

País Vasco

elEconomista

Revista mensual

15 de febrero de 2018 | Nº 31

Iberdrola se apoyará en 'Bidelek' para la digitalización de redes en otros países | P12

Lookiero, un 'personal shopper online', que en solo dos años suma 150.000 usuarias | P28

LOS JÓVENES SE MARCHAN POR LA TEMPORALIDAD Y LOS BAJOS SALARIOS

Euskadi se queda sin relevo generacional laboral en diez años por la caída demográfica y el éxodo | P4



Manuel Ardanza

Presidente de la Bolsa de Bilbao y del MAB

“Para potenciar Bilbao como plaza hace falta cultura financiera e incentivos fiscales” | P8



Joxean Muñoz Otaegi

Viceconsejero de Cultura
del Gobierno vasco

Hablamos de 14.000
compañías en Euskadi,
y de 70.000 personas
empleadas en el sector.

Como sectores
aislados son
económicamente
marginales. Como un
solo sector, es
económicamente
relevante

‘Creatividad’ para impulsar las Industrias Creativas

Escribir sobre creatividad en una revista de economía ya no resulta excéntrico. Se hace evidente que la creatividad ligada a la innovación es un factor fundamental para el desarrollo de la industria y el crecimiento económico. Pero, además, la creatividad define un campo específico, el de las Industrias Culturales y Creativas (ICC), formado por el núcleo de lo que veníamos considerando cultura y enriquecido por las industrias que se basan en el talento creativo.

El concepto de Industrias Creativas entró a formar parte de las preocupaciones estratégicas de la UE en la primera década del siglo XXI. Bruselas lanzaba en 2010 su libro blanco sobre las ICC agrupando industrias culturales y creativas; un sector con un peso relativo cada vez mayor en el PIB y con un crecimiento sostenido que ni siquiera la crisis desmintió. Ese es el reto que Euskadi abordó en 2013 con la llegada del Gobierno del lehendakari Iñigo Urkullu y que empezó a tomar forma en 2015 al integrar al sector cultural y creativo como territorio de oportunidad en la dinámica vasca del RIS3.

Impulsar el sector de las ICC plantea retos complejos pero

apasionantes. En primer lugar, abre un nuevo campo de juego, en el que el sector cultural -en el que el impacto económico siendo uno de sus indicadores, no es el único ni el fundamental- se enriquece con la interacción con sectores muy dinámicos y claramente orientados al mercado.

Para que ese encuentro resulte fructífero -todas son empresas, todas son industria- es crucial entender su especificidad: las industrias culturales requieren de una forma empresarial para conseguir una finalidad cultural y las industrias creativas requieren del talento creativo para conseguir una finalidad económica.

La UE pedía a cada región europea que definiera, en su propio contexto, qué entiende como industrias culturales y creativas; es decir, qué actividades entrarían en el listado de industrias creativas. En Euskadi se han definido ya los 15 subsectores que lo integran. Además de los habituales -diseño, contenidos digitales, arquitectura, publicidad, moda, etc.- se integran la artesanía, las industrias de la lengua y la gastronomía creativa.

Y, sobre todo, la UE marcaba con claridad un principio: es necesario conjugar las políticas de desarrollo económico con las políticas culturales; encontrar su espacio de trabajo en

común, su complementariedad. No se trata de decidir si hablamos de industria o de cultura, sino de entender que hablamos de ambas a la vez. De industria y de cultura.

Y en ningún territorio de la Unión era evidente -tampoco lo es hoy- cómo articular una relación sostenida entre estos ámbitos, tradicionalmente tan alejados. Había, pues, que innovar también en políticas públicas. Abordar la creatividad como un aspecto estratégico de nuestra economía y de nuestra vida social requiere creatividad también a las instituciones. A todas las instituciones concernidas.

La estrategia para las ICC en Euskadi se basa en una gobernanza compleja que articula la colaboración y la complementariedad de Gobierno vasco, Diputaciones Forales y Ayuntamientos, desde la acción conjunta de los respectivos departamentos de Cultura y de Desarrollo Económico. Entre todos estamos definiendo políticas de apoyo e impulso a las ICC que se resumen en tres conceptos: estructurar, innovar e internacionalizar.

Se trata de conjugar la estructuración del sector, vincularlo a las estrategias de innovación e impulsar su internacionalización. Para ello, nuestra Estrategia 2020 para las ICC pivota sobre tres ejes: el primero es la internacionalización de las empresas y de las políticas públicas, liderando una red europea -Creadis3- de cinco regiones que integran a las ICC en sus estrategias de innovación y desarrollo inteligente. Vinculado a las empresas y centros de conocimiento.

En segundo lugar, el impulso a la innovación en el sector de las ICC inscribiéndonos en las dinámicas y metodologías de la

estrategia vasca RIS3. Hemos activado un programa de impulso a la innovación que abarca la innovación tecnológica, la mejora e innovación organizativa y el asesoramiento y acompañamiento en la financiación. Están dirigidas a empresas pero también a asociaciones y entidades.

Pivotan sobre los centros de innovación tecnológica de la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación, sobre el centro vasco para la promoción de la Gestión Avanzada y sobre la Sociedad de Garantía Recíproca de Euskadi.

Estamos poniendo en relación a las empresas del sector con las herramientas de que ya disponía el tejido empresarial vasco y a las que, sin embargo, tenían dificultades para acceder.

Por último, la articulación del sector, su autoconciencia, la identificación de los ámbitos de cooperación y colaboración y el impulso al talento creativo como motor de su actividad y clave de su futuro.

Estamos hablando de 14.000 compañías, el 9 por ciento del total en Euskadi, y de 70.000 personas empleadas en el sector, el 8 por ciento del total. Como sectores aislados son económicamente marginales. Como un solo sector, es económicamente relevante. Organizarse en un sólo sector, supone cruzar dinámicas, que antes iban en paralelo; permite diseñar una estrategia de conjunto en lugar de una multiplicación de políticas públicas; posibilita ganar en visibilidad, en notoriedad y en oportunidades.

Probablemente, tengamos que hablar más de creatividad en las revistas de economía y hablar más de economía en las revistas culturales.

Joxean Muñoz Otaegi

Viceconsejero de Cultura
del Gobierno vasco

Organizarse en un sólo sector supone cruzar dinámicas y diseñar una estrategia de conjunto en lugar de una multiplicación de políticas públicas; posibilita ganar en visibilidad, en notoriedad y en oportunidades