa analógica, las redes favorecen la visibilidad y extensión de las creaciones propias aportando valor.	16. La ciudadanía reconoce la importancia del trabajo artístico y creativo y su incidencia en los diferentes ámbitos de la vida social.
8. Los proyectos y colectivos de creadores emergentes disponen de estructuras de apoyo y acogimiento (becas, residencia, acompañamiento) suficientes para su desarrollo tanto formativo, como profesional.	17. La creación e innovación cultural contribuyen significativamente a la cohesión social y a la participación ciudadana en la gestión de la vida pública.
9. Las condiciones socio-laborales de los creadores favorecen su trabajo.	



Producción-Edición

La diversidad de la oferta y la renovación e innovación de la producción vasca generan valoraciones positivas en conjunto, con medias de 5,7 y 5,6, respectivamente. En términos parecidos se valoran las cuestiones relativas a las potencialidades que ofrece internet a las empresas (5,7) y a la creación de empresas en los nuevos modelos de negocio derivados de la realidad digital (5,8).

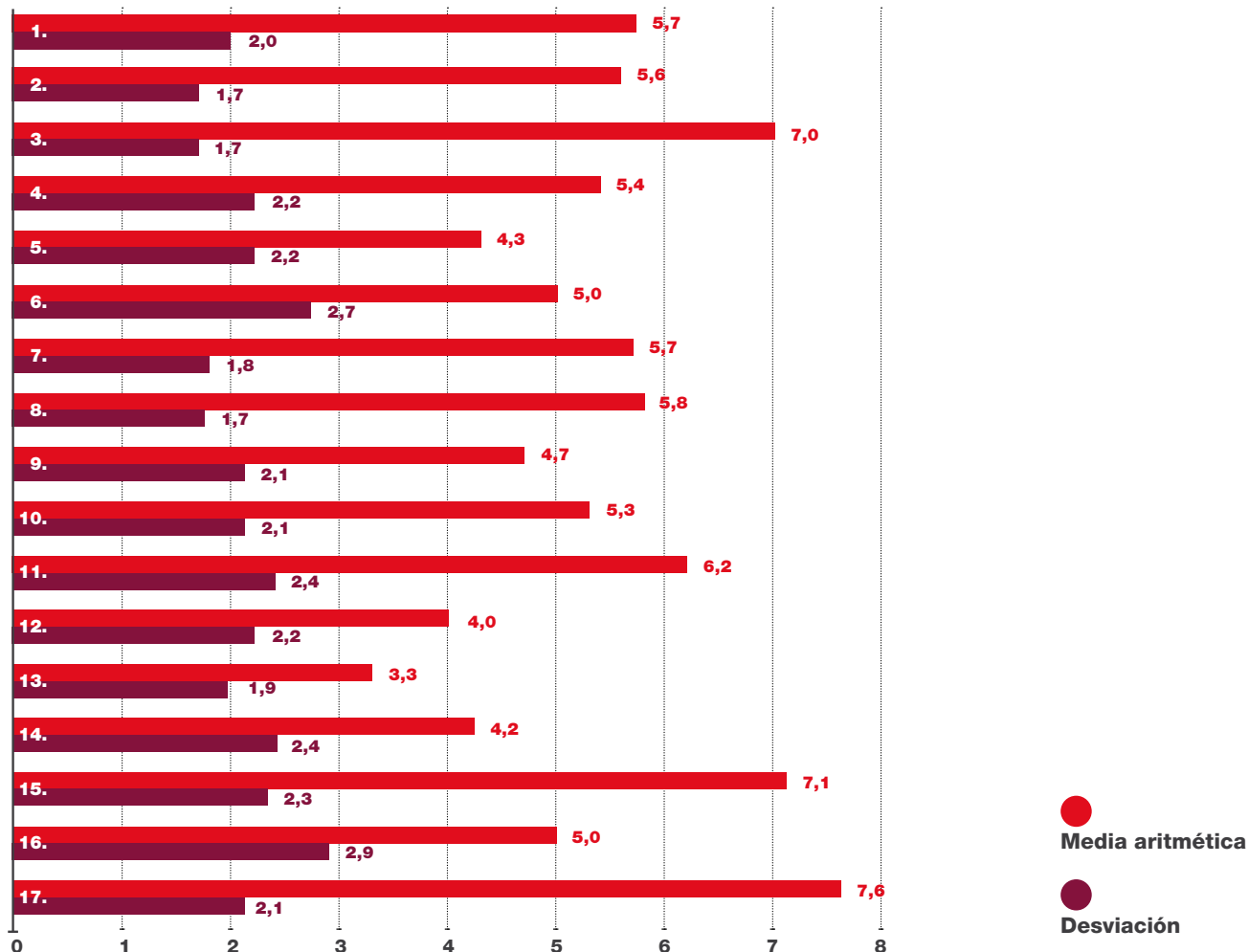
Más bajas son las calificaciones que obtienen las cuestiones relativas a la producción en euskera:

respecto a si se considera significativa (5,4), si el apoyo público a la producción en euskera es adecuado (5) y en relación a su equilibrio respecto a la oferta en castellano (4,3). Destaca la dispersión de opiniones que refleja la desviación resultante en estas cuestiones.

Las valoraciones más bajas tienen relación con temas relacionados con la sostenibilidad del sector (entre un 3 y un 4), entre otras razones, por su dificultad para acceder a financiación.

Gráfico 3.**Resultados del capítulo producción-edición. Media aritmética y desviación**

- | | |
|---|---|
| <p>1. La oferta cultural refleja la diversidad de nuestra identidad cultural.</p> <p>2. La producción cultural vasca da muestras de renovación e innovación.</p> <p>3. Los servicios patrimoniales (bibliotecas, archivos y museos) son de calidad.</p> <p>4. La producción-edición en euskera es significativa en la mayoría de las expresiones culturales de la oferta vasca.</p> <p>5. La producción-edición en euskera es equilibrada respecto a la oferta vasca en castellano.</p> <p>6. El actual nivel de apoyo público a la producción en euskera es adecuado.</p> <p>7. Las empresas culturales vascas están aprovechando las potencialidades de internet y las nuevas tecnologías para su actividad.</p> <p>8. Se constata la irrupción significativa de microempresas culturales y creativas vascas en los nuevos modelos de negocio que utilizan la red.</p> <p>9. El tejido empresarial de la cultura vasca es dinámico, se incorporan regularmente nuevas empresas y emprendedores.</p> | <p>10. Se constata un cambio generacional en la gestión de las empresas culturales y creativas.</p> <p>11. Teniendo en cuenta el nº de pymes culturales y creativas en activo, se considera conveniente su aumento de tamaño por crecimiento o fusiones.</p> <p>12. La situación del conjunto de nuestra industria cultural y creativa es sostenible en cuanto a producción y negocio.</p> <p>13. Considerando el actual nivel de apoyos públicos, la demanda interna y externa de producción vasca es suficiente para su sostenibilidad.</p> <p>14. La actual estructura del sector cultural y creativo, el nivel de apoyo institucional y la demanda hacen factible que la CAE se especialice en producción cultural y creativa.</p> <p>15. El acceso a la financiación de empresas y proyectos culturales es más difícil que en otros sectores.</p> <p>16. Se atiende a la igualdad de género en el paso de la creación a la profesionalización.</p> <p>17. El patrimonio cultural es un recurso socio- económico dinamizador que genera un impacto significativo en el turismo.</p> |
|---|---|



Distribución-Difusión-Comercio

Las opiniones constatan las dificultades de las redes convencionales de distribución y comercialización para conectar oferta vasca y usuarios, así como las posibilidades que ofrecen las redes digitales en el acceso a la cultura. Se valora positivamente la oferta de espectáculos en vivo de calidad (6,2) aunque con desequilibrios entre territorios históricos (6,9). El mayor grado de acuerdo lo obtiene la afirmación de que las estrategias de creación de públicos son una asignatura pendiente (8,4). Destacar también el alto nivel de acuerdo que concitan, por una parte, la equiparación de la importancia de promover, distribuir y difundir en relación a crear y producir (8,3) y, por otra, la necesidad de equilibrar la democratización del acceso y el apoyo a la excelencia (8).

En cuanto a la visibilidad y demanda de la oferta en euskera, se considera que aunque tiene espacio

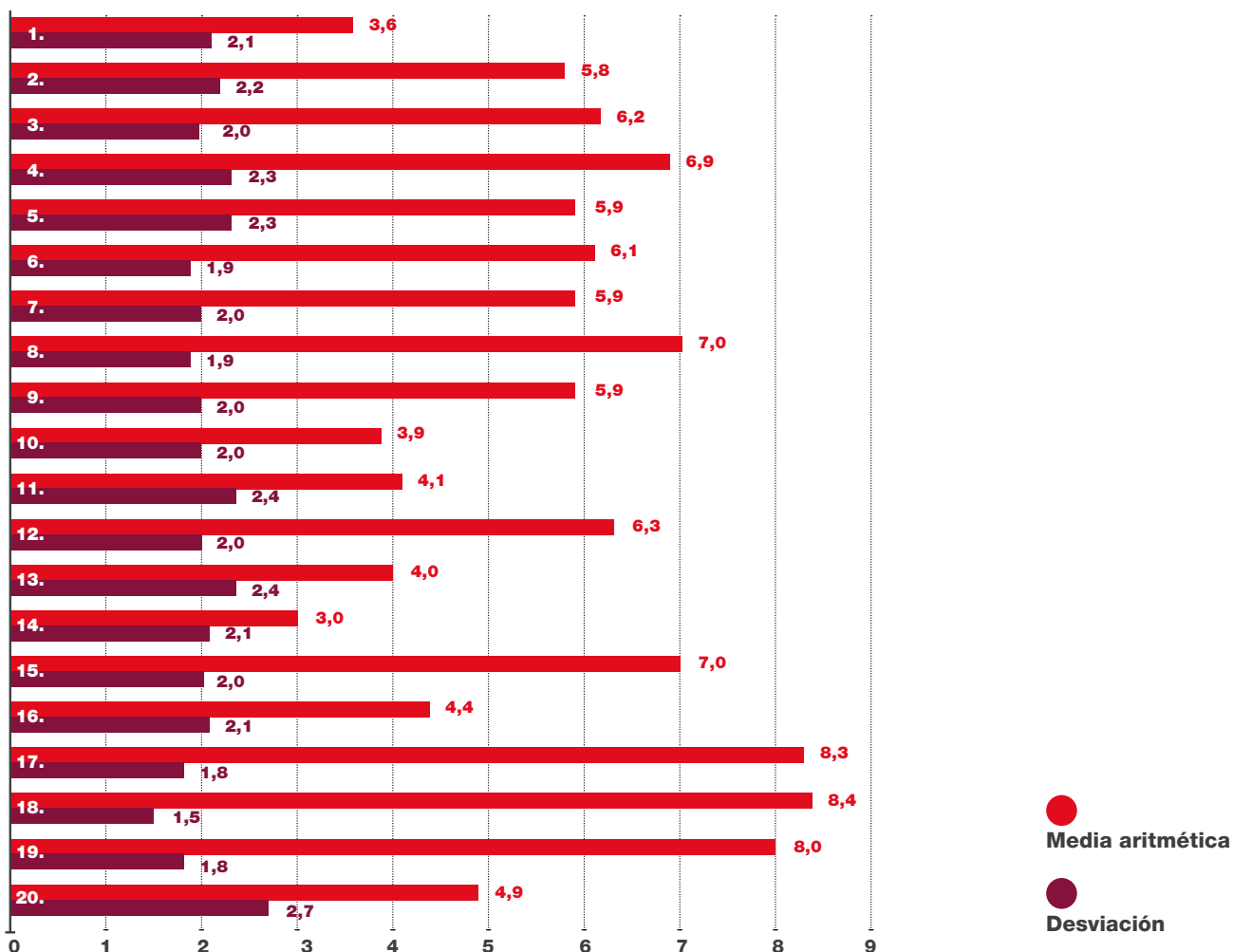
en la red comercializadora y exhibidora vasca (5,9), no siempre encuentra demanda suficiente entre la población bilingüe. Respecto a la visibilidad de la cultura vasca en el espacio cultural vasco, se considera insuficiente (7). Tampoco se considera que los intercambios con el exterior sean crecientes (4,4).

Las valoraciones más bajas se refieren al papel de los medios de comunicación convencionales en el impulso de la creación y promoción de la cultura vasca (4,1); y al papel de los medios públicos de RTV, tanto en la promoción de la diversidad de expresiones culturales (4), como de la producción independiente (3).

Por último, señalar la división de opiniones sobre la igualdad de géneros en el paso de la creación y producción a la difusión (4,9 de media y 2,7 de desviación).

Gráfico 4.**Resultados del capítulo difusión-distribución-comercio. Media aritmética y desviación**

1. Las redes convencionales de distribución y comercialización son suficientes para conectar oferta vasca y usuarios.	11. Los medios de comunicación convencionales impulsan la creación y la promoción de la cultura vasca.
2. La crisis y los nuevos usos digitales están minando la supervivencia de la red comercializadora y exhibidora.	12. Las redes sociales impulsan la creación y promoción de la cultura tanto o más que los medios de comunicación convencionales.
3. La programación de la red de espacios públicos y privados de exhibición de cultura en vivo permite el acceso a espectáculos de calidad.	13. Los medios públicos de RTV promueven la diversidad de las expresiones culturales procedentes de todo el mundo y de distintas fuentes.
4. Hay desequilibrios entre territorios históricos en el acceso a la oferta cultural en vivo.	14. Los medios públicos de RTV promueven la producción independiente.
5. Contamos con sistemas de archivos, bibliotecas y museos bien estructurados y coordinados.	15. La cultura vasca tiene insuficiente visibilidad en el espacio cultural vasco —distancia significativa entre oferta y limitada demanda— y escasa visibilidad externa.
6. Los servicios patrimoniales (bibliotecas, archivos y museos) son conscientes de los nuevos usos y costumbres de los ciudadanos en relación a las nuevas tecnologías y están extendiendo sus servicios en esta línea.	16. Los intercambios comerciales y no comerciales con el exterior, especialmente UE y América Latina, son crecientes.
7. El ámbito de distribución y comercialización hace un uso intensivo de las herramientas comunicativas en la red.	17. En la situación actual de la cultura vasca tan importante es promover, distribuir y difundir como crear y producir.
8. Las redes digitales amplían el acceso general a la cultura en sus modalidades gratuita, de pago u otras formas de remuneración.	18. El impulso de las estrategias de creación de públicos para las distintas expresiones culturales y artísticas es una asignatura pendiente.
9. La producción en euskera tiene espacio como oferta en la red comercializadora y exhibidora vasca.	19. Hay que equilibrar la democratización del acceso y el apoyo a la excelencia.
10. La oferta en euskera siempre encuentra demanda suficiente en la población bilingüe.	20. Se atiende a la igualdad de géneros en el paso de la creación y producción a la distribución y difusión.



Hábitos-Consumo

Las valoraciones de los temas relacionados con los hábitos culturales se sitúan entre el 5 y el 6, con algunas excepciones. Se considera que la oferta cultural es asequible (6,4), aunque respecto a su precio hay más disparidad de opiniones (5,7 de media y 2,3 de dispersión). Parece que hay contraste entre la diversidad de la oferta y lo que se consume (6); las opiniones son más dispares en relación a las posibilidades de encontrar oferta satisfactoria en euskera (5,3 de media y 2,2 de dispersión).

Respecto a las redes digitales, consideran que favorecen la democratización de la cultura (6,4), así como las prácticas participativas en la red y la figura de los «produsuarios» (6,1). Señalan que deberían retribuir a creadores y productores por los usos que

se hacen de sus obras (6,8). La valoración sobre si favorecen la participación de los usuarios en la creación merece un nivel de acuerdo inferior (5,4).

Destacan las valoraciones positivas que suscitan el apoyo institucional a las prácticas activas (7,9), y la convivencia que, en opinión de los expertos, se da entre la individualización del consumo y los usos colaborativos (7,5). En esta línea, no están de acuerdo con que el consumo en el hogar erosione las prácticas sociales de calle (4,6), ni consideran que el acceso a la oferta amateur perjudique a la oferta profesional (4,3).

Subrayar también la percepción de la falta de valoración social de la cultura, en relación al bienestar material o la tecnología (2,8).

Gráfico 5. Resultados del capítulo hábitos-consumo. Media aritmética y desviación

1. El consumo cultural de la sociedad vasca está al nivel europeo.

2. El uso social de los servicios patrimoniales (bibliotecas, archivos y museos) es creciente.

3. Es habitual que haya contraste entre la diversidad de las propuestas que se ofertan y la que finalmente se consume.

4. La oferta cultural es por lo general asequible.

5. La oferta cultural tiene un precio justo.

6. Quien desea consumir productos culturales en euskera encuentra una oferta satisfactoria.

7. Las nuevas redes están favoreciendo una gran participación de los usuarios en la creación cultural.

8. Las redes digitales favorecen la democratización de la cultura.

9. Se constata la figura de produsuarios (roles intercambiables entre usuario y creador/productor) y de prácticas participativas culturales en la red.

10. Las redes deberían retribuir a creadores/productores por los usos directos e indirectos que hagan los usuarios de sus obras.

11. La facilidad de acceso a tanta oferta amateur y fuera de mercado perjudica la oferta profesional.

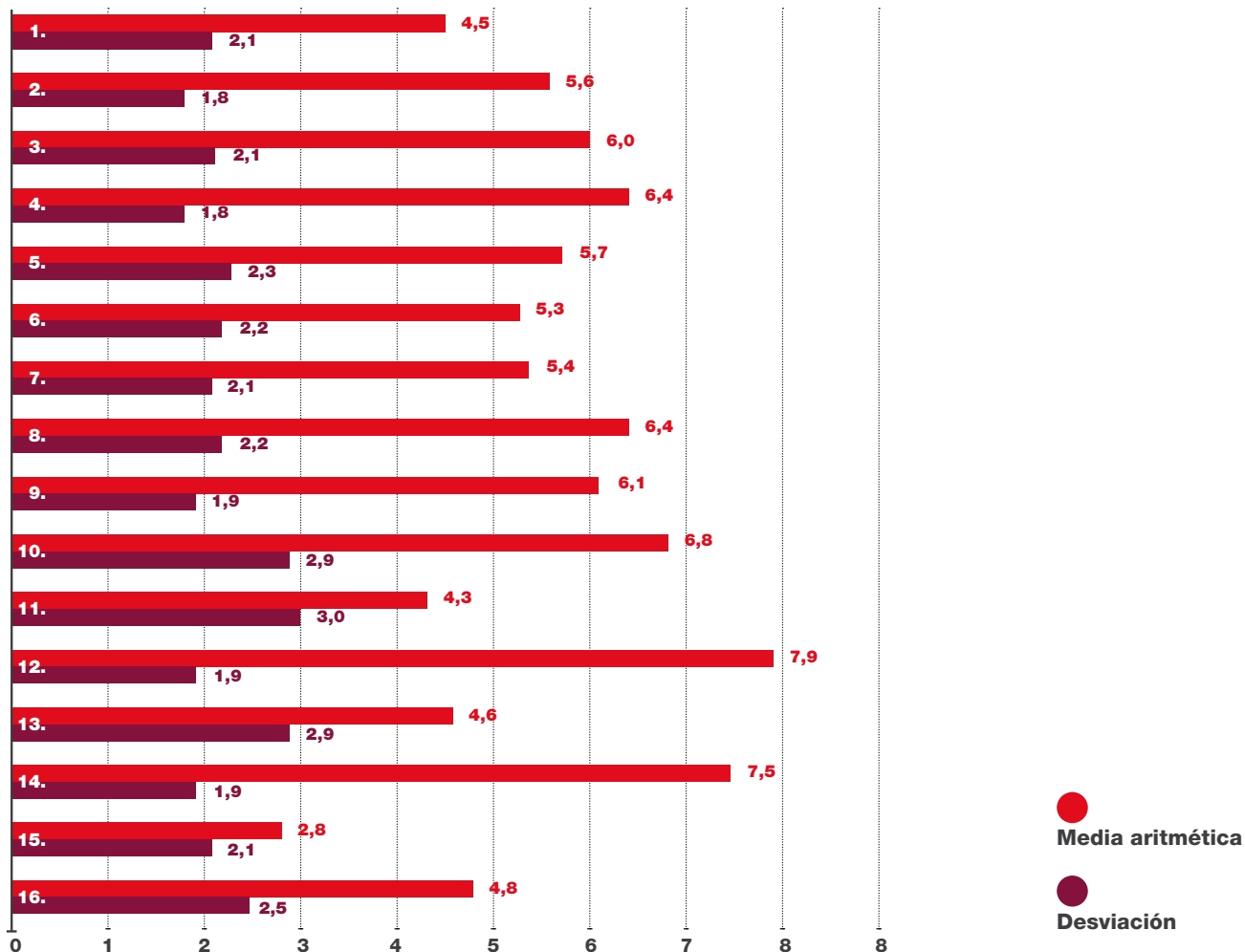
12. Merecen apoyo institucional las prácticas culturales activas por su interés social y como vivero de nuevos proyectos, más allá de las redes tradicionales.

13. Los consumos culturales en el hogar erosionan el gusto por la cultura y las prácticas sociales de calle, tan ricas en nuestro entorno.

14. La individualización del consumo cultural es compatible con la compartición y los usos colaborativos.

15. La sociedad, en general, valora tanto la cultura como el bienestar material o la tecnología.

16. Se ha incrementado de manera significativa el conocimiento y valoración del patrimonio cultural vasco.



Políticas públicas

Es el apartado que genera valoraciones más negativas. De hecho, la única afirmación que merece un aprobado raspado (5,1) es la labor de las administraciones públicas en materia de conservación del patrimonio.

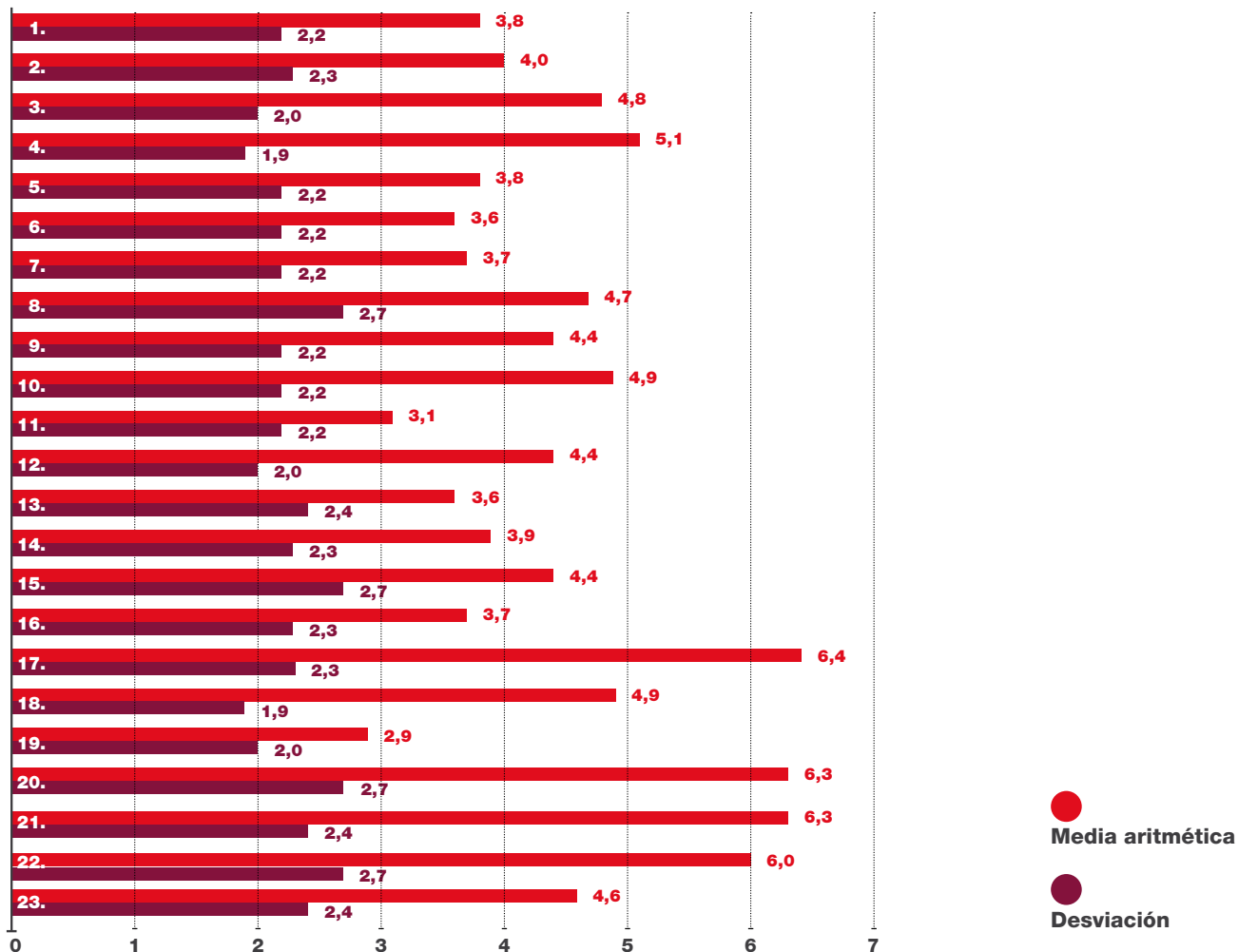
Los temas peor valorados son la falta de apoyo de políticas industriales adaptadas a la cultura, la limitación de la normativa de Propiedad Intelectual para remunerar de forma justa del autor, la creación de nuevos públicos para la cultura vasca y el apoyo al comercio cultural.

Las valoraciones positivas corresponden a disyuntivas como el hecho de que las políticas públicas priman el lado económico de la cultura más que su valor y rol transformador (6,4); la inversión en equipamientos frente a subvención o financiación de proyectos (6,3) o la creación de empresas (6,3). Y, por último, el riesgo de considerar como culturales empresas creativo-tecnológicas, con el riesgo de desatender las necesidades de las tradicionalmente consideradas culturales (6).

Gráfico 6.**Resultados del capítulo políticas públicas. Media aritmética y desviación**

1. La colaboración y el reparto equilibrado de competencias interinstitucionales es apreciable.
2. Las políticas públicas culturales en la CAE estimulan aceptablemente la innovación creativa.
3. La labor de las administraciones vascas en materia de protección patrimonio cultural es adecuada.
4. La labor de las administraciones vascas en materia de conservación del patrimonio cultural es adecuada.
5. Las políticas públicas están fortaleciendo el tejido industrial de la edición/producción en esta época de crisis.
6. Las políticas públicas apoyan el comercio cultural suficientemente.
7. Las políticas públicas estimulan la sostenibilidad económica de la cultura en esta época de crisis.
8. Las políticas públicas fomentan suficientemente la producción y difusión de la cultura en euskera.
9. La labor de las administraciones vascas en materia de puesta en valor del patrimonio cultural es adecuada.
10. Las políticas públicas apoyan la transformación digital.
11. La normativa actual de Propiedad Intelectual (tras la Ley Sinde-Wert) defiende la remuneración justa del autor.
12. Las políticas públicas ponen el acento en la distribución multiventana, incluidas las redes.

13. La política pública fomenta la creación de nuevos públicos para la cultura vasca.
14. La política pública de cooperación exterior es creciente y efectiva.
15. Las políticas públicas favorecen más a la cultura «cultura» que a las culturas de masas y popular.
16. Las políticas públicas están atentas a promover la interculturalidad interna.
17. Las políticas públicas favorecen más el lado económico de la cultura que el valor y extensión de la cultura y su rol transformador.
18. Las políticas públicas de las áreas de cultura hacen más por la democratización de la cultura (acceso social) que por la oferta o la calidad.
19. Las políticas públicas de las áreas de cultura cuentan con el apoyo de una política industrial adaptada a la cultura y la creatividad.
20. Las políticas públicas privilegian la inversión en equipamientos culturales en relación a la subvención o financiación de proyectos.
21. Las políticas públicas privilegian la inversión en equipamientos por encima de la financiación y promoción de empresas culturales.
22. La consideración de las nuevas empresas de software y aplicaciones como culturales y creativas implica el riesgo de desatender las necesidades de las empresas genuinamente culturales.
23. Las políticas de los departamentos o áreas de cultura aplican la discriminación positiva de género.



2. Situación de cadena de valor a 2015

Desde una lectura más interpretativa de la situación actual de la cadena de valor a partir del análisis de sus eslabones, se extraen las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se advierte que en la crisis la precarización de la **creación**, tanto por los descensos de la demanda como del menor apoyo público, ha ralentizado como mínimo la transmisión intergeneracional y la reproducción de los viveros creativos profesionalizados y que se han refugiado en un voluntarista amateurismo a la espera de oportunidades. Esas circunstancias han introducido una lógica más libre y transgresora, pero también más precaria para los creadores y una consideración menos equitativa en la sociedad sobre el valor de la cultura. Para la inmediata vitalización cultural, recuperar el tiempo y a los creadores perdidos, significará poner el acento, más en los recursos humanos, los proyectos y los flujos de creación que en las infraestructuras.

En segundo lugar, la **producción** se ha visto afectada tanto por los factores anteriores como por la crisis de los modelos de negocio en la era

digital, lo que supone una necesaria renovación del esfuerzo inversor pero también de adaptación de los modos productivos y de relación con los mercados para responder a los nuevos retos así como de las modalidades de apoyo que acompañen ese camino.

En tercer lugar, si la **distribución** ya era débil la nueva coyuntura ha sido letal y, en algunos casos, ha supuesto procesos de concentración o de alianzas tanto en distribución como puntos de venta (caso editorial y librerías). Solo les ha ido un poco mejor a los centros de difusión —locales de espectáculo escénico, musical o cine— pero con una clara tendencia a la baja. Reconstruir las redes y acentuar el campo de la promoción y de generación de públicos se convierte en imprescindible, y más especialmente para la producción en euskera.

Por último, el análisis cualitativo de los **hábitos culturales** permite comprender los factores del cambio social y de la receptividad cultural a las que inevitablemente deberán adaptarse los otros eslabones porque la cultura social es la que da sentido al ciclo reproductivo.

3.

DAFO de la cultura e industria cultural y mediática vasca

Fortalezas

Tenemos una cultura propia y diferenciada, un patrimonio singular que la sociedad valora desde una posición receptiva.

Hay un alto nivel educativo, un relativo consumo cultural por habitante, unas prácticas sociales y amateurs activas y un nivel europeo de consumos mediáticos.

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 un activo tractor para toda la cultura.

El sistema de prensa autóctono ha sido exitoso en difusión y lectura pero no está adaptado al modelo *on line*.

Debilidades

Aun hay deficiencias en oferta educativa cultural y artística en el sistema reglado.

No se destaca en especial en consumos culturales (no comunicativos) y hay descompensación entre conocimiento industrial y práctico y cultura humanística o social.

Los incentivos a creadores y estructuras son insuficientes lo que aboca a muchos a trabajar fuera.

Hay distancia entre conocimiento y uso del euskera. Es limitada la oferta mediática y aún más la demanda.

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 títulos de corta tirada.

Las empresas vascas tienen un problema de dimensión y faltan empresas tractoras.

Los mercados culturales del euskera son limitados, de lento crecimiento y requieren una intervención transversal específica.

No hay cuotas de promoción cultural o de producciones musicales propias en la mayoría de los medios de comunicación.

La distribución es el déficit mayor de las industrias culturales.

El rol de EITB en el aspecto promocional de las artes e industrias de la cultura tendría que ser central, con su propio criterio de selección.

Necesidad de promover la restauración y artes por el lado de los recursos.

La coordinación de las diferentes administraciones públicas en las políticas de apoyo a la creación es mejorable.

Hay lagunas en la obra volcada en la red y con escaso mercado remunerador para la producción digital y más en euskera.

El sistema mediático audiovisual con sede en Madrid es dominante y está pendiente una articulación de las sinergias entre el sistema autonómico de RTV y los media locales como parte de un mismo espacio comunicativo propio, especialmente en la red.

Oportunidades

La apuesta por la oferta de interés y las líneas prestigiosas e innovadoras permitiría crear un *label*.

Hay creadores/as pero requieren su reconocimiento social, mediático, institucional y empresarial.

Los medios de comunicación tienen un papel central en la difusión.

Impulso de la producción propia tanto en euskera como, sobre todo, en euskera.

Para mostrar la creación y producción artística y cultural en el exterior se deben aprovechar festivales, ferias, redes e Instituto Etxepare.

Especializarse en cultura con expresión digital y en nuevos tipos de productos *off line* y *on line* permitiría estar más presentes en las redes.

Posibilidades abiertas por el dominio *.eus*.

Se ha tomado conciencia de la necesidad de instrumentos de financiación, para el fomento de la industria cultural y creativo.

Primar la producción propia editorial, musical, audiovisual, multimedia, videojuegos... y sinergias con el cluster Gaia.

Generar unas estructuras mediáticas relevantes.

Completar el cuadro regulatorio (Audiovisual, EITB, Archivos, Digital) y definir políticas.

El 2.0 trae oportunidades al situar puntualmente a grandes y pequeños en el mismo plano.

Darle centralidad a las Políticas Públicas cultural-comunicativas, incluso interinstitucionales, y volver a pensar las prioridades y acentos (continentes/contenidos, creación/ producción/ difusión).

Amenazas

Hay una limitada propensión a la lectura de libros y riesgos de que la televisión temática y por Internet fragmente imaginarios, identidades y preocupaciones colectivas.

La instalación de una cultura de pago no socializadora y una aculturación desde culturas más promocionadas.

Hay espacios de brecha digital intergeneracional.

Se constata un deterioro de la calidad de la programación televisiva generalista del conjunto mediático con acceso a las audiencias vascas.

Internet trae grandes incertidumbres para las culturas pequeñas y riesgo de diglosia digital para los idiomas minoritarios.

Continúa la excesiva concentración transnacional de contenidos en los mercados internacional e interno y ahora, en buena parte, bajo el rol distribuidor de buscadores y plataformas.

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.

La TDT local ha sido marginada desde la regulación del espectro en beneficio de los operadores privados de ámbito estatal.

Las guías y los buscadores ya privilegian las producciones muy promocionadas.

02 Resumen de enfoques y propuestas

Eneko Lorente, Miguel Ángel Casado,
Kepa Sojo, Pablo Malo, Josu Amezaga
y Ramón Zallo



1.

Marco conceptual aplicado

- a) La cultura —más allá de los criterios estrictamente económicos— es una herramienta fundamental para facilitar la integración social mediante la difusión y promoción de espacios de creación y de intercambio. En la actualidad, emergen nuevos principios doctrinales que interpelan a la política cultural y comunicativa y que tienen por centro la demanda social en claves interactivas y colaborativas de una **«cultura compartida»**. En correspondencia con el hecho de que la sociedad es la titular de la cultura colectiva, el cambio reside en que sus fuerzas vivas reivindican el protagonismo porque disponen de herramientas autónomas para hacerlo por iniciativa propia —con variadas calidades antes reservadas a empresas e inversores sectoriales— y piensan que la cultura es un procomún, una propiedad colectiva en usufructo de todos.
- b) Los cambios introducen **nuevos actores**. La sociedad activa gana protagonismo y reactualiza el paradigma inconcluso de la democracia cultural, sustituyendo políticas *top-down* (de arriba abajo) por impulsos horizontales y de iniciativas *bottom-up* (de abajo arriba). Su base social no solo solicita o reivindica políticas públicas a las administraciones sino que tiene capacidad tecnológica y relacional para poner en marcha no pocas iniciativas por sí misma, sin perjuicio de demandar medidas administrativas.
- c) La **cultura amateur** es la base popular y participativa necesaria para crear una trama social capaz de movilizarse, colaborar y contribuir a la cohesión de la comunidad y el territorio. Es, además, cuna potencial de creadores profesionalizados. Como cada vez es más difícil llegar a vivir solo de ello, requiere especial atención el salto a la profesionalización, superando situaciones de autoempleo forzado, subempleo o temporalidad precaria.
- d) Salvaguardar el derecho a la cultura, supone **coordinar** el impulso a las industrias culturales y creativas con políticas de base, centradas en la educación y las prácticas sociales.
- e) Una sociedad moderna y abierta no puede descuidar la creación y producción cultural profesionales porque se juega también la **diversidad en un mundo global**. Desde el punto de vista del pluralismo, se requiere promover la diversidad de agentes, de condiciones, de contenidos, de peso en el mercado, etc, mediante regulaciones y estímulos adaptados a los nuevos tiempos. En los procesos de innovación general en curso en la economía vasca hay que resaltar la dimensión cultural tanto de cara al territorio como para la proyección internacional.
- f) Más allá de la consideración de la cultura como sector en las estrategias de desarrollo regional, se valora su **rol transversal**, en conexión con otros activos tanto políticos como económicos y sociales. En la sociedad de conocimiento nos remite a que la idea de «cultura y comunicación» es muy amplia. Se trata de trascender desde la categoría de nicho a la de sector y de éste

al de ámbito transversal para todo el sistema social. Abarca los activos colectivos o *commons* que buscan auto-regularse, la cultura popular, la producción y difusión cultural, las telecomunicaciones, el saber o la calidad de vida. Parece importante la coordinación de los departamentos de cultura con el resto de áreas de gobierno en las dimensiones urbana, educativa, industrial o de innovación, puesto que las dimensiones transversales de la cultura escapan a la capacidad de gestión de los departamentos de cultura de las instituciones que históricamente y con escasas dotaciones, se han especializado en unos pocos campos.

g) En el espacio vasco, hay que enfatizar la promoción y visibilidad social de la **creación en euskera** fortaleciendo los espacios educativos, formativos y de investigación con el fin de ampliar su base social y la creación de nuevos públicos.

h) A pesar de la emergencia de nuevas interacciones siguen siendo fundamentales los **servicios públicos** (RTV, portales como Kulturklik, museos, archivos, bibliotecas...) y las inversiones públicas como garantía general de socialización.

i) Desde la consideración de la cultura como ámbito estratégico en la sociedad del conocimiento, una **cultura minoritaria**, por fuerza, ha de reforzar todos sus eslabones para lograr visibilidad. La sociedad se juega su desarrollo cultural y el lado simbólico de su propia afirmación como sociedad avanzada. La cultura, además de una actividad económica que genera recursos propios y recursos impositivos vía turismo, tiene un retorno en imagen que ampara al conjunto del país y a su actividad económica pero especialmente cualifica a sus recursos humanos para adaptarse a las exigencias de la sociedad posindustrial.

2. Ejes vertebradores

Los ejes vertebradores para un desarrollo cultural estratégico y ordenador de los múltiples frentes derivados de la cadena de valor y de las reflexiones de este informe serán cinco.

- La VITALIDAD CULTURAL pone el acento en la creación y la producción propia, en el fomento y en la innovación cultural.
- SOSTENIBILIDAD como transmisión cultural intergeneracional y como coherencia en la disposición y el uso ecoeficiente y equilibrado de recursos suficientes tanto materiales como inmateriales y humanos.
- La IDENTIDAD Y DIVERSIDAD, con sus dos caras; hacia dentro, atendiendo a la identidad en construcción y a la lengua; y hacia fuera, atendiendo al intercambio abierto.
- La ACCESIBILIDAD pone el acento en la sociedad y su relación con la cultura en busca de igualdad de oportunidades y de capacidades en los ámbitos de patrimonio y equipamientos y de prácticas y usos culturales.
- La GOBERNANZA EFICIENTE Y PARTICIPACIÓN AUTÓNOMA son dos partes complementarias. Por un lado, una Administración que ha de adaptarse estructuralmente y de forma participativa en las decisiones. Por otro, el respeto cuando no impulso de procesos de autogestión social.

3. Propuestas por ejes

a) Vitalidad cultural

1. A pesar de su devaluación económica es la hora de la creación y la producción en la sociedad digital puesto que el recurso central son los contenidos y la capacidad de crearlos o interpretarlos, lo que reclama una **estrategia multidimensional** y de largo plazo en torno al capital humano y cultural del territorio. Ello interpela al conjunto de herramientas institucionales de política pública más allá de las tradicionales de la política cultural. Y, entre ellas, las propias de la política educativa, industrial y de financiación.

Resulta pertinente plantear una política cultural **interinstitucional**, que incluya la industria, la educación y los medios de comunicación, con capacidad para dar respuesta a los problemas estructurales del **sector** y poner en valor la **creación** cultural, con su impacto social, artístico y económico —y en este orden— de los proyectos con perspectiva a largo plazo.

2. Son recomendables las políticas culturales **multinivel**, tomando en consideración el rico tejido cultural asociativo, las prácticas artísticas comunitarias, las fábricas de creación, las intervenciones socio-educativas o las iniciativas que trascienden el mercado de espectadores, creando **sinergias** entre ellas y con presencia en los medios de comunicación y en la red, como forma de potenciar el encuentro con públicos diversos.

3. Es necesaria una transversalización de la experiencia artística y creativa que contribuya a la sensibilización de la población escolar acerca de la presencia de la creación y de la transmisión cultural. Poner en valor la producción y cultura propia es necesaria ante la infinidad de estímulos —músicas, imágenes...— que tienen por la red la infancia y la adolescencia y a los que no llegan ni familias ni el sistema educativo. A ello habría que añadir el chequeo de la coherencia del **sistema educativo** en sus escalones: las artes y manualidades en la escuela; enseñanza artística y cultural obligatoria en los currícula; desarrollo de todos los bachilleratos

artísticos; completar la oferta ya bastante desarrollada de estudios superiores artísticos (bellas artes, escénicas, musicales, audiovisual, diseños...); la suficiencia de los postgrados y aprendizajes permanentes y amateurs. Unas tareas de largo plazo con acciones a corto.

4. Resulta recomendable generar modelos de **política cultural de proximidad** y de equilibrio territorial y local en la que la ciudadanía no sea mera **usuaria** de la oferta cultural, sino prosumidora, productora, consumidora, dinamizadora y gestora de las actividades y manifestaciones culturales en las que de una u otra forma participa. A ello puede ayudar la conexión de las políticas culturales con las educativas y con la investigación de base y artística, con el fin de generar conocimiento y discurso.

5. Ya en el espacio vasco, se necesita dinamizar las **fábricas de creación**. El desarrollo de nuevos proyectos parece haberse ralentizado y en parte suplido por experiencias educativas o talleres, con cargo a artistas consagrados y laboratorios experimentales de colectivos conectados en redes. Parecerían interesantes iniciativas de ese tenor en escalas comarcales aunque su puesta en marcha —acondicionar edificios y programas— debería estar condicionada a la detección de agentes activos dispuestos a dinamizarlos.

6. Una instalación añadida, a caballo entre las casas de cultura generalistas y las fábricas de creación, podrían ser los **centros de recursos culturales** (autónomos o ubicados en las casas de cultura) con vocación de contacto con la gente joven más proclive a la experimentación creativa y cuya implementación comarcal podría devenir un vivero formidable en forma de centros especializados o polivalentes de producción de artes visuales, de espacios de creación de la danza y las artes escénicas... Con ello se complementaría la tradicional política de infraestructuras pensadas para la difusión —y que cuenta con recursos significativos acumulados— con una lógica de equipamientos pensados para la práctica cultural y artística como antesala para el primado de los

contenidos que es el gozne central sobre el que insiste este informe.

7. El futuro del sector pasa por su **digitalización** lo que implica reconversión de gran valor económico que requiere el apoyo institucional. Hace tiempo que los sistemas de ayuda comenzaron a adaptarse a la digitalización de soportes de archivos, editoriales, música, audiovisual... y a contemplar el mix de formatos y expresiones artísticas haciéndose eco de los cambios en los procesos de creación y de usos. En este escenario polivalente se requiere el **apoyo institucional** a los cibermedias, a la difusión e intercambios *on line*, a la creación digital, para la red y de contenidos interactivos, a la convergencia de los contenidos en toda la cadena de valor de empresas con vocación plurimedia, a los proyectos y contenidos multiformato, multisoporte, multiplataforma o multicanal, incluidos los referidos a juegos para móviles, videojuegos y aplicaciones. Cabe explorar la posibilidad de un portal federado de coordinación o de portales federados que pongan en contacto iniciativas privadas y sociales y sea complementario a la inestimable función de agenda de Kulturklik. Igualmente el dominio *.eus* necesita promoción. Pero al margen de este apoyo, las **empresas** también han de hacer el esfuerzo de acercarse y llevar su obra a la red y utilizar sus lógicas y sus herramientas para acceder a los públicos evitando así que el esfuerzo resulte estéril.
8. La **actualización permanente de un mapa de creadores** profesionales y amateurs —mapa voluntario a disposición pública y sin perjuicio de los derechos de privacidad y protección de datos— favorecería la intercambiabilidad de las funciones de usuario y creador, que requieren de espacios virtuales y presenciales que los estimulen.
9. Se cuenta con un amplio espectro de **asociaciones** profesionales y sectoriales con características diversas, pero se echan a faltar espacios de **cooperación** y colaboración entre los distintos sectores, y entre el propio ámbito cultural y otros, como la educación, industria, comunicación, promoción económica, sanidad...

10. El éxito creativo y social del **bertsolarismo** invita a su consideración como subsector cultural en los estudios del Observatorio Vasco de la Cultura sobre artes escénicas mediante seguimiento de esta actividad (actuaciones, tipología, asistencia, presencia en el sistema educativo, etc.) y estudio de sus variables socioeconómicas. Sienta un precedente como modo de socialización para otras expresiones y prácticas culturales.
11. La **internacionalización** tiene virtualidades en una triple dirección: desarrollar la propia cultura vasca con una producción solvente con vocación universal; asegurar para ello la especialización vasca en el sector cultural y comunicativo como un campo preferente entre los intangibles, junto al I+D+i; y crear un sector económico que lo alimente.

Las misiones exteriores de la Administración vasca —Instituto Etxepare, delegaciones...— tienen un gran papel de visibilidad práctica al respecto, como embajadores culturales y económicos de la cultura vasca tanto histórica como viva. Pero las *euskal etxeak* en particular, tan basadas en el voluntariado, son una plataforma inestimable para la cultura, el euskera y la presencia vasca en el mundo, a lo que hay que añadir su posición privilegiada para la promoción cultural sobre el terreno siendo interesante que Acción Exterior pudiera chequear la disposición de locales, especialmente de las más recientes, su vitalización, o la implantación de una marca común.

Asimismo se trata de explorar las líneas de cooperación entre agentes culturales de la UE y la presencia en sus redes haciéndose acreedores de las ayudas internacionales del programa Europa Creativa 2014-2020 que están siendo poco utilizadas por las empresas vascas. También es verdad que siendo más favorecidos los proyectos de los países del este tampoco las ayudas a las que se puede acceder son las que eran, salvo en coproducciones con esas cinematografías.

Un punto firme de apoyo en esa dirección para las artes son Tabakalera, Bilbao Arte y otros mientras que el acercamiento de los públicos extranjeros al museo Guggenheim de Bilbao —y que también aprovechan en la misma dirección museos como el Bellas Artes de Bilbao y en otra medida Artium o San Telmo— facilitan la referencia vasca en el mapa artístico.

b) Sostenibilidad

12. La mejora de las **condiciones remunerativas, laborales y sociales de creadores y artistas** es un criterio de equidad y, además, favorecería el relevo generacional, la producción en euskera y el diálogo intercultural. Es necesario un diálogo social en la CAE sobre distintos términos como ayudas, encargos, becas, fiscalidad, servicios... sabiendo que hay partes significativas —seguridad social...— que son, hoy por hoy, competencia de Estado.
13. El tejido industrial se ha debilitado durante la crisis en términos de empresas, empleo, puesta en marcha de nuevos proyectos y emergencia de nuevos creadores sobre los que tendría que apoyarse la cultura vasca en los próximos años. Las líneas de apoyo a las empresas consolidadas ha de completarse con las que promuevan una **nueva entrada de jóvenes creadores y empresas culturales**. La apuesta por «la sociedad del conocimiento» o «la creatividad» y «la innovación» tiene que ir también de la mano de la cultura.
14. La producción no amateur implica capitales comprometidos en empresas de producción, distribución o salas de programación escénica, visual o musical que aseguren un tejido productivo suficiente para la reproducción del ciclo cultural. El descenso de establecimientos de los últimos años es un hándicap severo que habría de encararse, por un lado, con nuevas empresas —el estímulo de *start-ups* es una vía para ello si nacen adaptadas al nuevo entorno— y, por otro, los procesos de fusión viables entre algunas de las existentes para lograr músculo y futuro. Ambos fenómenos se dan en el campo de la librería, pero está lejos de implementarse en el plano estrictamente productivo. Los estímulos específicos a la **compartición de recursos y capitales** pueden ser de gran ayuda y especialmente interesantes para el cine y para la producción editorial y musical en euskera que cuenta con una ventaja vocacional pero con la desventaja de conformar un nicho muy acotado de mercado.
15. Se necesita convencer a los Departamentos económicos para que apuesten también por la cultura. Se necesitan **órganos de coordinación interdepartamental** a escalas de Gobierno, Diputaciones y Ayuntamientos grandes, y en los que las áreas especializadas en cultura —consejerías, departamentos, concejalías— pondrían en valor su dimensión más cualitativa y ayudarían a la implicación del resto de los departamentos.
16. El impulso de la creatividad se vería favorecido por una **declaración-compromiso institucional** de triple apuesta por una cultura activa de base, por la suficiencia de equipamientos y programaciones en los mismos y por las industrias culturales y creativas como eje estratégico añadido a los subsectores económicos hoy preferentes. Se acomoda bien tanto al capital colectivo de conocimiento de una sociedad avanzada como la vasca como a las necesidades de una cultura minoritaria que sufrió retrocesos históricos y, hoy, ha de dar pasos acelerados para su puesta al día y visibilidad. Está obligada a hacer de la necesidad virtud pudiendo contar, con voluntad y empeño, con medios para ello aunque no disponga de todos los resortes reproductivos de las naciones con estado.
17. Se hace necesaria la implicación de la **política industrial y de innovación** en este sector desde un doble parámetro: el impulso cultural como ámbito significativo de la sociedad del conocimiento; y la construcción de un tejido económico cultural en busca de viabilidad económica como ámbito de especialización en una economía abierta. Los representantes de la cultura vasca encuestados para este trabajo avalan la viabilidad de este sector en relación a los recursos humanos y materiales existentes, echando a faltar una mayor implicación política para contar con recursos económicos y financieros.
- La condición generalizada de micropymes de las empresas culturales, con amplia presencia de autónomos, obstaculiza el abordaje de proyectos competitivos y el acceso a las convocatorias de ayuda industrial vigentes y que, a todas luces, requieren una revisión para que el mundo cultural no quede fuera de las vías financieras y solo sostenido por subvenciones competitivas a proyectos. Que empiece a haber técnicos especializados en las peculiaridades del sector es una buena noticia.

18. En cualquier caso, dados los riesgos de la **financiación** de proyectos culturales, es importante que la Viceconsejería esté explorando vías para la implicación de Sociedades de Garantías Recíprocas o de bancas solidarias en las mismas, vía avales. Como la valoración de intangibles es un terreno pantanoso ya hay metodologías para chequear a las empresas que las manejan (trayectoria, posición en el mercado, estructura laboral, capacidad relacional, éxito de productos anteriores) y el activo que significa su creatividad (talento, prescripción, popularidad, innovación, formato o soporte) para ofrecer confianza a inversores y al sistema bancario. Con todo hay una zona de riesgo que, con cautelas, la financiación pública sí puede recorrer.
19. Hay una oportunidad al respecto en el debate abierto de creación de un **cluster de Industrias Culturales y Creativas** que vaya aún más allá de donde ha llegado el cluster subsectorial del audiovisual (Eiken). Parecerían convenientes unos encuentros intersectoriales para diagnosticar los retos y formas de abordar lo digital de forma conjunta y en cada una de las ramas de la cultura vasca.
20. Sería de interés un **programa específico de apoyo** a las empresas culturales y creativas orientado a la financiación incluyendo mecanismos diversos (capital riesgo, créditos participativos, *seed capital*, AIE y *business angels*), el asesoramiento de proyectos y en gestión y el emprendizaje en colaboración con los Centros de Empresa e Innovación (CEI) de la SPRI. Este ámbito invita a que las infraestructuras asignadas a incubadoras y viveros de empresas dejen espacio y se adapten a las necesidades de las empresas culturales y creativas
21. Las nuevas tecnologías obligan a reinventarse y a ofrecer alternativas tanto de distribución como de atracción de nuevos públicos orientadas a la fidelización. Mientras las líneas amateur requieren un fuerte y generalizado apoyo local y se dan a conocer a través de las comunidades virtuales, las líneas profesionales requieren de **estructuras de programación, comercialización y difusión** que combinen las redes convencionales con las oportunidades que ofrece Internet para dar notoriedad a las producciones. Las ayudas a creación y producción de la CAE han sido importantes pero se echa de menos que también las haya en grado suficiente para la promoción y distribución en orden a que las obras culminen su ciclo reproductivo.
22. En el campo de la **distribución-difusión**, algunas de las vías a explorar son: ayudas a la promoción y comercialización de las obras; política industrial para el nacimiento de *start ups* comercializadoras; profundización en la colaboración de redes de locales de artes escénicas y de conciertos; giras coordinadas; programación de artes visuales en casas de cultura y otros espacios; fortalecimiento financiero de las cadenas de distribución ya se trate de establecimientos especializados o de distribuidoras online; relaciones privilegiadas de apoyo mutuo con distribuidoras de libros, de sellos discográficos o de films de otros territorios en la península; prospectar una eventual plataforma de audiovisual vasco; profundización en las relaciones con entornos cercanos con los que se comparten elementos culturales como Navarra o Iparralde... Se trata de adaptar los instrumentos industriales (viveros, asesoría adaptada, cluster, *start ups*...) a la peculiaridad de la distribución cultural, así como instrumentos financieros ya probados (SGR, convenios, líneas de financiación exigentes pero generosas...).
- Hay un reto para la adaptación de los profesionales más seniors de la intermediación y sus acciones de promoción, contacto y venta, lo que está evidenciando la necesidad de un reciclaje continuado.
23. A este respecto podría ser interesante reponer la línea de **financiación para el audiovisual** (anticipos reintegrables o de préstamos a bajos tipos de interés, préstamos para la financiación de contratos) como la que hubo desde 2007 hasta hace poco y con un fondo razonable según la experiencia de demandas de financiación que cumplan sus exigentes requisitos.
- Incluso podría pensarse en una vía similar para **otros campos** de las industrias culturales y creativas, siempre entendiendo como fondos de financiación a reembolsar, lo que obliga a un chequeo exhaustivo que equilibre solvencia con innovación y riesgo.

24. Una de las preguntas a hacerse es si no es hora ya de contar con todas las competencias constitucional y estatutariamente posibles para poder definir una política cultural integral. En concreto en el caso del cine la legislación vasca opera como complementaria pero en la medida que Madrid y Barcelona concentran la oferta audiovisual desertizando el resto, habría que pensar en reclamar el **conjunto de la competencia audiovisual**, con la consiguiente reducción del Cupo a aportar a las arcas del Estado como materia asumida.
25. Ha habido un ensayo de club de cultura que, con un abono, buscaba traducirse en precios bajos de los oferentes de servicios adscritos al programa. Esta vía de estímulo de la demanda no ha funcionado. No hay por el momento masa crítica tanto de oferentes como de consumidores dispuestos a un adelanto significativo pero no hay que descartarlo de ninguna manera a futuro. Por su parte las modalidades de **bonos cultura** ensayadas indican que para su eventual implantación deben resolver el triple objetivo de estimular la demanda y su diversidad, favorecer la oferta propia, especialmente en euskera, de forma continuada y algún plus para los establecimientos comerciales no transnacionales (por ejemplo, puntuando según la diversidad de la oferta).
26. El daño que ya ha hecho el IVA cultural del 21% para las actividades culturales no depende de las administraciones vascas al ser competencia estatal. La conveniencia de reducirla al 4% —IVA del libro— parece obvia. Pero sí hay otras **medidas fiscales** posibles en las que somos competentes: el tratamiento fiscal favorable en el impuesto de sociedades para cualquier actividad de producción o distribución cultural (música, espectáculo, artes varias...). Igualmente por coherencia con la nueva aproximación de algunas diputaciones al concepto de «industrias culturales y creativas» debe extenderse a todas ellas y en el caso de la producción en euskera con un tratamiento más favorable. Asimismo la figura de la Agrupación de Interés Económico (AIE) para el cine puede dar mucho de sí en las normas forales siempre que se afine que la finalidad es la cultura propia, los contribuyentes de sede fiscal vasca y se popularice entre los asesores fiscales. Igualmente hay que tomar nota de la Ley de mecenazgo de Navarra en lo relativo al micromecenazgo y al listado de creadores eligiendo bien destinatarios y beneficiarios y con unas deducciones razonables para las arcas públicas.
27. Los **mercados culturales del euskera** son limitados, de lento crecimiento y requieren una intervención transversal específica. Han de seguir apoyándose con un plus en las órdenes de ayuda a cultura y medios de comunicación en euskera. Hay un largo recorrido por delante tanto en términos de calidad cotejable —punto de partida— como de mecanismos de promoción que faciliten la visibilidad interna, sobre todo entre las nuevas generaciones, y la visibilidad externa que por fuerza ha de ser compartida— por ejemplo con una iniciativa similar a Kimuak pero para largometrajes y para otras expresiones culturales— y alguna clase de estructura compartida de distribución-exportación, aunque su complejidad a nadie se le escapa y debería explorarse desde un hipotético cluster cultural.
28. El andamiaje cultural no es sostenible sin una acción general educativa de socialización cultural y de **creación de públicos para la cultura**, especialmente en euskera, con centro en el sistema educativo y en el sistema mediático —con compromisos en el contrato- programa de EITB y con convenios con el sistema privado—, y sin el mimo promocional por la parte de creadores y empresas en cuyas solicitudes de ayudas debería contemplarse, de forma mucho más importante a como figura normalmente, el capítulo relativo a la promoción y a la creación de demanda.

c) Identidad y diversidad

29. Estando asegurada la creación bilingüe no lo está la **demanda cultural en euskera**. Hay una distancia entre la interesante creatividad y oferta de calidad en euskera y su público en tanto no hemos llegado al umbral del círculo virtuoso de la sostenibilidad cultural. Hay un orden de secuencias a contemplar: conocimiento del euskera de la población; alta competencia en sus recursos lingüísticos; práctica polivalente; uso frecuente y hábito; y conocimiento en ámbitos especializados. Mientras que en la primera secuencia los logros son significativos, va adelgazándose en la medida que continuamos

por las siguientes, hasta convertirse en minoría los públicos competentes en saberes diversos y bilingües.

El objetivo es organizar un sistema de protección pública guiado por la calidad y la competencia real sí pero, sobre todo, **por la promoción social de la oferta en euskera**: doblajes, exhibición en fines de semana, cuotas de música en las radios...

Caben medidas para mejorar la presencia de la producción cultural en euskera en los medios públicos de comunicación en castellano recurriendo incluso a canales duales o múltiples; o de fomento del cine en versión original con subtítulos en euskera, en televisión y salas de cine experimentando con tecnologías de proyección y emisión dual; o de impulso de la traducción de la oferta en euskera al castellano y otras lenguas.

30. Se requiere un impulso específico para la igualdad de las **mujeres** en creación, visibilidad y gestión. Las ópticas de igualdad formal no responden suficientemente a las desigualdades de partida. En ese contexto parece razonable que haya un plus de puntuación en las convocatorias de subvenciones para paliar esa situación al menos mientras la situación lo aconseje.

Sin embargo el tema es más de fondo y reclama medidas de visibilidad (en estadísticas, formación, estereotipos discriminatorios en la comunicación y lenguajes, tratamiento transversal en todas las escalas sociales y administrativas...), de sensibilización en la educación, de cambio de roles (cuidados...), de mercado de trabajo discriminatorio, de promoción (jurados, subvenciones...) y todos ellos orientados al cambio de valores, la autoestima, la autonomía y el empoderamiento personal y colectivo de las mujeres en general, y de las que tienen aptitudes para la generación y la gestión cultural en particular.

Se sugieren algunas medidas en el sistema de ayudas, en la presencia en los organismos de valoración, en la oferta artística y en la creación de una sección de seguimiento en Emakunde a modo de Observatorio permanente de la situación de las mujeres en este ámbito.

31. Partiendo de la idea de que se requieren procesos de respeto y adaptación mutuos, y

que lo más relevante es la educación social y los comportamientos colectivos, hay algunas medidas que pueden facilitar la socialización de la **inmigración** en este campo: la dotación de los centros culturales, casas de cultura y bibliotecas con materiales culturales e informativos de sus países de origen; la ayuda a los eventos de encuentro con autóctonos (arroses del mundo...); la facilitación de la inserción lingüística ya sea en castellano o euskera; los cursos adaptados de conocimiento de la sociedad vasca... La invitación a artistas de sus países de origen para exposiciones o eventos pueden ser ocasiones de encuentro y autoestima. Deben estar abiertas las convocatorias subvencionales a los nuevos residentes ya nacionalizados con capacidades creativas.

d) Accesibilidad

32. Es una buena iniciativa en la **era del acceso** la puesta en marcha de eLiburutegia, una plataforma que facilita la lectura en préstamo de contenidos digitales a través de Internet (streaming, ordenador o dispositivos móviles) para los inscritos en la Red de Lectura Pública de Euskadi. Igualmente el informe en ciernes, dentro de OVC-KEB, sobre Desarrollo de Públicos favorecerá la definición de una estrategia de carácter integral y de medidas combinadas para la activación de la participación y la demanda cultural.

La detección de un gap generacional en lo digital sugiere no tanto facilitar el acceso a las nuevas tecnologías (ya se han impuesto) como a su lado más dinámico, sus nuevos usos. Ello permitiría, por ejemplo, una mayor participación de madres y padres en la socialización cultural de sus menores, así como de las y los docentes en la de sus estudiantes. Serían interesantes cursos locales y talleres de herramientas dirigidas a madres y padres jóvenes y de mediana edad.

33. Las políticas de coordinación y trabajo en red para la puesta en valor y uso social del **patrimonio** que llevan a cabo las instituciones cuentan con las oportunidades que ofrece el entorno digital para extraer de esta importante oferta cultural toda su potencialidad. No cabe sino animar a continuar con políticas creativas de dinamización y puesta en valor del recorrido realizado en los últimos años.

34. En Euskadi, tanto en las capitales como en los pueblos, se cuenta con una red de centros cívicos, casas de cultura y **equipamientos** (bibliotecas, escuelas de música) amplia y bien dotada. En cambio hay muchas diferencias en el dinamismo y capacidad de atracción de públicos de las programaciones.

Hay varias cuestiones a determinar en cada territorio: detectar los déficits de programación regular y usos de los equipamientos; asesorar a sus gestores para las nuevas demandas a efectos de mejorar su cualificación en orden a definir objetivos temporales y los instrumentos para dinamizar los centros, favoreciendo incluso que el ciudadano sea parte activa de ellos con espacios de autogestión; mejorar su nivel de formación en las nuevas herramientas de comunicación y la cultura digital para su relación con los públicos juveniles.

La Agenda 21 local de la cultura en las localidades que no lo hicieron o retomarla con nuevos ojos en las que sí lo hicieron permitiría contar con un protocolo de detección de déficits y de activación social.

35. Las personas con distintas **discapacidades** suelen ver mermado su derecho a la cultura. Carecemos de un diagnóstico que chequee la accesibilidad en sentido amplio de las personas con discapacidades a la oferta cultural (audiovisual, escrita, espectáculos, etc.) para la ulterior propuesta de medidas que la faciliten. Ello incluye subtítulos o sonidos duales en los *media*.

36. El conjunto del **sistema comunicativo** que accede a los hogares vascos no se corresponde a las **necesidades culturales**, informativas y comunicativas de un país en construcción cultural, política, social y económica sino que se mueve, en su inmensa mayoría —y a excepción de EITB y algunas pocas operadoras de radio y televisión en algunos ámbitos locales— por patrones externos y son más aculturizantes que un acompañamiento a procesos de inculturación decididos por las mayorías ciudadanas. Es importante detectar el retraso de las regulaciones del sistema comunicativo vasco —TDT local, FMs, cibermédias, prensa...— y hacer el seguimiento de las que asumieron obligaciones culturales.

37. En el caso de **EITB** su papel ha sido fundamental durante los últimos 30 años para el desarrollo de la información, la cultura vasca y del sector audiovisual. Hay varios campos en los que es mejorable desde una profundización y actualización de sus misiones de servicio público: la promoción del euskera con especial acento en el lugar social de ETB1 y en su presencia en ETB2, la mayor implicación con el sector audiovisual propio y una atención especial a su programación a la cultura. La posibilidad de trabajar con colectivos creativos y educativos para generar contenidos de nuevo tipo ampliaría su diversidad.

EITB está ante su gran oportunidad para adaptar misiones y estructura a la era digital y configurarse como grupo integral de comunicación apto al aprovechamiento de las oportunidades de la red, a la redefinición de sus programaciones, a convertirse en polo informativo integral y referencial, incluyendo la función de agencia de noticias escritas, sonoras y audiovisuales. Para ello no bastaría una nueva ley, que tardará al menos 3 o 4 años, sino que se defina un nuevo plan estratégico, continuar con los contratos-programas como el firmado en 2016 y convenios con el sector audiovisual y empresas de la web, generando certidumbres.

Es seguro en ese camino que el Grupo EITB habrá de caminar hacia una solución convergente de medios (multimedia); de compartición de contenidos adaptados a las ventajas expresivas de cada soporte; y de respuesta de las estructuras organizacionales y de las redacciones al reto de ofrecer contenidos adecuados a los aparatos de acceso y a la secuencia temporal de hábitos de los usuarios pertrechados con dispositivos distintos.

38. Conviene estudiar qué espacio de intervención regulatoria le queda a la CAE para materializar **derechos de los internautas y la práctica digital**; sabiendo que incluso los espacios estatales se quedan pequeños para un campo que está pidiendo a gritos una regulación planetaria y global. Quedan como espacios de intervención directa lo que se haga en servicios digitales desde las administraciones tanto en e-administración como en servicios finalistas en no importa qué campo público; la organización

de la sociedad civil en torno a la extensión y ejercicio en redes, espacios compartidos y laboratorios; el impulso desde los sistemas de ayuda a iniciativas de la cultura digital; y la toma de conciencia organizada de los derechos de los internautas de cara a definir un mosaico de condiciones de autorregulación respetuosas en los servicios que operen en la comunidad.

e) Centralidad, gobernanza y participación

39. La **centralidad de la política cultural y comunicativa** implica una mayor relevancia del área institucional cultural en los tres niveles institucionales y una implicación en cultura como competencia colectiva en todas las áreas no específicas. La gobernanza reflejaría la madurez democrática institucional, y la participación, la apuesta por facilitar la iniciativa social.
40. Todo lo que se haga en materia de **coordinación interdepartamental** en el interior de Gobierno Vasco y de diputaciones, así como de **coordinación interinstitucional**, conforme a ejes estratégicos discutidos y compartidos ha de ser bienvenido. A este respecto sería de gran utilidad decantar una serie de elementos clave para un desarrollo cultural a medio y largo plazo para el conjunto y cada uno de los territorios.
41. En claves de gobernanza, y una vez pasado el periodo excepcional de crisis que motivó la compactación de consejerías de gobierno para el ahorro de costes públicos, convendría —si se piensa en términos de ámbito estratégico y preferente para la cultura vasca— volver al modelo de **Departamento de Cultura específico** y no vinculado al de Educación.
42. Igualmente la renovación de las estructuras de decisión y de consenso para pilotar tema tan sensible como la cultura en tiempos de inflexión, invita a volver a revisar el proyecto de **Instituto Vasco de Artes e Industrias culturales** que no terminó de cerrar su recorrido administrativo para su aprobación hace dos legislaturas y que se basaba en la lógica de la coparticipación del sector en las decisiones, sin perjuicio de la última palabra que le corresponde a la Administración. Cabe repensarlo bajo una modalidad confederal a escala de gobierno y territorios.
43. Por otra parte las sociedades maduras suelen reconocer cada vez más la capacidad de **autogestión de los colectivos** de la sociedad civil en parámetros de democracia relacional, participativa y deliberativa. Ciertamente hacen aflorar más fricciones pero también más dinamismo en las respuestas a los problemas detectados y más compromisos que aúnan voluntades. Sería de interés el seguimiento y estudio por parte del OVC-KEB de las experiencias culturales autogestionadas, tales como las fábricas sociales, gaztetxes u otras para detectar su contribución y funcionamiento, comparándolos con los modelos europeos de referencia.
44. Si los ámbitos locales son los más propios para la participación, a escala de **territorios históricos** cabe compartir diagnósticos y compromisos con las asociaciones reunidas de creadores y de empresas culturales para relanzar el pulso cultural y adaptar normativas y presupuestos. A escala gubernamental, y con la aportación de este informe y otros en curso, el Consejo Vasco de la Cultura puede asumir una función dinamizadora que cristalice en unas cuantas orientaciones y medidas estratégicas.