

## Extraña austeridad

Desde que comenzó la crisis, en agosto de 2007, el gasto público ha aumentado 9,3 puntos del PIB en España. Solo en 2012 lo hizo en 1,9 puntos. Este incremento de tamaño del sector público, junto a la fuerte caída de ingresos de las primeras fases de la crisis, ha originado subidas generalizadas de los tipos impositivos que apenas han conseguido contrarrestar la caída de ingresos. Como consecuencia, el mayor tamaño público se financia con déficit, que en 2012 alcanzó el 10,63% del PIB y que en el primer trimestre de 2013 persiste en el 10,44% del PIB. La implica-



DAVID TAGUAS

El gasto público está creciendo en España desde 2007 y obliga a subir impuestos

ción es evidente: el aumento de tamaño del sector público no solo exige mayores impuestos en el presente, sino que también los exigirá en el futuro sobre las próximas generaciones. El debate público está servido.

Como consecuencia, la deuda pública ha aumentado, desde diciembre de 2007, en 540.521 millones de euros, a un ritmo de más de 100.000 millones al año, hasta alcanzar el 88,2% del PIB actual. En 2012 se batieron todos los registros, con un aumento de 15 puntos del PIB, y en el primer trimestre de 2013 siguió creciendo al ritmo anual de 16,7 puntos. La deuda pública per

capita supera ya los 20.000 euros y por persona ocupada alcanza la cifra récord de 55.500 euros.

A pesar de esta evidencia abrumadora, la clase política se divide entre quienes muestran satisfacción por esta extraña austeridad y quienes claman porque es excesiva, mientras discuten cómo repartirse el margen de maniobra fiscal otorgado recientemente por Europa, que asciende a 2,0 puntos del PIB en 2013 y a 3,0 en 2014 (diferencia entre los objetivos de déficit actuales y los anteriores). A pesar de este margen, se retrasa a 2015 la reversión de las subidas impositivas a familias y empre-

sas. La percepción social es extremadamente negativa, la clase política parece atender privilegios distintos del interés general. Si bien es cierto que una parte significativa del incremento del gasto es consecuencia de los soportes del Estado de bienestar, también lo es que no se ha compensado reduciendo otras partidas de gasto corriente sino trasladando el aumento de gasto a familias y empresas, mediante continuadas subidas impositivas e impuestos futuros. Los efectos sobre la actividad y el empleo han sido devastadores. Se han destruido 3,876

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE

## ¿Es posible innovar en Humanidades?

Para muchos ciudadanos de a pie el acrónimo I+D+i es un misterio, de los que, sin embargo, pueblan la vida cotidiana. Y tienen razón para estar desconcertados con esta enigmática conjunción de letras, que es todo menos transparente. Las dos primeras se refieren a la investigación y al desarrollo, dos factores imprescindibles para que progresen el saber y la economía de un país, pero la "i" minúscula, que se refiere a la innovación, parece un apéndice, al que podrían sumarse muchos más. Y, sin embargo, en esta nuestra economía basada en el conocimiento se dice que es crucial.

Sin ir más lejos, la estrategia Europa 2020, propuesta por la Comisión Europea en mayo de 2010, integra la innovación como uno de los ingredientes indispensables para lograr "un crecimiento inteligente, sostenible, inclusivo", recuperando con ello la estrategia de Lisboa para el periodo 2000-2010, aquella que se proponía convertir a la Unión Europea en "la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social".

Que no se ha alcanzado esta meta es una evidencia rotunda. Tal vez porque las comunidades políticas envían sus escuadras, pero después las desbaratan los elementos, tal vez porque no se siguió la estrategia y por eso conviene recuperarla, fomentando, entre otras cosas, la innovación.

La innovación es, al parecer, un híbrido de invención y mercado. La nueva generación de una idea es invención, y cuando se plasma en productos, servicios o procedimientos que permiten introducirla en el mercado con éxito, es decir, que permiten venderla, entonces recibe el nombre de innovación. Por decirlo en la jerga economicista del caso, innovar es "poner en valor" una idea, lo cual significa hacerla lo suficientemente



ADELA CORTINA

Los avances humanísticos mejoran la competitividad social

atractiva como para que alguien la quiera comprar. Es decir, que más que poner en valor, se trata de fijar un precio. De eso se ocupa también la transferencia del conocimiento, de trasladarlo al tejido socioeconómico para hacerlo más competitivo.

Como Europa necesita ser más competitiva, y no digamos ya España, potenciar la innovación se presenta incluso como un imperativo moral. Un imperativo cuyo cumplimiento parece al alcance de las Ciencias Naturales, pero difícil para las Humanidades. ¿Qué ideas de ese amplio campo van a poder tomar la forma de productos que se venden en el mercado? Y, sobre todo, ¿es que esa es la tarea de las Humanidades?

En lo que se refiere a cuestiones de precio, algunos autores, como Jerome Kagan, consideran que la valoración social de las Humanidades ha descendido porque su contribución a la economía es mínima. De ahí que los diseñadores de políticas

científicas tiendan a invertir poco en Humanidades por creer que no son rentables, que al hablar de "invertir en I+D+i" no debe pensarse en proyectos humanísticos.

Sin embargo, esto no es verdad. En algunas publicaciones de la CRUE se recogen tanto innovaciones tecnológicas como humanísticas, porque se está transfiriendo conocimiento en productos cinematográficos, discográficos, audiovisuales, editoriales, en museos, fundaciones, en centros responsables de educación, en asuntos referidos al patrimonio histórico-artístico, al turismo o a los medios de comunicación. Grupos de arqueología trabajan con empresas de la construcción, gentes de filosofía cooperan en la elaboración de índices que permiten medir la fecundidad social de las organizaciones.

Ocurre, sin embargo, que a menudo ni los potenciales usuarios se percatan de que para desarrollar sus productos necesi-

tan conocimientos humanísticos, ni quienes cultivan las Humanidades piensan habitualmente en diseñar procedimientos novedosos para resolver problemas concretos, procedimientos por los que alguien esté dispuesto a pagar. Por si faltara poco, rara vez surgen patentes de estas innovaciones y las llamadas "revistas de impacto" tampoco se interesan por ellas. Con lo cual ni siquiera sirven para acreditarse o para conseguir un sexenio.

Pero la otra gran pregunta es, claro está, si importa fomentar en Humanidades la innovación, así entendida, o si, por el contrario, entrar en esa deriva supone desnaturalizarlas. Es este un debate que es preciso abrir en nuestro país, porque afecta al sentido del trabajo cotidiano de la mayor parte de investigadores de nuestra sociedad, que trabajan en Humanidades, tiene repercusiones para la competitividad social y también la tiene para la asignación de recursos en los planes nacionales de I+D+i.

Por romper el fuego diría yo que innovar en este sentido no es mancharse las manos, sino optar también por una de las formas de prestar servicio a la sociedad. Pero añadiría que la tarea prioritaria de las Humanidades, la que les da sentido y un valor social insustituible, consiste en reforzar los vínculos humanos, en generar cultura, en crear ese humus desde el que es posible el cultivo de las personas y de los ciudadanos, en potenciar las raíces valiosas sin las que las sociedades quedan desarraigadas.

Por eso tienen que impregnar cualesquiera planes de estudios. Porque más allá de la necesidad de quienes confunden el valor con el precio, está la lucidez de quien sabe dar su lugar a cada uno de ellos, también en el cultivo de las Humanidades.

Adela Cortina es catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia, autora de *¿Para qué sirve realmente la ética?* Paidós, 2013.

### FORGES

