

01 /

**CULTURA, IDENTIDAD Y
POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL**
RESUMEN SESIÓN 1

Contenidos

1.Contexto de la sesión	4
2.Definición del ámbito: Cultura, Identidad y Posicionamiento Internacional	5
3.Condiciones marco en el camino hacia el futuro: Diagnóstico inicial	6
4.Contribuciones al diagnóstico desde las personas participantes Ideas clave y Retos de futuro	12
5.Conclusiones para la continuidad del debate	15

Contexto de la sesión

Objetivo

Consensuar un diagnóstico de partida basado en un análisis sistémico del ámbito, identificando los elementos clave y las cuestiones estratégicas que estructurarán el trabajo posterior.

Datos de la sesión

Lugar y fecha:

Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián

30 de Junio, 2026

Duración de la sesión:

3 horas

(16:00 – 19:00)

Número de personas participantes:

16

Mujeres: 9

Hombres: 7

Definición del ámbito: Cultura, Identidad y Posicionamiento Internacional

La cultura y la identidad forman parte de aquello que hace única a Donostia. Este ámbito propone reflexionar sobre cómo preservar y fortalecer aquello que nos define, al tiempo que proyectamos al exterior una ciudad abierta, creativa y reconocida internacionalmente.

La reflexión abordará el papel de la cultura, la creatividad, el talento y el conocimiento como motores de desarrollo, cohesión social y proyección internacional de la ciudad.

Punto de partida

Identidad y sentimiento de pertenencia
Cultura y creación contemporánea
Talento creativo
Proyección internacional
Euskera y diversidad cultural
Ciudad abierta y atractiva

Condiciones marco en el camino hacia el futuro: Diagnóstico inicial

En la elaboración de este diagnóstico inicial han participado Servicio de Euskera, la Dirección de Donostia Kultura y San Sebastián Turismo del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián.

Para obtener información más detallada, consulte el informe inicial, disponible en el sitio web www.donostia.eus/donostiarr2040.

Donostia se ha distinguido históricamente por tener una identidad propia. Una ciudad con una cultura viva y una identidad sólida, ambas vinculadas al bienestar, la calidad de vida y la cohesión social, y con un entorno competitivo y atractivo que la posiciona a nivel internacional. Sin embargo, las transformaciones sociales, económicas, tecnológicas y culturales del siglo XXI plantean nuevos desafíos para mantener y desarrollar estos elementos. La globalización, los flujos migratorios, la movilidad internacional, el turismo, la digitalización, los cambios demográficos y los nuevos hábitos culturales obligan a pensar cómo preservar los rasgos que definen a la ciudad al mismo tiempo que se incorporan nuevas realidades.

En este contexto, el desarrollo de las ciudades se centrará cada vez más en la calidad de vida, la identidad, la creatividad, la capacidad de atraer talento y de construir comunidades cohesionadas. En Donostia, el euskera, la cultura y la proyección internacional son pilares fundamentales para el desarrollo estratégico de la ciudad. Por un lado, el euskera representa el deseo de vivir de una comunidad y, por lo tanto, es una de las características principales de la identidad, la historia y el carácter propio. Por otro, la cultura es el motor de innovación, participación y desarrollo económico y, por su parte, la proyección internacional funciona como estímulo para seguir innovando y buscando nuevos equilibrios.

La identidad de Donostia/San Sebastián

El euskera constituye uno de los principales elementos sobre los que se articula la identidad de Donostia. El diagnóstico compartido muestra una evolución muy positiva de su conocimiento en las últimas décadas. En 1981, el 22 % de la población era euskaldun, mientras que en 2021 este porcentaje alcanzaba el 47 %. Si ampliamos el foco a las personas que hablan o entienden euskera, el porcentaje pasa del 49 % al 68 %. En términos relativos, Donostia se sitúa como la capital con mayor proporción de población euskalduna. A ello se suma el flujo continuo de población guipuzcoana hacia la ciudad: el 75 % entiende euskera y el 46 % lo utiliza de manera preferente. Sumado a estos datos, la actitud y la motivación de Donostia hacia el euskera son también una de las principales fortalezas, junto con la trayectoria histórica, ya que la ciudad ha tenido un papel pionero en distintos ámbitos de la producción cultural en euskera, como el teatro, la prensa escrita, la producción editorial, la música, el bertsolarismo o el movimiento de las ikastolas.

Esta posición favorable hacia el euskera se apoya, además, en una trayectoria consolidada de revitalización lingüística. El proceso de euskaldunización de la Administración municipal ha tenido un avance significativo: el 87 % del funcionariado del Ayuntamiento cuenta con la capacitación lingüística correspondiente para desarrollar su trabajo en euskera. La ciudad dispone además de un Plan Estratégico para la Promoción del Euskera 2026-2036 y de una comunidad formada por ikastolas, centros escolares, euskaltegis, asociaciones, agentes de los barrios, asociaciones juveniles y otros actores vinculados a la lengua. La participación en iniciativas a favor del euskera constituye igualmente una fortaleza, así como la existencia en Donostialdea de actividad económica y tecnológica relacionada con la lengua, tanto en el ámbito universitario como en el de la inteligencia artificial o las empresas.

A pesar de esta evolución, el diagnóstico también muestra una ralentización del proceso de recuperación del euskera. Las tendencias demográficas adquieren un papel relevante en esta cuestión. Según las previsiones utilizadas en la elaboración del Plan Estratégico para la Promoción del Euskera 2026-2036, en 2036 el 40 % de la población de Donostia de entre 25 y 44 años habrá nacido en el extranjero. El conocimiento del euskera continuará aumentando, pero a un ritmo más lento. Además, aunque habrá más población euskalduna, una parte importante se desenvolverá mejor en castellano que en euskera. Asimismo, el envejecimiento de la población es un elemento a considerar, ya que para 2036, el 45 % de la población euskalduna de Donostia tendrá más de 45 años. En el ámbito doméstico tampoco se prevé un aumento del uso exclusivo del euskera, sino una mayor presencia de situaciones en las que convivan el euskera, el castellano y otras lenguas.

Por tanto, la cuestión que se plantea es cómo pasar de una situación en la que el conocimiento del euskera está ampliamente extendido a otra en la que su uso sea una opción natural y habitual. Para lograrlo, la ciudad tiene grandes fortalezas como una experiencia acumulada en los procesos de revitalización y cuenta con una base educativa consolidada. El modelo D está estabilizado y permite que las nuevas generaciones tengan un conocimiento muy generalizado de la lengua, ampliando sus posibilidades de uso. No obstante, el reto pasa por fortalecer una comunidad de hablantes que se desenvuelva en euskera con la misma comodidad que en castellano, generalizar la comprensión para abrir nuevos espacios de uso, conectar la lengua con las generaciones futuras y con la modernidad y construir discursos positivos y motivadores. El objetivo es no plantear esta diversidad en términos de oposición, sino generar contextos de convivencia en los que cada lengua pueda disponer de funciones propias, manteniendo un papel relevante para el euskera en la ciudad y utilizándolo como instrumento de inclusión y cohesión.

Donostia/ San Sebastián como capital cultural

La identidad está directamente relacionada con la cultura, que aparece como otro de los elementos que caracterizan a Donostia. La cultura forma parte de la imagen y de las raíces de la ciudad y existe un reconocimiento ciudadano de los eventos y servicios culturales. Desde la perspectiva municipal se entiende como una política pública estratégica que combina elementos como la educación, la identidad, la creatividad y la participación y que se construye mediante la interacción entre diferentes actores como la ciudadanía, los agentes públicos y el sector privado.

En la ciudad existe una amplia oferta cultural que combina diferentes escalas, desde las casas de cultura y bibliotecas, vinculadas a la cultura de proximidad, hasta equipamientos de incidencia territorial, autonómica o internacional. Asimismo, hay una red de espacios que acogen al arte contemporáneo, las exposiciones, la música, las artes escénicas, el cine, los museos y el patrimonio. En conjunto, se identifica que Donostia cuenta con 121 equipamientos y una extensa programación cultural durante todo el año.

Además de la oferta y los equipamientos, San Sebastián cuenta con una amplia red de agentes públicos, privados y ciudadanía. En cuanto a los agentes culturales, más allá del sector público, según datos de 2019, casi el 6 % de las empresas guipuzcoanas son empresas de la industria cultural, y la mitad de las empresas de culturales en Euskadi tienen su sede principal en Bizkaia o Gipuzkoa; entre otros, las productoras audiovisuales, las compañías de música o los grupos de teatro, por ejemplo, forman parte de la economía de San Sebastián. Si nos detenemos a ver el comportamiento ciudadano en la cultura de la ciudad, encontramos que hay una alta participación en asociaciones e iniciativas culturales, como comparsas, coros, tamboradas, grupos de danzas, etc. En total hay más de 1.000 asociaciones registradas en la ciudad, de las cuales unas 400 están relacionadas con la cultura. Asimismo, las fiestas y tradiciones como el Día de San Sebastián, los Caldereros, Iñude eta Artzainak, los Carnavales o la Semana Grande tienen una función que va más allá de la celebración: contribuyen a la cohesión y a la construcción de la identidad. Así, la cultura está vinculada tanto a los grandes eventos y equipamientos que proyectan la ciudad hacia fuera como a las prácticas y relaciones que se desarrollan en los barrios y en la vida cotidiana.

8

Señaladas las fortalezas del ecosistema cultural de la ciudad, el diagnóstico también muestra algunos ámbitos de mejora y ventanas de oportunidad. Se plantea la necesidad de realizar ajustes en la distribución de los servicios de las casas de cultura en barrios como Martutene, Loiola, Ibaeta, futuros barrios, etc. Se identifica un posible vacío ante nuevas disciplinas y lenguajes en la creación y producción local, especialmente en relación con el arte y la cultura digital. Además, la transformación de las formas de crear y consumir cultura entre las generaciones más jóvenes exige una actualización tecnológica y nuevas formas de conexión con ellas. La accesibilidad constituye otro reto, tanto para garantizar el acceso a los espacios y servicios como para facilitar la incorporación de las personas migrantes. En este sentido, los centros culturales pueden actuar como primeros espacios de socialización y comunicación bidireccional desde los que establecer vínculos entre comunidades, pero también como lugares en los que las personas migrantes puedan aportar e incorporar al ecosistema cultural de la ciudad.

De cara a 2040, el objetivo es mantener la cultura como seña de identidad de San Sebastián para la ciudadanía, apoyándose en la realidad de la ciudad y en sus cambios. Asimismo, algunos de los retos son reforzar su papel como motor de cohesión y bienestar, hacerla más accesible y participativa, favorecer una cultura creativa vinculada a la innovación y defender la cultura local en un mundo global. Esto implica mantener un equilibrio entre los grandes eventos y la cultura cotidiana, descentralizar la oferta, favorecer la participación de la ciudadanía como creadora y abrir espacios para que las personas migrantes puedan aportar sus propias expresiones culturales. También se identifican oportunidades en la relación entre cultura y salud, especialmente ante el

envejecimiento de la población, en la utilización del espacio público, en la colaboración con el sector privado y en la relación entre ciencia, cultura, tecnología y juventud.

Una ciudad con mirada internacional

La tercera línea de trabajo de la sesión fue el posicionamiento internacional. San Sebastián es una ciudad muy atractiva, y su apertura al exterior y su buen posicionamiento internacional se deben a varios factores. En primer lugar, la relación entre la gastronomía y el estilo de vida ocupa un lugar central, con un reconocimiento internacional que se apoya tanto en las estrellas Michelin y la cultura del pintxo como en la cocina tradicional y las sidrerías. En segundo lugar, el ecosistema de ciencia, investigación e innovación, una estrategia que se viene impulsando desde hace unos años y que contribuye a atraer talento y a ampliar el perfil internacional de Donostia, gracias a centros como el DIPIC, el BCBL o el ordenador cuántico de Ikerbasque. En tercer lugar, destacan el paisaje urbano y la calidad de vida. El mar, la bahía, la proximidad de la montaña, las facilidades para la movilidad y el bienestar constituyen otros elementos de atractivo. En cuarto lugar, existe una proyección internacional vinculada a la cultura, con festivales de gran reconocimiento como el Festival de Cine, Jazzaldia o la Quincena Musical. Por último, San Sebastián es una ciudad turística. Hace 120 años se tomó la decisión de orientar la ciudad hacia un modelo de servicios, incluido el turismo, en lugar de desarrollar un puerto industrial.

El turismo es una parte central de la proyección internacional de la ciudad y uno de los ámbitos en los que se ha producido una evolución considerable. Aunque Donostia cuenta con una larga trayectoria turística, en los últimos diez años ha experimentado un crecimiento significativo. Los datos muestran que en 2015 se alojaron 580.000 personas en hoteles mientras que en 2025 ascendieron a un millón y las pernoctaciones aumentaron de 1,2 a 2,1 millones. Asimismo, en 2015 la mitad de las personas turistas de la ciudad provenían del Estado y la otra mitad del extranjero; actualmente el 64 % son extranjeros. La ciudad recibe tanto turismo de ocio como turismo profesional asociado a congresos, convenciones, incentivos y ferias, que mantiene además una relación con los centros de ciencia e innovación. La estancia media ha aumentado hasta 2,05 noches, aunque continúa planteándose como objetivo avanzar hacia estancias superiores a dos noches.

A pesar de las virtudes, el crecimiento turístico genera tensiones en la ciudad. La gastronomía, que constituye uno de los principales elementos de atractivo exterior, se enfrenta a dificultades relacionadas con el relevo generacional, el cierre de establecimientos, el aumento de precios, las colas y los cambios en los hábitos de consumo vinculados a las franquicias y la comida precocinada. Estos cambios afectan también a la alimentación cotidiana y a una parte de la identidad gastronómica de la ciudad. Adicionalmente, el turismo ha adquirido mayor relevancia entre las preocupaciones de la ciudadanía. En 2024 el ayuntamiento realizó una encuesta sobre los problemas o cuestiones que más preocupaban a la ciudadanía, la vivienda aparecía como la primera preocupación, seguida de la seguridad y el turismo, mientras que en la edición anterior de esa misma encuesta el turismo ocupaba el séptimo lugar.

Por otro lado, tal y como señala la encuesta, la vivienda es la cuestión que más preocupa a la ciudadanía. La ciudad ha desarrollado una estrategia vinculada a la ciencia y la innovación que contribuye a atraer talento, pero la posibilidad de que ese talento se quede en Donostia está condicionada por el acceso a la vivienda y el coste de vida. Por tanto, la cuestión afecta a la población local, a la capacidad de atraer y retener talento y al propio modelo de ciudad. La reflexión sobre el posicionamiento debe alejarse de una lógica centrada en atraer visitantes o mejorar la imagen exterior. El objetivo del posicionamiento internacional debe ser construir una ciudad en la que se quiera vivir, trabajar, investigar y emprender. Desde esta perspectiva, turismo y proyección internacional deben estar al servicio de un modelo urbano que mantenga en el centro a las personas y que permita decidir qué ciudad se quiere mostrar y qué tipo de turismo resulta compatible con ella.

En síntesis, la visión planteada para Donostiarra 2040 reúne elementos como: una ciudad con identidad propia y abierta al mundo, cultural y creativa, euskalduna, vinculada a la gastronomía, científica, innovadora y conectada, pero también orientada a la convivencia. En este sentido, las palancas planteadas para avanzar hacia ese modelo pasan por la innovación, el conocimiento, el turismo sostenible, la gobernanza colaborativa y la construcción de un relato compartido. Este relato debería ser capaz de integrar los diferentes elementos que forman parte de la ciudad, el euskera, la cultura y la creatividad, la gastronomía, la ciencia y la innovación, sin desvincularlos de la identidad propia.



Contribuciones al diagnóstico desde las personas participantes

Ideas clave y Retos de futuro

Síntesis temática de las ideas clave y los retos de futuro identificados a partir de las aportaciones de los grupos de trabajo desarrollados durante la sesión.

Eje temático	Diagnóstico / Ideas clave	Retos de futuro
Definición de la identidad de la ciudad	En un contexto de cambios acelerados y globalización, donde entra en tensión la cultura local con lo global, existe dificultad para definir la ciudad que se quiere en los próximos años, qué características tendrá, qué elementos definirán el carácter, personalidad, patrimonio y singularidad de Donostia.	Generar espacios de reflexión y deliberación para definir y acordar colectivamente los elementos que caracterizarán la identidad, el carácter, el patrimonio y la singularidad de la ciudad, incorporando una visión de adaptación al cambio capaz de abrirse al mundo, pero preservando, al mismo tiempo, la identidad y la cultura donostiarra.
Euskera: uso, transmisión e identidad	El euskera aparece como un elemento central de la identidad y la cultura y como instrumento de cohesión. Aunque se considera garantizado su conocimiento, se identifica la necesidad de reforzar su uso.	Reforzar y promover el uso del euskera y su transmisión, abordando las diferencias generacionales y aprovechando su capacidad para generar identidad y cohesión.
Posicionamiento y relato de ciudad	Se plantea la necesidad de determinar qué imagen se quiere proyectar de la ciudad hacia el exterior. Existen múltiples relatos y versiones de la ciudad que pueden expresar sensibilidades diferentes.	Construir un posicionamiento basado en la ciudad que se quiere tener y en los valores que se quieren transmitir, capaz de recoger diferentes relatos y sensibilidades.
Cambio generacional y nuevas formas de relación con la cultura	Se identifica un cambio generacional asociado a diferentes estilos de vida, otras formas de consumir y otras formas de vivir experimentadas entre la gente joven. En ese contexto, su relación con la cultura y con la oferta cultural es diferente debido a, entre otras cuestiones, la cultura digital y la digitalización.	Abordar el cambio generacional en la relación con la cultura, teniendo en cuenta las nuevas formas de vivir, consumir y relacionarse con la oferta cultural y la cultura digital.

Modelo cultural	La ciudad cuenta con muchos recursos, equipamientos y una oferta cultural amplia, sin embargo, la concepción de la cultura está vinculada a la eventización y los festivales. Por esta razón, se plantea una resignificación más amplia de la cultura, incorporando iniciativas como clubes de lectura, asociacionismo, Casas de Cultura, Tabakalera o Escuelas de Música. Actividades vitales para la construcción de la comunidad y el bienestar de la ciudadanía.	Conceptualizar la cultura como un espacio diverso en las formas de promoverla y vivirla, ampliando el modelo más allá de la eventización y generando espacios y propuestas culturales de diferentes tipologías.
La cultura como herramienta de construcción comunitaria	La cultura es una oportunidad para cultivar el sentido de comunidad e inclusión de personas de diferentes barrios y procedencias. También se relaciona con la cohesión, la salud, el bienestar, la calidad de vida y el espíritu crítico. Se plantea que existen formas de cultura cotidiana que pueden contribuir a estos objetivos.	Utilizar la cultura como palanca para construir comunidad, cohesión y bienestar, desde un enfoque de inclusión y no de integración, y potenciando las prácticas culturales cotidianas y aquellas que contribuyen a la calidad de vida y al espíritu crítico.
Accesibilidad y diversidad del ecosistema cultural	Se señala un posible choque entre la cultura elitista y la cultura tradicional y la necesidad de pensar en todos los públicos. No todos los espacios culturales son comunes para todas las personas que viven actualmente en la ciudad, especialmente para las nuevas vecinas y vecinos.	Garantizar el acceso a la cultura de toda la población, diversificando los espacios y propuestas culturales para que puedan ser compartidos por personas diversas.
La creación cultural como profesión	Se detectan lagunas en el apoyo a creadores, ya que la cultura está menos orientada a quienes desarrollan profesionalmente la creación, a pesar de su contribución en la construcción de los relatos sobre la ciudad. La creatividad cultural es un oficio difícil de sostener y muchas personas deben compaginarla con la afición y la vida.	Dar apoyo a creadoras/es y generar condiciones para que puedan desarrollar su actividad como profesión, mediante acciones concretas, espacios y subvenciones.

Paisaje urbano, comercio y mercado local

El paisaje urbano es un componente de la identidad de Donostia. Se percibe que los paisajes urbanos y los comercios son cada vez más similares a los de otras ciudades, junto con una pérdida de tiendas locales y tradicionales y de productos locales. Esta transformación se relaciona especialmente con la experiencia del Casco Viejo.

Preservar los elementos locales y tradicionales del paisaje urbano, especialmente los comercios y productos locales, como parte de la identidad y de la experiencia cotidiana de la ciudad.

Modelo turístico: saturación, límites y gestión

Existe una preocupación por la saturación turística, especialmente en el Casco Viejo, el espacio público, las calles y los alojamientos. La dificultad para poner límites al fenómeno turístico radica en que, debido al volumen, supera los límites administrativos y requiere coordinación con los municipios aledaños.

Gestionar la saturación turística y establecer un equilibrio entre sector público, sector privado, espacio público y actividad turística, teniendo en cuenta que las medidas requieren una visión que trascienda los límites de la ciudad.

Turismo, identidad y vida cotidiana

El turismo siempre ha sido parte de la ciudad, pero la oleada más reciente se percibe como excesiva, afectando a la vida cotidiana y a la relación de la ciudadanía con determinados espacios. Esto plantea interrogantes sobre el impacto del turismo en la identidad y la cultura local. No obstante, se señala que no todos los barrios ni todas las personas se ven afectados de la misma manera.

Comprender y gestionar el impacto del turismo sobre la identidad, la cultura y la vida cotidiana, diferenciando las realidades de los distintos barrios y evitando que la respuesta al turismo genere una actitud defensiva frente al carácter abierto de la ciudad.

Conclusiones para la continuidad del debate

5.

Estas conclusiones sintetizan las aportaciones realizadas por las personas integrantes del ámbito de Cultura, Identidad y Posicionamiento Internacional, y se han elaborado a partir de las discusiones mantenidas en los grupos de trabajo constituidos durante la sesión.

Desarrollar el sentido de comunidad es especialmente necesario en un contexto social cada vez más individualista, que está debilitando capacidades históricamente características del territorio. Frente a ello, se plantea la necesidad de una implicación activa de la ciudadanía y la vinculación de la población de origen diverso en la construcción comunitaria.

La cultura se entiende como una herramienta central para la cohesión, la inclusión y la construcción de la comunidad de la ciudad. Para ello, los espacios culturales, la creación cultural, la oferta y los equipamientos deben contribuir a mejorar la calidad de vida y ser accesibles para toda la ciudadanía. En esta línea, el apoyo a las personas creadoras locales adquiere especial relevancia, aunque se reconoce la dificultad de identificar o concretar una identidad única y compartida.

En relación con el euskera, el objetivo compartido es consolidar una ciudad euskalduna. No obstante, actitudes rígidas o fiscalizadoras no son adecuadas para atraer a nuevas personas hablantes; al contrario, su impulso requiere unas bases sólidas que se traducen en una actitud abierta, sin juzgar a quienes no conocen la lengua y facilitando su aprendizaje.

El turismo es uno de los grandes retos de la ciudad, por ello, resulta necesario analizar por qué se percibe como un enemigo o una invasión, evitando el cierre absoluto y sin renunciar a la construcción de un modelo más sostenible. Las estrategias diseñadas para contener el fenómeno se ven superadas por una realidad cambiante que genera constantemente nuevos problemas. De ahí la importancia de definir qué modelo de turismo se quiere para la ciudad y de alcanzar un consenso sobre la identidad que se desea construir.

Por último, hay interrogantes sobre el efecto del turismo y los procesos migratorios en la identidad de Donostia. Sin embargo, se menciona que la intervención pública debe evitar posturas excesivamente proteccionistas y permitir que la cultura evolucione de manera orgánica en función de los flujos de población, buscando un equilibrio entre salvaguardar y permitir su evolución. En esta visión de ciudad, debido a su papel esencial en la identidad de la ciudad, el euskera requiere un esfuerzo manifiesto de promoción y protección, incluso dentro de una cultura que evoluciona con el tiempo.

15

01 /

**CULTURA, IDENTIDAD
Y POSICIONAMIENTO
INTERNACIONAL**



DONOSTIA
SAN SEBASTIÁN



www.donostia.eus/donostiarra2040