

LECCION DE INGRESO

Como Amigo de Número de la

REAL SOCIEDAD BASCONGADA

DE LOS AMIGOS DEL PAIS

ASPECTOS DE UN PROYECTO CULTURAL:

Por

UNA VISION ECONOMICA

JUAN LUIS LASKURAIN ARGARATE

DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

Quando hace unos meses asistí a la de lectura de la lección de ingreso de Ignacio Marco-Gardoqui a la Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País y, a la salida, con su proverbial diplomacia, me abordó Rafael Ossa Echalar y me dijo: «¿lo haces tú, Juan Luis», propuesta a la que me había planteado durante bastante tiempo, no tuve otra respuesta que la de contestarle «*ja estoy pensando en algo*».

Me propuse trasladar en forma de lección de ingreso como Amigo de la Sociedad Bascongada, mis reflexiones sobre el impacto de un proyecto cultural extraordinario aplicado al mundo económico.

El Museo Guggenheim de Bilbao debe significar un elemento singular y defensorio de Euskadi durante, al menos, los próximos 75 años. Desde esta constatación, el reto consiste en aprovechar al máximo esta circunstancia para que nos aporte cuanto sea posible.

De algún modo, es como si nos encontráramos ante un nuevo factor productivo, algo similar al descubrimiento de un recurso natural o la instalación de un gran proyecto de gran alcance al que no debemos mirar como la espalda por considerarlo un extraño.

Lección expuesta en Bilbao,
el 28 de mayo de 1996,
en Salón de Actos del
Archivo Foral de Bizkaia.

LECCION DE INGRESO
Como Amigo de Número de la
REAL SOCIEDAD BASCONGADA
DE LOS AMIGOS DEL PAIS

Por

JUAN LUIS LASKURAIN ARGARATE

Cuando hace unos meses asistí a la de lectura de la lección de ingreso de Ignacio Marco-Gardoqui en la Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País y, a la salida, con su proverbial diplomacia, me abordó Rafael Ossa Echaburu y me comentó «*a ver cuando lo haces tú, Juan Luis*», propuesta que me había insinuado hace bastante tiempo, no tuve otra respuesta que la de contestarle «*ya estoy pensando en algo*».

Me propuse trasladar en forma de lección de ingreso como Amigo de la Sociedad Bascongada, mis reflexiones sobre el impacto de un proyecto cultural extraordinario aplicado al mundo económico.

El Museo Guggenheim de Bilbao debe significar un elemento singular y definitorio de Euskadi durante, al menos, los próximos 75 años. Desde esta constatación, el reto consiste en aprovechar al máximo esta circunstancia para que nos aporte cuanto sea posible.

De algún modo, es como si nos encontráramos ante un nuevo factor productivo, algo similar al descubrimiento de un recurso natural o la instalación de un elemento productivo de gran alcance al que no debemos mirar como las vacas al tren ni darle la espalda por considerarlo un extraño.

EL FIN DE UN MODELO DE CRECIMIENTO

Hace más de veinte años que, con el detonante de la crisis del petróleo, quedaron en evidencia todas las debilidades de nuestra base económica. Tal como reflejaba Roberto Velasco en un trabajo sobre regiones industrializadas en declive, la causa fundamental había que situarla en la disminución progresiva de la competitividad económica del País Vasco, la cual —a su vez— era el exponente de la inexistencia de una capacidad adaptadora y creadora.

Ante este hecho, del que Bilbao, en concreto, no solo era una excepción, sino quizás uno de los ejemplos más patentes, Antton Pérez de Calleja indicaba ya en el año 88 que, *«si los problemas urbanísticos de Bilbao eran serios, los de carácter económico eran extraordinariamente difíciles»*.

En este sentido apuntaba que *«la industria iba a dejar en Bilbao un paisaje de ruinas, en liquidación, y sobre él los bilbainos tendrían que inventar una nueva ciudad y una nueva economía»*.

¿Pero, qué economía?, ¿qué actividades? Tras comentar con sorna que *«esto nadie lo sabe y los economistas menos que nadie»*, Pérez de Calleja indicaba que una posible respuesta podía venir por la transformación de actividades de todo signo en actividades económicas. *«A mí mismo me llama la atención —añadía— la capacidad que tiene la economía para llevar a cabo este proceso de transformación; actividades que se consideraban lejanas o distantes de los procesos económicos, como por ejemplo, la cultura, el ocio, el deporte, la información, se han convertido, no sólo en actividades económicas, sino en negocios. Probablemente los grandes negocios, las grandes actividades económicas del siglo XXI estarán ligadas al ocio y la cultura»*.

«Sin embargo, —y finalizo la cita de Pérez de Calleja— para el nuevo Bilbao, el urbanismo tiene que mejorar, los ríos tienen que limpiarse, el aire tiene que dejar de estar polucionado y la ciudad, hoy impresentable, tiene que convertirse en una ciudad que podamos ofertar y con la que podamos competir».

En definitiva, era evidente que nuestro modelo económico estaba agotado, se habían perdido las ventajas comparativas, se había produci-

do una importante descapitalización, existía una fuerte dependencia tecnológica y el mercado de trabajo se deterioraba paulatinamente. Junto a estos hechos, los problemas urbanísticos, ambientales, sociales, políticos y de convivencia terminaban por dibujar el cuadro más sombrío que pudiéramos imaginar.

Así pues, la única vía era *«iniciar el proceso de recuperación de ventajas comparativas y competitividad, como condición indispensable para entrar en la senda del crecimiento estable y duradero»*. Este es, al menos, el corolario del trabajo realizado por Caja Laboral Popular sobre la economía vasca en el periodo 1975/1987.

En este sentido, Juanjo Gabiña en su libro *“Euskadi y su futuro”* afirma que *«existen soluciones creativas, en cuya búsqueda habría que destinar recursos y tiempo, que darían respuesta al problema de la creación de empleo siempre que obedeciesen a un plan que tuviera en cuenta no solo el desarrollo tecnológico, sino también el dinamismo social, dentro del cual los aspectos culturales y organizativos tendrían gran importancia»*. A lo cual añade: *«No existiría una Euskadi tecnológicamente avanzada, ni tan siquiera una Europa, si no se realizara una inversión de mayor importancia en el área cultural y social»*.

En la búsqueda de nuevos horizontes para la economía vasca también son oportunas las palabras de Tibor Scitovsky en su libro *“La economía sin alegría”*, quien ya en 1976 concluía que *«tener el nivel de vida más elevado del mundo no implica tener el modo de vida más envidiable, puesto que la producción y consumo crecientes, aunque entrañen niveles de renta per capita igualmente crecientes, pueden venir acompañados de niveles de insatisfacción asimismo crecientes»*. Para Scitovsky, *«los bienes culturales participan en la vida social y favorecen el sentimiento de identidad. Por ello, el nivel de bienestar no se puede definir más que por una combinación de bienes materiales y culturales»*.

CULTURA, BIENESTAR Y DESARROLLO

Vemos que a nuestra necesidad imperiosa de buscar nuevas salidas a una situación irreversible de declive se le unen, por un lado, la presión de una tasa de paro en cuya reducción debemos poner el máximo empeño y, por otro, la convicción de tener que abordar un enfoque que introduzca elementos de diversificación en nuestra estructura económica,

recuperando paulatinamente los factores de atracción adecuando las infraestructuras, el medio ambiente y la capacitación profesional, principalmente.

¿Y cómo hilamos todo esto con la cultura? ¿Por qué demonios preocuparnos de la cultura cuando tenemos otras preocupaciones más urgentes y prioritarias? ¿No deberíamos dedicar todos nuestros esfuerzos a lo urgente y necesario en lugar de malgastarlos en elementos superfluos como los culturales?

Lo primero que quiero aclarar es que economía y cultura lejos de ser dos mundos contrapuestos, forman parte de una misma realidad, de tal manera que la cultura se integra en la economía, subyaciendo en el conjunto de actividades económicas y humanas.

Pese a esta afirmación, también quiero dejar claro —y en esto coincidido plenamente con Joseba Arregi, ex-consejero de Cultura del Gobierno Vasco— que, *«no es malo que siga existiendo un mínimo de contraposición entre la economía y la cultura, siempre que ello no signifique la estigmatización de la cultura como algo antieconómico»*.

La intimidad entre la actividad cultural y la actividad económica lleva a Xavier Dupuis en su libro *“Cultura y desarrollo”*, editado por la UNESCO, a afirmar que *«no hay ningún proyecto de desarrollo económico que pueda ignorar la cultura»*. Y esto lo dice una persona que, tras dedicar muchos años de su vida a analizar la economía de la cultura y publicar numerosas obras sobre la materia, pasa por ser uno de los mayores expertos mundiales sobre esta cuestión.

En su análisis, Dupuis llega a formular una serie de proposiciones que, a su juicio, permiten un desarrollo integrado, entre las cuales he extractado las siguientes:

- 1º La cultura y la enseñanza son factores de producción poderosos, ya que afectan y condicionan el rendimiento de todas las actividades económicas.
- 2º Los gastos comprometidos en estos sectores (cultura y enseñanza) participan en el desarrollo y, consiguientemente, toda reducción de los mismos conduce inevitablemente a una pérdida de crecimiento para la economía.

3º Invertir en capital productivo a través de la industrialización sin que ello lleve aparejado inversiones en la dimensión cultural aboca a una situación no óptima.

Por tanto, no puede ser más explícita la opinión de Dupuis sobre la fuerte interrelación existente entre cultura, economía y desarrollo. Sin embargo, hecha esta constatación, la sorpresa surge cuando se observa que apenas existen análisis que permitan acercarse a la verdadera dimensión económica de la cultura.

EL SECTOR ECONOMICO-CULTURAL, EL GRAN DESCONOCIDO

Así, algo tan habitual en otras actividades como los análisis costes-beneficios o los estudios de impacto, o la simple cuantificación estadística del número de empresas, empleo, indicadores de actividad, facturación, efectos directos o inducidos, etc., son elementos que se desconocen en la actividad cultural.

Como ejemplo voy a citar el trabajo realizado por IKEI sobre el "*Sector Cultural de la Comunidad Autónoma Vasca*" y publicado en marzo de 1995 por la Federación Vasco-Navarra de Cajas de Ahorros. En él se destaca el mínimo tratamiento del sector cultural por parte de las publicaciones estadísticas, lo cual he comprobado que es del todo cierto, por lo que resulta aún más meritoria esta investigación. No obstante, tampoco quiero dejar de mencionar que el citado informe sobre el sector cultural es el número 34 de los realizados hasta entonces, y esto también es un indicador de la prioridad que le dispensamos.

Tengo que confesar que yo también he caído en ese olvido de un sector del que ni siquiera se conoce que aporta un 3% al PIB vasco, según el informe de IKEI.

Tanto desde el mundo de la cultura como desde fuera de él, se ha asumido con absoluta naturalidad la falta de información económicamente válida, como queriendo hacer ver que aplicar a las actividades culturales indicadores económicos o de gestión no tiene ningún sentido. Vamos, que casi resulta una ordinariez.

No es de extrañar, por ello, que Paloma O'Shea en los Encuentros sobre *Economía y Cultura* celebrados en Barcelona en marzo de 1994 afirmara que: «Seguir considerando el hecho cultural sólo como un fenómeno artístico, es suicida. Sin dejar de valorar ese componente que le da carta de naturaleza, el hecho cultural es también un bien económico, un producto, y como tal debe ser tratado». Tras esta afirmación, tan rotunda y sorprendente para muchos, se vio en la obligación de añadir: «Espero no estar molestando a nadie con estas expresiones, porque no es esa mi voluntad. Sólo quiero insistir en que la cultura puede ser rentable si es tratada desde una perspectiva empresarial y sin que ello suponga menoscabo de su contenido artístico».

Al efectuar este comentario Paloma O'Shea demuestra saber que pisa un terreno vidrioso. Y sin embargo, sabe también que ese es un nexo de unión necesario y positivo, tanto para la cultura como para la economía.

LA INFLUENCIA DEL MUNDO CULTURAL EN LA TOMA DE DECISIONES

No debemos olvidar que los detractores de esa convergencia entre cultura y economía los podemos encontrar no solo entre los economistas, sino también entre las gentes de la cultura. Los primeros acusan a los segundos de malgastar unos recursos escasos que podrían emplearse más adecuadamente en otras finalidades; en tanto que los segundos se niegan a aceptar conducir sus pautas de conducta hacia ámbitos más acordes con la eficacia económica.

De esta disociación el gran perjudicado es el mundo cultural puesto que cualquier aportación económica que reciba aparece como algo superfluo, lujoso, prescindible o contrario a un uso racional de los recursos, particularmente si hablamos de recursos públicos. Gastar el dinero "por amor al arte", no lo olvidemos, siempre ha sido un dicho que implica hacerlo sin ninguna racionalidad, a beneficio de inventario, sin un sentido económico, de tal modo que cualquier esfuerzo público realizado para conseguir una inversión cultural queda descalificado, mientras que el efectuado para atraer una inversión industrial es aceptado casi sin discusión. Y todo ello, además, para más *inri*, desde la persuasión de que el sector industrial no genera empleo y el de servicios, en el que se encuentra la cultura, sí.

Desde esta sensibilidad, cualquier colectivo no cultural tiene muchas bazas a su favor a la hora de obtener ayudas públicas o aportaciones privadas para sacar adelante sus pretensiones. Empresarios, sindicatos, funcionarios, comerciantes, agricultores, mineros, metalúrgicos, financieros..., cualquier organización sectorial tiene, de hecho, razones más objetivas y prácticas para obtener algo que las que pueda argumentar la cultura, siempre afectada por los inconvenientes mencionados anteriormente.

Las organizaciones no culturales pueden recurrir en demanda de ayuda arropadas por su importancia absoluta o relativa, y respaldadas por la presunción de que la subvención va a resultar provechosa, solidaria, generadora de empleo, de riqueza, de actividad. Nada de esto se le reconoce a la cultura, que ni siquiera es capaz de demostrar su propia importancia, ni absoluta ni relativa, sencillamente porque se desconoce.

Gary Becker, premio Nobel de Economía, decía no hace mucho respecto a la juventud en paro: *«Hay mucha gente joven en paro, sí, pero, bueno. La gente joven no vota mucho..., así que no importa»*. El evidente tono irónico del comentario podría ser aplicado a la actividad cultural, en la medida en que sus necesidades, aunque son muchas, no tienen demasiadas posibilidades de ser atendidas ya que “no votan mucho”, es decir, no tienen mucha fuerza para conseguirlo.

Y es que no sólo son los campos ajenos a la cultura los que no creen que ésta tenga efectos económicos positivos. Tal como señala el propio Ex-Subsecretario del Ministerio de Cultura español, Enrique Linde, en la publicación *“Cultura y Desarrollo”*: *«gran parte de la responsabilidad de que se considere a la cultura un sector improductivo se debe a los propios gestores culturales. Ha existido una tendencia potentísima a menospreciar la dimensión económica de la cultura, como si los valores intrínsecos de las manifestaciones culturales se perturbaran o dañaran por ello»*.

La cultura, además de sus valores intrínsecos, puede considerarse como un bien de consumo cuya necesidad crece, principalmente, con la educación, la formación y la disposición de tiempo y de dinero. Esto hace que, desde su propia singularidad, también sea susceptible de ser

tratado y enfocado bajo la perspectiva económica, de modo similar a cualquier otra actividad, y como tal lo debemos aceptar y plantear.

Argumentar, como se hace, que la cultura o el arte no tiene precio, o que sus obras son irremplazables resulta, tal como señala William D. Grapp en su libro *“Arte, inversión y mecenazgo”*, «una idea un tanto extraña» puesto que *«dado que algunas obras son obviamente valoradas por encima de otras, uno llega a la conclusión de que aunque ninguna tenga precio, unas carecen de él más que otras. Y si todas ellas fueran irremplazables, no se aseguraría ninguna. Y, sin embargo, están aseguradas»*.

Asimismo, asociar cultura con déficit como inevitable es algo que debemos relativizar, puesto que cabe hacer mucho por paliar o eliminar este concepto deficitario relacionado con las actividades culturales, aplicando mecanismos de gestión y rentabilidad económica donde sea menester.

Sobre esto podemos citar la opinión de Francisco Calvo Serraller quien, al escribir sobre *“Museo público y mecenazgo”*, aunque manifestando una posición menos economicista, señala que: *«el museo público no ha sido, ni puede ser jamás, “rentable”, lo que no quiere decir que, como las universidades o los transportes públicos, no luche por reducir su crónico déficit, siempre que lo haga sin sacrificar lo esencial de su misión, ni desvirtuar su contenido»*.

Es absolutamente necesario, por tanto, romper esta dinámica de separar la racionalidad económica para lo que no es cultural y la irracionalidad para lo que es cultural. Ambos campos pueden tener cualquiera de dichas características, no siendo exclusiva de nadie ninguna de ellas.

LAS CIFRAS DE LA CULTURA

Con todo lo que llevamos dicho se comprenderá que no es fácil saber qué recibe y qué aporta la cultura desde un análisis económico. Mi impresión es que tradicionalmente ha recibido menos de lo que ha aportado; que lo que ha percibido, en general, ha sido fuertemente criticado y que, quienes han advertido sus posibilidades hace años que han dejado de ser cicateros con las inversiones culturales, al tiempo que han

alterado radicalmente sus pautas de comportamiento en busca de la obtención de unos resultados de gestión y rentabilidad económica, compatibles con los del ámbito de la cultura.

Comenzando por la Comunidad Autónoma Vasca, ya hemos comentado anteriormente que IKEI evalúa en un 3% la aportación del sector cultural al PIB vasco. Es una aportación nada despreciable. Curiosamente esta aportación de la cultura es muy similar a la participación que tiene en el gasto público, de tal manera que el gasto cultural se acerca también al 3% del gasto público total.

De cualquier manera, debemos tener en cuenta que esto se produce en un momento en el que se están materializando las mayores inversiones culturales conocidas y el peso específico de los gastos en dos factores concretos, como son el euskera y la televisión vasca, hacen incrementar notablemente las cifras sobre lo que ha sido el comportamiento histórico.

En el *Plan Interinstitucional de Infraestructuras y Revitalización de Áreas Desfavorecidas 1996-1998* se recogen los indicadores del nivel de las distintas infraestructuras resultando que Euskadi presenta niveles superiores a la media estatal en todos los diferenciados excepto en uno, el cultural. De ahí que dicho Plan contemple inversiones culturales en el próximo trienio que significan el 7,5% del total previsto.

No es malo, por tanto, el panorama que ofrecen nuestras cifras culturales, aunque con las precisiones efectuadas sobre la incidencia del euskera, la televisión y las infraestructuras previstas.

En el conjunto del Estado, sin embargo, no podemos decir lo mismo, si bien aquí el proceso autonómico puede explicar la dinámica seguida.

El análisis que María Teresa López y Alfonso Trilla, de la Universidad Complutense de Madrid, realizaron sobre "*Las políticas de gasto público en el proceso de convergencia: evaluación del periodo 1985-1993*", publicado por la Fundación BBV, pone claramente en evidencia que el gasto en cultura ha ido perdiendo peso relativo en el conjunto del gasto público efectuado por la Administración Central.

Pero este proceso ha coincidido con otro en sentido contrario en el que las comunidades autónomas y los ayuntamientos han ido empleando mayores recursos en el sector cultural. Para 1994, Enrique Linde, en el trabajo ya comentado, situaba el gasto público cultural total en 410.000 millones de pesetas, correspondiendo el 27,1% a la Administración central, el 27,7% a las comunidades autónomas y el 45,2% restante a los ayuntamientos. Vaya para estos últimos, desde la evidencia de esta gran aportación, el reconocimiento a una labor enormemente interesante que, en general, apenas llama la atención pese a que resulta imprescindible.

Respecto a la capacidad de generación de empleo, Ignacio Quintana, en el libro *“Las grandes ciudades en la década de los noventa”*, indica que *«durante la próxima década (se refiere a la actual) la participación del sector cultural, en su sentido más amplio, en la creación de empleo podrá alcanzar un 25% del total»*. (Digamos, a todo esto, que Quintana, entre otros cargos, ocupó la Subsecretaría del Ministerio de Cultura).

Por su parte, en el trabajo realizado por Bilbao Metropoli-30 sobre *“El estímulo de la demanda cultural en el Bilbao Metropolitano”*, coordinado por Enrique Portocarrero, se señala que, *«las artes en el Reino Unido dan empleo a 496.000 personas, un 2,1% del total de la población ocupada, mientras que en Nueva York el impacto de las artes en la economía metropolitana asciende a 700.000 millones de pesetas, adquiriendo mayor importancia que la publicidad y la informática»*.

En definitiva, vemos, por una parte, que la aportación pública a la cultura —en general— no llega a ser del nivel de lo que la cultura aporta a la actividad económica; por otra, que la situación comparativa de la Comunidad Autónoma Vasca es, actualmente, más equilibrada en este aspecto. Esto denota que los esfuerzos actuales en euskera, televisión e infraestructuras culturales, lejos de ser desproporcionados, no hacen más que revertir al sector lo que el sector aporta. No hay nada excepcional en lo que se está haciendo, aunque le concedo un gran mérito. Y, también podemos apreciar, como tercera característica, que existe en las actividades culturales un enorme potencial de generación de empleo, bastante desaprovechado en nuestro caso.

CULTURA Y EMPRESA

¿Y en el campo de la empresa? ¿Qué podemos decir sobre cultura y empresa? En primer lugar, que la empresa cultural, como exponente de la denominada "industria cultural" merece, al menos, el mismo trato y respeto que las no culturales, aunque debería ser un trato especial dado su carácter innovador y el enorme potencial de crecimiento en actividad y en empleo que encierra. En segundo lugar, también diremos que las empresas no culturales (es decir, las demás) tienen razones más que sobradas para atender y participar en las iniciativas culturales.

Las actividades culturales pueden generar un amplísimo número de empresas, alrededor de las distintas funciones de creación, producción, difusión (o comercialización) y consumo, la UNESCO las clasifica en diez especialidades o variedades distintas, que van de las artes a la literatura, o de la música al teatro, o del cine a la radio, o la televisión, o el deporte, o la prensa.

La complejidad y variedad de actividades susceptibles de ser tenidas en cuenta y la necesidad de dotar a todo el sector de la máxima eficacia, hace que se presente como una necesidad evidente la conformación del *cluster* de la cultura, al igual que se ha hecho para otros sectores productivos con vistas a hacerlos más competitivos a través de la suma de interrelaciones empresariales.

El desarrollo de un entramado cultural empresarial tiene, además, otros efectos beneficiosos, como son los relacionados con la creatividad, la innovación, la calidad de vida, el hábitat, la formación, el ocio, o el esparcimiento. Factores todos ellos de gran importancia tanto para la implantación de nuevas actividades, como para fortalecer a las ya existentes y mejorar las oportunidades de empleo y el nivel de bienestar de los ciudadanos.

Por su parte, las empresas no culturales tienen sobradas razones para atender y participar en las iniciativas culturales y para defender esta afirmación, me ha servido de gran ayuda una publicación del Círculo de Empresarios dedicada precisamente a analizar el mundo de la empresa y la cultura.

En este trabajo, entre otras aportaciones interesantes, encuentro la de Francisco Robert, Presidente-Director General de Nixdorf Computer

S.A. de quien recojo la siguiente afirmación: «*sin temor a equivocarme, creo que puedo decir que la cultura hace mercado, los mercados hacen empresas y estas hacen país y riqueza, y así sucesivamente, con lo que llegamos a la espiral del crecimiento económico y cultural de una nación*».

Por su parte, Fernando Asúa, siendo Presidente de IBM España, señalaba que «*las empresas ayudan a la cultura por razones de prestigio, prestigio que siempre lleva mejores resultados financieros*». Además, este apoyo significa una actividad complementaria de las iniciativas públicas, con lo cual la oferta cultural no está sujeta solamente a voluntades administrativas y puede ser así más amplia y plural.

Pese a este tipo de afirmaciones, con las que estoy de acuerdo, la participación actual de las empresas en las actividades culturales es ciertamente escasa, sin perjuicio de que haya ido en aumento durante los últimos años. Es cierto que los países de influencia francesa —como pueda ser el nuestro— han descansado más en las ayudas públicas que en las privadas para desarrollar las iniciativas culturales, en contraposición con el modelo norteamericano de mayor presencia privada. Es cierto que, tampoco hemos tenido un aparato legal incentivador de esta participación privada, con una regulación adecuada del patrocinio y del mecenazgo cultural.

Todo esto es cierto. Pero también es cierto que la empresa ha vivido de espaldas a ello, un tanto incrédula por la bondad de estas ayudas a la cultura y olvidando sus obligaciones sociales como persona, aunque sea sólo en su sentido jurídico. Incluso, quienes se plantean colaborar, lo hacen, a veces, dejando claro que la fiscalidad debe compensarles de su esfuerzo. Sinceramente, no creo que se deba llegar a tanto puesto que eso sería como seguir hablando de ayudas públicas disfrazadas de privadas.

Mecenazgo y patrocinio son distintas formas de compromiso del mundo empresarial en las actividades culturales que hay que contextualizar correctamente, que hay que impulsar pero que no creo deban llegar a un resultado suma cero; es decir, que lo que se aporte por un sitio se compense por otro, pretendiendo dar la impresión de hacer un favor a la sociedad o ser un benefactor de la misma.

Anne Vanhaeverbeke, Secretaría General del CEREC, Comité Europeo para el Acercamiento de la Economía y la Cultura, en uno de los encuentros organizados por Bilbao Metropoli-30 señalaba que *«existe una nueva cultura empresarial que está promoviendo lo que se conoce en la actualidad como una buena ciudadanía empresarial. Las empresas realmente quieren tener la imagen de que están devolviendo algo a la sociedad, y las artes o las actividades culturales en general son un buen vehículo para lograr este objetivo»*.

Pienso que la presencia del sector público en la cultura resulta excesiva, en parte por el desinterés o desmotivación de la iniciativa privada, y en parte por una cuestión conceptual o de conducta. Por ello, la primacía actual del mecenazgo público debe ir dando paso a una presencia privada más acusada, a un mayor compromiso de las empresas basado en la convicción de ser beneficioso para sus intereses, intereses que no se deben circunscribir exclusivamente a su estricto ámbito privado puesto que trascienden al de la comunidad en la que se asientan.

Hacer coincidir este interés privado con el público, respetando ambos el de la cultura en sí misma, y que todo ello impulse estas actividades es el objetivo que, a mi juicio, debemos alcanzar.

CIUDAD Y CULTURA, O VICEVERSA

El impulso de la cultura, además del efecto económico que lleva aparejado, tiene también un reflejo en la construcción de la ciudad o territorio donde se asienta, tanto por la presencia de las infraestructuras y equipamientos que la soportan como por la incidencia en el conjunto de actividades y aprovechamientos urbanos de su zona de influencia.

Podríamos decir que la cultura hace ciudad y, actuando de modo interactivo, la ciudad hace cultura. El grado de comunicación que se logre entre ambos, ciudad y cultura, tendrá mucho que ver con el nivel de progreso y bienestar de sus habitantes ya que, como señala Robert Parker (uno de los pensadores de la escuela sociológica de Chicago): *«La ciudad es más bien un estado de ánimo, un conjunto de hábitos y tradiciones. No es simplemente un mecanismo físico y una construcción artificial. Es parte de los procesos vitales de la gente que la compone. Es un producto de la naturaleza, y en particular de la naturaleza humana»*.

Siguiendo esta concepción, Diego Novelli, alcalde de Turín durante el periodo 1975-85 y destacado miembro del Partido Comunista Italiano, señalaba ante el problema actual de la transformación de las ciudades que la experiencia de las *new towns* inglesas dejó claro que las ciudades no se pueden inventar en los estudios de los urbanistas y de los arquitectos, puesto que (como afirmaba el filósofo alemán Oswald Spengler) *«la ciudad posee una cultura propia»*.

Espacios, equipamientos, instituciones, personas, valores, sentimientos, vida... Todo eso, y quizás más, conforma, debidamente interrelacionado, la ciudad. La nuestra, Bilbao, necesita salir de un declive económico, social y urbano de gran profundidad y esto -tal como se refleja en el *“Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano”* realizado por la consultora Arthur Andersen tiene *«un único tratamiento posible que pasa por una profunda transformación económica y física, junto a un cambio sustancial de mentalidad e imagen»*.

«La viabilidad de esta opción —añade Arthur Andersen— descansa, en lo que denominamos una oferta urbana de calidad; esto es, que la ciudad resulte atractiva, agradable e interesante. Una ciudad que satisfaga a sus residentes, pero que también sea punto de referencia positivo para los habitantes de las regiones vecinas».

Igualmente, la oferta urbana de calidad pasa por una nueva mentalidad ciudadana, lo que implica apostar por una nueva conciencia colectiva que supere la mentalidad de crisis, recuperando su orgullo pero sin recurrir al triunfalismo. Una metrópoli moderna abierta al espacio europeo e internacional, capaz de comunicar al exterior su proyecto de futuro, y que éste resulte atractivo.

La construcción del Museo Guggenheim se sitúa perfectamente en este planteamiento puesto que, tal como señalaba Jose Antonio Garrido en la presentación del *“Informe Anual de Progreso 1994 de Bilbao Metropoli-30”*, *«el Guggenheim y el Palacio de Congresos constituyen una oportunidad inmejorable para promover una industria cultural que rentabilice las inversiones públicas en curso en este ámbito»*.

Complementando esta misma idea, el profesor Philip Kotler, titular de Marketing Internacional en la Universidad de Illinois, expresaba que *«el desarrollo de la infraestructura física y cultural, unido a una adecua-*

da estrategia de marketing de la ciudad, será el origen de espacios de oportunidad para atraer nuevos sectores de actividad económica que, a su vez, generen desarrollo, empleo, riqueza y calidad de vida».

El futuro de la ciudad, por tanto, tiene un punto de apoyo significativo que es el Museo Guggenheim.

REVITALIZACION URBANA, CULTURAL Y ECONOMICA

Pero una apuesta cultural que sirva de referente para lograr una transformación tan profunda no puede plantearse como si de una inversión industrial se tratara.

Las decisiones de localización para fabricar automóviles, barcos, acero o lavadoras no necesitan para alcanzar el éxito pretendido el plus de aceptación que una inversión cultural, como la del Museo Guggenheim, precisa. Y la razón es que aquellos productos deben ser elaborados de modo que vayan a los distintos mercados en condiciones competitivas, en tanto que una oferta cultural debe ser inicialmente competitiva (esto es, atractiva) en el mismo lugar que se produce.

Por ello, que el Guggenheim sea un tumor o no en el entramado cultural, urbano o económico dependerá de la aceptación que tenga entre nosotros.

En este punto quiero citar unas palabras del escultor Jorge Oteiza, quien tengo entendido es contrario al proyecto Guggenheim, y que reflexiona en estos términos: *«Un artista que no tenga un pueblo al que amar y servir, un artista huérfano de pueblo, será indefectiblemente un artista incompleto, un artista mutilado, un artista frustrado»*. Algo así propongo para el Museo Guggenheim, la identificación con el pueblo que lo acoge.

Pero el primer obstáculo a salvar para lograr esa aceptación o identificación es la de vencer el calificativo de ajeno, de colonialista con que se le viene etiquetando. La verdad es que este reproche me dejó confuso y desorientado puesto que siempre había pensado que el ámbito de la cultura y del arte, en particular, estaban más libres que otros de estas etiquetas.

No comprendía donde estaba la frontera entre lo propio y lo ajeno en el campo cultural; si ello tenía que ver con el sujeto (el artista, el creador) o con el objeto (su producto, lo creado), o con ambas cosas a la vez.

No alcanzaba a entender por qué organizar una exposición de arte por un galerista, una caja de ahorros, o una institución pública o privada era trabajar por la cultura y, en cambio, hacer lo mismo instalando un museo permanente era un ataque a la cultura y una muestra de colonialismo.

No llegaba a interpretar las razones para calificar como propio un determinado hecho cultural y me sorprendía el criterio que parecía aplicarse cuando pasaban por propios la txapela, la trikitixa, el fútbol, la pelota o el Taugrés cuando, a juzgar por sus orígenes, características o denominaciones, no lo son.

A fuerza de darle vueltas llegué a la conclusión de que, para considerar un hecho cultural como propio, debía contar con su aceptación social como elemento determinante. Dicho de otro modo: será propio todo aquello que sea considerado o que sea sentido como propio.

Es, por tanto, clave que el Museo Guggenheim se imbrique en la sociedad vasca de modo que pase a ser un integrante de la misma, tal como lo han logrado otros elementos o manifestaciones culturales.

Indicaba Bernardo Atxaga en los *"Encuentros sobre Cultura y Economía"* celebrados en Barcelona en marzo del 1994 que, *«las cosas adquieren plena existencia cuando entran en sociedad»*, lo que hacía que se preguntara qué hay que hacer para conseguir esto, y su respuesta fué que se necesitaba una caja de resonancia, cuyos ingredientes serían: mucha publicidad directa, también indirecta y preferiblemente morbosa, encandilar a una serie de personas, aprovechar alguna situación política favorable, lograr el apoyo de profesionales y críticos, y darle carácter de proximidad o cercanía. Aunque, lógicamente, Atxaga lo describe refiriéndose a los libros, dichos ingredientes pueden igualmente plantearse para lograr la aceptación social del Museo Guggenheim.

En mi opinión, para que el Guggenheim entre en sociedad debe actuar como un factor de estímulo de la demanda cultural interna, del

mismo modo que en su día sucedió con una iniciativa venida de otro país, para una práctica deportiva de fuera o con nombre extranjero, como es el Athletic Club.

Pienso que, en ese empeño, la elección del arquitecto Frank Gehry para llevar adelante el proyecto ha sido un acierto, tanto por su deseo personal por hacer de esta obra un elemento singular y representativo de la transformación urbana, como por reunir en él y su estilo arquitectónico los elementos precisos para lograr llegar al fondo en las relaciones del individuo con su comunidad. Dice sobre esto Sylvia Lavin, historiadora y profesora californiana, que Gehry *«ha generado una arquitectura individual que aprovecha su visión personal y tal vez alienada para proyectar una imagen de integración social en el que la distinción entre el “uno” y el “muchos”, entre el “dentro” y el “fuera”, a la postre llega a ser irrelevante. Al igual que sus obras —que parecen estar siempre en marcha— Gehry se presenta a sí mismo como una persona “en marcha” y en el proceso de descubrir dónde podría su propia humanidad conectar con la de otra persona»*.

EL COSTE DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

Todo esto está muy bien pero, ¿vale la pena gastar tanto dinero en este proyecto, con la cantidad de necesidades que tenemos? ¿Por qué hacer este derroche con la crisis y el paro que hay?

Estas y otras preguntas similares se oyen cuando se menciona el Museo Guggenheim. Gentes que ni pestañean —porque dan por bueno— cualquier esfuerzo económico en otras áreas, se rasgan las vestiduras al oír hablar de miles de millones de pesetas en cultura, como si fuera en fuegos artificiales.

Creo que detrás de todo ello también existe un problema cultural; esto es, el del desconocimiento de los efectos sobre el empleo y la generación de actividades económicas que traen consigo este tipo de inversiones, y el aferrarse a lo tradicional, a lo conocido, asociándolo —muchas veces erróneamente— con lo seguro.

Si hubiéramos optado por aferrarnos a sectores que fueron punteros en nuestra economía hoy tendríamos el doble de paro del que tenemos, por muchas inversiones que hubiéramos hecho en su mantenimiento.

En alguna ocasión he dicho que el debate actual sobre invertir en nuevas actividades o hacerlo en otras tradicionales en declive puede ser similar al que se produjo con ocasión de la primera revolución industrial, cuando se tuvo que ir pasando de la agricultura a la industria, a unas actividades que fabricaban cosas que no servían para alimentarse. Se iban a morir todos de hambre. Y no fue así, porque las penurias las pasaron muchos de los que no aceptaron el cambio.

Invertir en cultura, al igual que hacerlo en medio ambiente, telecomunicaciones o infraestructuras físicas es, además de ayudar a hacer más fácil la implantación de otras actividades, invertir en futuro puesto que estas son las bases para disfrutar de ventajas de localización y ser un lugar idóneo para los asentamientos económicos.

Por esta razón, me revelo cuando escucho o leo que la ralentización de algunas inversiones públicas en Bizkaia se debe al esfuerzo que se está haciendo en el Museo Guggenheim, sin considerar que esta es una más de las actuaciones en marcha y, desde luego, no es la más costosa. Carreteras, puertos, ferrocarriles, telecomunicaciones, industria, sanidad, educación, medio ambiente, investigación y desarrollo, energía, etc., se están llevando más dinero de las administraciones públicas que el Guggenheim y nadie les pone el San Benito de ser la causa de la situación de endeudamiento.

También podríamos decir que lo que se adeuda por contribuyentes morosos a la Hacienda Foral de Bizkaia es siete veces superior al compromiso económico total en el Museo. Y no cito el fraude fiscal sencillamente porque nadie sabe a cuanto alcanza; de lo que sí estoy seguro es de que más de un Museo se podría hacer al año con ese dinero.

Tampoco tengo dudas de que en todo esto subyace la idea de considerar al dinero público invertido en cultura un dinero marginal, lo cual resulta desacertado e injusto.

Seamos serios y demos al dinero el mismo trato, cualquiera que sea el sector en el que se invierta. Y no se quiera ver en esta afirmación una posición de tabla rasa, sin criterio de prioridades alguno. Las prioridades las definen las políticas presupuestarias y esas son, en su conjunto, las que nos han conducido a la situación que tenemos, no siendo, por tanto, un hecho imputable a una sola causa.

La construcción del edificio del Museo Guggenheim —presupuesta en unos 10.000 millones de pesetas— lejos de ser un dispendio va a suponer, de hecho, que ese desembolso dinerario se transforme en un valor patrimonial equivalente, al que hay que añadir los impuestos (IVA, Renta y Sociedades, básicamente) generados durante la construcción, estimados en 2.000 millones de pesetas, según datos del propio Consorcio del Museo. Con ello, el efecto contable neto para las administraciones públicas será positivo en esa cuantía.

Por otro lado, los 5.000 millones de pesetas destinados a adquirir una colección de arte propia, que aporte singularidad y complemente la de la Fundación Guggenheim, es otra inversión recuperable y, probablemente, revalorizable según la evolución del mercado del arte. En cualquier caso, salvo hecatombe, nunca será un dinero perdido.

Lo mismo podemos decir de las cantidades que se destinen a la urbanización de la zona Abandoibarra, gastos que se van a producir del mismo modo que en cualquier otro lugar de la ciudad inmersa en un proceso de estas características, como actualmente Amézola o antes Txurdinaga.

Quedan solamente como aportación económica no recuperable los 2.000 millones de pesetas entregados a la Fundación neoyorquina por los derechos de exposición de su colección, la utilización del nombre y la asistencia técnica en un periodo de tiempo que puede llegar a ser de 75 años. Es decir, 26 millones de pesetas al año, cifra que no nos permitiría organizar ni una modesta exposición temporal al año.

Para finalizar, tras la puesta marcha del Museo, tal como señalaba Juan Ignacio Vidarte en la ponencia que presentó en Barcelona en los *“Encuentros sobre Cultura y Economía”*, *«las repercusiones no se limitan a los alrededor de 500 puestos de trabajo directos e indirectos anuales en que se estima la generación de empleo, ni por su impacto sobre la demanda, en la que se contempla un incremento total de renta estimado en cerca de 4.000 millones al año, con un efecto sobre la recaudación de impuestos cifrado en 400 millones de pesetas anuales, sino que incluye también un efecto catalizador que abarca numerosas repercusiones económicas menos cuantificables, aunque no por ello menos importantes, como apoyo para el desarrollo cultural y económico futuro de Bilbao»*.

En el informe realizado en la ciudad de Nueva York para evaluar el impacto económico de cuatro grandes exposiciones celebradas en el otoño-invierno de 1993 en sus tres principales museos (el Metropolitan, el MOMA y el Guggenheim), se señala que acudieron a contemplar dichos eventos 1.300.000 personas, las cuales realizaron un gasto de 600 millones de dólares (es decir, unos 75.000 millones de pesetas), de los cuales una décima parte eran impuestos (7.500 millones recaudados).

No es de extrañar que el propio alcalde de Nueva York, David N. Dinkins, indique en el prefacio del citado informe que, «*esta investigación ofrece dos lecciones: la primera, que el arte es una fuente de riqueza para Nueva York y constituye una parte única de nuestra economía. La segunda, que nuestra generación debe hacer tantos esfuerzos como nuestros antecesores con objeto de mantener nuestra riqueza y diversidad cultural para que nuestros hijos puedan prosperar*».

Y continúa, «*ninguna ciudad de América tiene una vida cultural tan rica como Nueva York y ninguna ciudad aporta tanto al arte como nosotros. Por su parte, el arte compensa generosamente esta inversión*».

CONCLUSION

Esto lo dice el alcalde de Nueva York, la ciudad con la que se han unido lazos a través de la Fundación Guggenheim, una organización puntera en la actividad artística que, como hemos visto, está directamente asociada a la económica.

Esta organización se ha comprometido con las administraciones vascas a que, «*el Museo Guggenheim Bilbao reunirá, conservará y exhibirá el arte del siglo XX en el marco de una obra emblemática de la arquitectura, que servirá de símbolo de la vitalidad económica y cultural del País Vasco y de la perspectiva internacional de la Solomon R. Guggenheim Foundation*», tal como afirma la Declaración de Objetivos incluida en el «*Plan Operativo a Cuatro Años*» del nuevo museo.

Todo lo que he expuesto hasta ahora es cuanto he podido ir madurando sobre los efectos beneficiosos que esta apuesta cultural y económica debe proporcionarnos.

Sin embargo, también quiero dejar claras tres cosas:

1º La defensa de la necesidad del Museo Guggenheim la condicio-
no al mantenimiento y potencialización de ese conjunto de otras
iniciativas culturales que proliferan en nuestra tierra, sin las cua-
les poco se puede esperar. Sin estas bases culturales, proyectos
como el Guggenheim no serían capaces de lograr sus propios
objetivos, ni mucho menos los más generales de la cultura y la
economía vascas. Vaya desde esta afirmación mi reconocimiento
a todo ese entramado de actividades.

2º Resulta fundamental impulsar la enseñanza y la formación en
todas las ramas de la cultura, particularmente en aspectos como
la administración y gestión aplicados a estas especialidades con-
cretas, así como completar los análisis estadísticos y económicos
relativos a las empresas culturales. La proximidad de la
Universidad de Deusto y la Facultad de Económicas de Sarriko
al nuevo Museo debiera ser un factor que facilitase la implanta-
ción de estos estudios.

3º Quienes tengan la responsabilidad de sacar adelante este proyec-
to deben saber que la tarea, afortunadamente, es difícil, muy difí-
cil. Si no lo fuera aparecerían por el mundo cosas parecidas y
perderíamos gran parte de nuestras posibilidades. La cuestión es
tener la paciencia y la habilidad suficientes como para no caer
en el desánimo.

Cuando paseo por los alrededores del Museo Guggenheim y las
veces que he visitado las obras siento una sensación interior de con-
fianza en que aquello va a marcar el futuro de Bilbao y, por extensión,
de Euskadi. No creo que vaya fracasar y espero que el hecho de que la
calle Iparragirre entre en pleno atrio central del museo para, desde allí,
expandirse a todas las dependencias sea una premonición de la total
aceptación por la sociedad vasca de un proyecto ilusionante.

«*Eman eta zabal ezazu*», escribió y cantó Iparragirre en su
«*Gernikako Arbola*». Creo que es el mejor deseo que puedo expresar
para este singular empeño.

Llego ya al final. Seguramente que mi exposición ha tenido nota-
bles carencias ya que, lógicamente, no se puede cubrir en una sola lec-
ción todo cuanto da de sí el tema elegido. Además, tampoco quiero abu-

sar más de su amabilidad y llegar a hacer un discurso calificable de “castrotrista” por su extensión.

Lo que sí me gustaría es que lo expuesto sirviera para despertar un mayor interés por la dimensión económica de la cultura, de modo que ambas —cultura y economía— pierdan el distanciamiento que han tenido y caminen más armónicamente en el futuro sin menoscabo de sus esencias. En este caminar desearía que el Guggenheim sea un elemento conciliador e impulsor.

Igualmente, espero que haya servido para no desmerecer la distinción que se me hace con el nombramiento de Miembro de Número de la Real Sociedad Vascongada de los Amigos del País, una institución que tanto ha hecho en el terreno de la cultura a lo largo de sus más de dos siglos de existencia. Para mí es un honor pertenecer a esta Sociedad y creo que ha merecido la pena el esfuerzo de haber preparado esta lección.

Gracias Rafael por tu empujón para que diera este paso y gracias también por tu magnífica labor al frente de la Comisión de Bizkaia de esta Real Sociedad Vascongada de Amigos del País. Gracias Inas por haber accedido a apadrinarme en el ingreso, espero no dejarte en mal lugar y hacerme acreedor a la distinción que se me concede.

Gracias también a todos ustedes por su amabilidad y paciencia.

Eskerrik asko.

PALABRAS DE RECEPCION Y PRESENTACION

Pronunciadas por

IGNACIO MARCO-GARDOQUI IBAÑEZ

Sres. Presidentes de la Comisión de Bizkaia y Alava, señoras y señores, queridos amigos. La verdad es que no se si voy a ser capaz de cumplir con la misión que me ha encomendado Rafael Ossa, pero, al menos sí quiero decir unas palabras para manifestar el orgullo y la satisfacción que siento al tener la oportunidad de recibir como miembro de número de la REAL SOCIEDAD BASCONGADA DE LOS AMIGOS DEL PAIS a Juan Luis Laskurain.

Mi amistad con Juan Luis es extensa en el tiempo e intensa en su profundidad. Procede de muy antiguo, de una fecha más lejana de la que citaba el propio Rafael en su introducción; procede de los lejanos tiempos del Colegio de Indautxu, aquellos en los que las amistades se forjan con materiales indelebles. Yo era un poco, sólo un poco, más joven que Juan Luis —supongo que lo seguiré siendo, porque con esto de las edades a veces se producen grandes sorpresas—, y los pequeños mirábamos a los mayores con un cierto respeto. Si el mayor, como es el caso de Juan Luis, jugaba bien al fútbol y lo hacía en la selección del colegio, el respeto se tornaba inmediatamente, y ya para siempre, en admiración. Admiración y respeto son dos cualidades que siempre me ha sugerido la carrera profesional de Juan Luis. Primero en su dilatada estancia en la Cámara de Comercio de Bilbao, dentro de su Servicio de Estudios, que ejerció durante muchos años como un faro de la Economía Vasca. Luego, ya con la llegada de la democracia, inició su carrera dentro del mundo de la política, y empezó por el cargo más importante que se puede tener. Empezó con una alcaldía, que además estaba en uno de los

pueblos más bonitos de todo Euskadi, en Gordejuela. Lo hizo tan bien que le pidieron que se encargase de todos los municipios de Bizkaia, pasando a ocupar el puesto de Diputado de Relaciones Municipales en la Diputación Foral. Y, en plena coherencia y lógica de proceso, una vez que supo bien cómo había que gastar el dinero, le pidieron que se preocupase de conseguirlo, desde el puesto de Diputado de Hacienda. Y de aquí ya a su actual ocupación como presidente del Tribunal Vasco de Cuentas. Es decir, primero gastó, luego se ocupó de ingresar, para terminar vigilando cómo gastan e ingresan los demás.

He dicho que su carrera me suscitaba admiración y respeto; lo repito ahora y les voy a decir las causas. Juan Luis ha sido siempre un hombre que ha ejercido todos sus cargos públicos de una manera que a mi me parece poco frecuente. Ha sabido conjugar la honradez con la solidez profesional, y sobre todo con la independencia de criterio —creo que a ésta cualidad Rafael, en su intervención anterior, la ha llamado terquedad, y la verdad es que no se bien por qué—. Esta última característica, la independencia de criterio, le habrá causado, estoy seguro, no pocos sinsabores, pero a mi me parece que es algo tan importante como insólito por estos parajes. Y desde aquí, a título individual, se lo reconozco.

Pasando al tema que centra su lección de ingreso en la REAL SOCIEDAD BASCONGADA DE LOS AMIGOS DEL PAIS, convendrán conmigo que hay pocos temas en Bilbao que levanten tanta expectación, tantas pasiones encontradas y tamañas polémicas públicas. Alrededor del Museo Guggenheim se concitan las adhesiones más entusiastas de sus defensores, con las promesas de iliarse a tirosí como ha llegado a amenazar recientemente desde los periódicos, alguno de sus más famosos detractores. El asunto es, creo yo, un tema que depende fundamentalmente del mundo de lo cultural, y por lo tanto hay que valorarlo y juzgarlo con criterios culturales. Pero también es un asunto —como lo ha reseñado perfectamente en su intervención— con hondas implicaciones económicas, por el elevado coste de su construcción y mantenimiento y por el impacto que tendrá en Bilbao sobre las actividades de servicios. Tanto es así que considero no sólo legítimo sino imprescindible el que los economistas nos ocupemos de valorar el museo y nos preocupemos por su evolución. Por eso hoy hemos oído, con el espíritu abierto y despierto, las reflexiones que hace un econo-

mista sobre un museo, las reflexiones que hace Juan Luis Laskurain sobre el Museo Guggenheim.

Es, sin duda alguna, una voz autorizada, no sólo por su formación y capacidad, que ha quedado perfectamente resaltada, sino porque es uno de los principales responsables de que estemos construyendo el edificio, que será el más emblemático de la Villa, y que nos encontremos hoy aquí hablando de ello.

Me gustaría decir dos palabras sobre el propio proyecto, que no pretenden ser en absoluto dogmáticas, ni siquiera originales, porque la verdad es que yo tengo muy poca autoridad moral para hablar de estos temas. Lo cierto es si tenía algunas dudas sobre la valoración global del proyecto Guggenheim, leyendo el trabajo que ha hecho Juan Luis se han quedado completamente disipadas. Estoy convencido de que el proyecto Guggenheim constituye la principal apuesta de la política cultural vasca de los últimos decenios y de los próximos. Y, a modo de resumen, podríamos afirmar que su inauguración el próximo año va a producir tres efectos muy importantes.

En primer lugar, contribuirá a generar una nueva imagen de Bilbao y de una región que, como la vasca, ha estado excesivamente condicionada por los avatares de la crispación política y el declive industrial. A nadie se le escapa que una región y una metrópoli con renovadas y eficientes infraestructuras culturales es vista como un destino más moderno y competitivo a la hora de decidir implantaciones empresariales, inversiones industriales, y opciones turísticas o de ocio. Creo que es particularmente importante la parte primera de la intervención de Juan Luis, en la que ha reseñado las relaciones entre cultura y economía. Relaciones que son crecientes, y que alcanzan ya al 3% del PIB, aunque cuentan con muchos problemas que no han encontrado una solución satisfactoria.

El primero de ellos, sería su excesiva dependencia de los Presupuestos públicos; no hemos sido capaces de diseñar, creo yo, un mecanismo eficiente para conseguir que la iniciativa privada participe, de verdad y con plenitud, en este tipo de proyectos. Y otro problema, que tampoco está solucionado es el mal funcionamiento del mercado a la hora de fijar los precios de los productos culturales. Por es es tan difi-

cil de definir, y provoca tan enormes discusiones, qué merece apoyo público y qué no es digno de recibirlo; y cuánto apoyo merecen las cosas que sí lo merecen.

En segundo lugar, el matrimonio con una Institución del tipo de la Fundación Neoyorquina que gestiona el Museo, va a producir también una apertura interna y externa para una cultura como la vasca que, junto con todas sus virtudes, tiene demasiados aspectos endogámicos.

Y, finalmente, el modelo de gestión planteado en su plano operativo implica una profunda renovación para las formas y los modos de operar de unos gestores culturales que se encuentran hoy excesivamente dependientes de los ámbitos políticos y de sus humores, de la sedante seguridad de los Presupuestos públicos, y de criterios a veces alejados de una eficiencia que tiene que buscar la rentabilidad social de tan cuantiosas inversiones.

Estamos, pues, ante una realidad que cambiará sin duda los hábitos culturales de los ciudadanos vascos, y que contribuirá a proyectar una imagen exterior más acorde con nuestra auténtica situación. Para ello será necesario una gestión del futuro museo en que la profesionalidad de sus gestores, y la aportación de la sociedad civil sean el norte de un proyecto que colabore, si no a convertirnos en Nueva York, sí al menos en hacer más verdad la frase de Unamuno, que cuando se refería a Bilbao afirmaba que aquí, *«nunca se entraba sin alegría, ni se abandonaba sin pena»*.

Nada más, muchas gracias.