



GESTORES CULTURALES
Federación Estatal

PROPUESTAS DE LA FEDERACIÓN ESTATAL DE ASOCIACIONES DE GESTORES CULTURALES

FEDERACIÓN ESTATAL DE ASOCIACIONES DE GESTORES CULTURALES
C/Pacheco y Núñez de Prado, 11 Bj. B
41002 - Sevilla
Tfs/fax: 954 905 944/692 952 238
www.federacion-agc.es
comunicacion@federacion-agc.es

Prólogo

El documento que se ofrece a continuación es fruto del trabajo realizado por el Comité Científico del Congreso Internacional de la Gestión Cultural en el Marco Europeo, bajo el lema “Hacia nuevas pautas de política y gestión culturales el siglo XXI en la Unión Europea”, a partir de las conclusiones elaboradas en los diferentes paneles sectoriales que tuvieron lugar durante los días 5, 6 y 7 de noviembre de 2009.

Este trabajo quiere dar lugar a un documento que servirá para lograr los siguientes objetivos:

1. Ofrecer, desde la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales- FEAGC, un texto que reúna propuestas y conceptos encaminados a una interlocución con las instituciones culturales a nivel autonómico, estatal, europeo e internacional.
2. Ofrecer un documento cero para iniciar un proceso de trabajo conjunto en virtud de la triple alianza de la cultura promulgada en el Congreso de la Profesionalización del Gestor Cultural, celebrado en Toledo y organizado por FEAGC en 2008.
3. Ofrecer, gracias a este documento, una hoja de ruta para los profesionales del sector en España, con una perspectiva global e integral de la cultura.

Artes escénicas

1. La salvaguarda e impulso de las Artes Escénicas como patrimonio inmaterial de la humanidad ha de ser objeto de políticas culturales específicas.
2. Las artes escénicas, a través de lenguajes contemporáneos, suponen un patrimonio cultural intangible de primer orden, fundamental en la consecución de una identidad europea que se edifica sobre la diversidad cultural, la interculturalidad y las nuevas tecnologías.
3. Se considera importante que el gestor cultural tenga un conocimiento profundo de, al menos, una de estas artes, siendo incuestionable la aportación de la gestión empresarial, el marketing y la educación de la gestión cultural
4. En España Las políticas de generación de público puestas en marcha desde el inicio de la democracia no han dado el fruto deseado. Este fracaso se debe a la falta de atención que el sistema educativo presta a las artes escénicas a todos los niveles. Como consecuencia, tenemos un altísimo desconocimiento de las artes escénicas por parte de la ciudadanía.

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial de las Artes Escénicas para abordar un nuevo rumbo para las políticas culturales públicas destinadas a las artes escénicas.
- Apelamos al INAEM y a los diferentes organismos autonómicos implicados para que se potencie la coordinación interautonómica y se amplíen así las posibilidades de participación de las empresas españolas en los circuitos.
- Es necesario que el sector promueva medidas de cooperación entre las organizaciones de empresas de artes escénicas de cara a la formulación y seguimiento de los circuitos públicos autonómicos de artes escénicas.
- Hace falta un pacto de sostenibilidad del sector que acerque la correlación de cachés con las taquillas, que no genere competencia desleal a la empresa privada con tarifas casi simbólicas y que se diferencien las ayudas (así como sus contrataciones y circuitos) entre el teatro aficionado y el teatro profesional.

Música

1. La música es un lenguaje universal, lo que sitúa este campo en una posición privilegiada para contribuir a la implantación y consolidación de una identidad europea basada en la diversidad y la interculturalidad.
2. El gestor cultural musical es sin duda un referente en la profesión por su nivel de especialización, que debe constituirse en interlocutor permanente en todos los aspectos que afectan a la gestión cultural de la música en los diferentes espacios y territorios.
3. El sector musical es muy poco gremialista y con escaso reconocimiento social. Deben dignificarse las condiciones laborales y trabajar en un frente común
4. Del I Foro de las Músicas Populares salieron catorce puntos consensuados, claros y concisos, para el desarrollo del sector. Fueron avalados por el Ministerio de Cultura. Entre estos puntos cabe destacar: código de buenas prácticas, creación de sello de calidad, regulación fiscal, cursos de formación de técnicos, la música en el sistema educativo, el estatuto del artista, los circuitos y movilidad, una ley de la música, una oficina de exportación de la música, y la coordinación con otros ministerios.
5. En el II Foro de las Músicas Populares diferentes comisiones presentaron documentos elaborados referentes a: “Regulación de Sector: Deontología y Formación”, “Aspectos Económicos” y “La Oficina de Exportación de la Música”, trabajos que actualmente han quedado paralizados. También se consensuaron otras propuestas: creación de un centro para la difusión de las músicas populares, creación de una ejecutiva sectorial con representación en el Consejo Estatal, reforma de las convocatorias de ayudas del INAEM, coordinación de los circuitos entre las CCAA, y con la Red de Teatros, interlocución con otros ministerios y otras direcciones generales.

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial de la Música para abordar un nuevo rumbo para las políticas culturales públicas destinadas a la música.
- Necesidad de trabajar en líneas estratégicas que trasciendan las alternancias políticas. En consecuencia, se reclama respetar los puntos consensuados en 2008, en Ávila y en Vic, en el marco de los "Foros de las Músicas Populares", organizados desde la Dirección del INAEM y donde las principales organizaciones y sectores estuvieron representados.
- Procurar la independencia del artista frente a los grandes *lobbies* mediáticos y las Administraciones Públicas, para garantizar la supervivencia de la diversidad musical.
- Aplicación de las normas existentes en referencia a la Ley de Mecenazgo y la Ley de medios Audiovisuales

- Impulsar la viabilidad de la necesaria Ley de la Música, desde donde se regularían aspectos intrínsecos al sector: reconocimiento de las asociaciones y organizaciones empresariales del sector, planes de estudio y formación, planificación de las infraestructuras, la promoción y difusión, programas de ayudas y subvenciones, la colegiación del sector, la relación con las entidades de gestión de derechos, creación de centros de recursos, y la regularización y profesionalización de los gestores culturales y musicales.
- Aumentar la representación española en organizaciones o asociaciones de ámbito europeo.

Edición del libro y animación a la lectura

1. Los nuevos usos de Internet y los nuevos sistemas de impresión bajo demanda están DE(RE)CONSTRUYENDO el proceso de creación literaria, edición y lectura, desdibujando las fronteras entre los diferentes agentes y propiciando la desaparición, el acercamiento y hasta la fusión de algunos de ellos: escritor-editorial-distribuidora-librería-lector-crítico.
2. Al calor de los nuevos hábitos de lectura que están surgiendo del propio funcionamiento de Internet, han surgido nuevos géneros literarios, cuyas características principales son la fragmentación y la agilidad, un nuevo tipo de escritor (disolución del concepto de autor: anonimato/colectividad, confusión entre escritor/lector, escritor multidisciplinar), nuevas editoriales (centradas en Internet y su potencial de difusión y creación, atomización e independencia), nuevos productos (el libro total: audio, vídeo, red social); nuevos canales de distribución (descargas gratuitas, refundación de la librería-fotocopiadora-lugar de encuentro, *e-book*, edición sobre demanda), nuevos modos de financiación (búsqueda de patrocinios, diversificación de la oferta y el modelo de negocio como, por ejemplo, la celebración de actividades paralelas a la edición y complementarias a la difusión del arte: asesoramiento literario, servicios de corrección, talleres, encuentros literarios escritor-lector: buscando el espacio físico como correspondencia del espacio virtual).

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial de la Industria Editorial Alternativa para abordar un nuevo rumbo para las políticas culturales públicas destinadas a la industria editorial y a los programas de animación a la lectura.
- Es fundamental la proliferación de actividades de animación a la lectura en edades tempranas, los lectores del futuro. En definitiva, incluir actividades de animación a la lectura, desde una perspectiva de la gestión cultural, en los programas educativos de enseñanza primaria.
- Un camino para la reinención editorial pasa por la “autarquía” y la producción colaborativa.

Artes plásticas y visuales

1. El modelo-concepto expositivo actual está caduco, aburre en general, por lo que debería ser más participativo.
2. Existen barreras entre el público general y las Salas de Exposiciones.
3. La difusión debe ser una herramienta fundamental, en la que se debe hacer una mayor inversión, incorporando el ámbito educativo: visitas guiadas, etc.
4. Es importante resaltar el papel de agitador social del gestor cultural.

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial de las Artes Plásticas y Visuales para abordar un nuevo rumbo para las políticas culturales públicas destinadas a las artes plásticas y visuales.
- El Ministerio de Cultura ha de promover y apoyar una reforma en las leyes, con objeto de permitir que las empresas que quieran invertir en obras de arte puedan hacerlo libremente y sea un gasto fiscalmente desgravable.
- Desde la gestión pública se puede plantear la cesión de espacios para el trabajo, el desarrollo de la obra artística y exhibición. Un lugar multidisciplinar vivo y abierto al público. Ejemplo Sabadell (antigua fábrica textil, incluso con residencia de artistas) y Madrid (Naves de Arganzuela).
- Hay que convertir la exposición en un espacio de titularidad pública en un posible punto de venta.
- Las galerías privadas propician la búsqueda de financiación del trabajo artístico. Puede ser una buena estrategia de ayuda y promoción que las salas públicas concedan su espacio a creadores y galeristas, avalando con el hecho de la concesión de la sala para exponer.
- Hay que fomentar la mezcla de artistas conocidos con noveles en un espacio amplio expositivo.
- Adaptación en la gestión a las nuevas realidades del arte efímero y digital y establecimiento de canales de venta para que el artista siga creciendo.
- Es fundamental la educación del público que visita las salas, considerando que pueden ser futuros consumidores de arte en propiedad.
- Hay que buscar sinergias entre lo público y lo privado y crear circuitos.

Cine y audiovisual

1. El lenguaje cinematográfico y audiovisual, como la música, es un universal, que puede favorecer de manera decisiva a la potenciación de una identidad europea en la que se enlazan estrechamente las enormes potencialidades de las nuevas tecnologías y la afirmación de un imaginario simbólico común.
2. El papel de la productora audiovisual pequeña, con respecto a las grandes productoras, está en un proceso de reinterpretación y redefinición que busca favorecer la creación de clústers.

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial del Cine y Artes Audiovisuales para abordar un nuevo rumbo para las políticas culturales públicas destinadas al cine y a las artes audiovisuales.
- Es necesaria una definición y clarificación de las políticas culturales públicas, especialmente en la administración local. Es urgente, además, una coordinación/cooperación entre instituciones públicas de distinto nivel (Estado, Comunidades Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos).
- Clarificación del marco legal en el ámbito de las artes audiovisuales: distribución de contenidos (Creative Commons, Copyrith, Copyletf), internet como principal vía de distribución en poco tiempo.
- El sector ha de adaptarse al momento actual en el que todo está rápidamente evolucionando: televisión TDT, Cine-3d, internet como medio (redes sociales, webtv, videostreaming).
- Es urgente la implicación del Ministerio de Educación y los diferentes organismos autonómicos vinculados a educación, de modo que propicien la formación de espectadores desde la escuela.
- Las salas públicas han de desarrollar un esfuerzo por diversificar la oferta de programación para atraer nuevos públicos.

Patrimonio

1. La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial, aprobada por la Conferencia General de la UNESCO en 2003 puso de manifiesto la importancia del patrimonio inmaterial para la identidad cultural de pueblos y comunidades en todo el mundo, señalando la vulnerabilidad del patrimonio inmaterial frente a la globalización y sus peligros derivados de la marginalización, banalización y pérdida de sentido.
2. El patrimonio cultural inmaterial aporta a las comunidades sentido de pertenencia y de continuidad y es considerado como una de las fuentes principales de la creatividad y de la diversidad cultural.
3. La adecuada gestión del patrimonio inmaterial se fundamenta principalmente, en la participación de las comunidades, en su transmisión y representación, entendiendo que la documentación y la difusión de sus valores pueden ser las formas más apropiadas de salvaguardarlo, sin alterar la dinámica cultural que lo produce y garantizando su continuidad.
4. En este sentido, y como ejemplo de buenas prácticas, se destaca el proyecto que el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico está elaborando, el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, cuyo objetivo es registrar, documentar y difundir el patrimonio cultural andaluz, como medio eficaz para valorizar sus elementos más vivos y dinámicos, y sensibilizar así a la sociedad en general y a los colectivos implicados, entendiendo que la documentación y la difusión de sus valores pueden ser las formas más apropiadas de salvaguardarlo sin alterar la dinámica cultural que lo produce.

Propuestas:

- Es necesario un Plan Estatal para la Accesibilidad Universal del Patrimonio Cultural.
- Son necesarios programas centralizados para la interpretación del patrimonio, donde la creatividad se deposite en manos de los propios ciudadanos y las empresas, sumándolo a la gestión pública del patrimonio y explorando nuevas vías de cooperación.

Archivos y bibliotecas

1. Archiveros y bibliotecarios son gestores culturales, tanto por su dedicación de siglos a la rama más antigua de la gestión cultural y por la realización y gestión de actividades culturales de todo tipo en sus centros de trabajo.
2. Las experiencias en bibliotecas rurales son fácilmente adaptables y extrapolables a otras tipologías de centros culturales y documental.

Propuestas:

- Es fundamental actuar como puntos de información general, no sólo sobre nuestra institución u organismo, sino sobre cualquier otro tema de interés para el ciudadano, sin dejar de ser centro de información especializada y referencia.
- Es fundamental convertirnos en el centro difusor de las actividades culturales de nuestra localidad o barriada, sin dejar de informar sobre las actividades organizadas por otras administraciones o entidades, incluso las privadas.
- Es fundamental difundir lo que hacemos, no sólo hacia la sociedad y medios de comunicación, sino directamente saliendo a la calle en ferias, conciertos y otros lugares de máxima afluencia. Y por supuesto, ante nuestros jefes y ante los políticos de los que dependemos.

Asociacionismo internacional en gestión cultural

1. En dicho panel hemos tenido la oportunidad de escuchar a dirigentes de distintos países tanto europeos como iberoamericanos, e indirectamente, el peso cultural de países africanos.
2. Se han marcado dos objetivos claves que pretendemos rubricar en este congreso Internacional de Gestión Cultural para que sea el principio de un camino hacia el asociacionismo internacional: la creación de una organización europea de gestores culturales y de una organización mundial de la gestión cultural.
3. La voluntad de crear dichas organizaciones ha sido rubricada por Jean Pierre Deru (Director de la Fundación Marcel Hicter-Bélgica), Jorge Queiroz (Presidente de la Dirección de la Asociación de Gestores Culturales de El Algarve-Portugal), Jack Houssa, miembro de la Dirección de la Asociación de Centro Culturales (Bélgica), Roberto Guerra (Asociación Gremial de Gestores Culturales-Chile) y Rafael Morales Astola (Presidente de la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales-España).
4. Los objetivos de la Organización de Gestores Culturales de la Unión Europea (GEC-UE) son los siguientes:
 - a. Promover el debate y la reflexión sobre cuestiones de interés colectivo en el campo de las políticas culturales y de la Gestión Cultural en el marco de la Unión Europea.
 - b. Reforzar la consolidación de la figura profesional del gestor cultural en la unión Europea, favoreciendo el intercambio de información, investigación, ideas y experiencias, así como la formación, entre las Asociaciones pertenecientes a la organización
 - c. Servir como órgano de comunicación e interlocución con los organismos europeos vinculados directa o indirectamente con la Cultura y la Gestión Cultural, sean públicos o privados.
 - d. Promover el desarrollo de iniciativas con países de todos los continentes en el ámbito cultural.
 - e. Estimular la creación de una organización mundial de gestores culturales que lleve, entre otras metas, a redactar la Carta Mundial de la Gestión Cultural y los Derechos Culturales.
 - f. Promover el desarrollo de la cultura de la participación activa y comprometida con las relaciones justas y equilibradas entre diferentes culturas, así como contribuir a la difusión de la pedagogía democrática en todas sus actuaciones, basándonos en el diálogo intercultural como herramienta fundamental.
5. Los objetivos de la Organización Mundial de la Gestión Cultural son los siguientes:
 - a. Reforzar la consolidación de la figura profesional del gestor cultural en cualquier lugar del mundo, favoreciendo el intercambio de información, de ideas y de experiencias, así como la formación, entre las entidades pertenecientes a la organización.

- b. Avanzar en la redacción de una Carta Mundial de la Gestión Cultural y los Derechos Culturales desde el propio sector profesional de la gestión cultural.
- c. Promover el desarrollo de la cultura de la participación activa y comprometida con relaciones justas y equilibradas entre las diferentes culturas, así como utilizar una metodología participativa en todas sus actuaciones, basándonos en el diálogo intercultural como herramienta fundamental.

Propuestas:

- Urge trazar un plan de encuentros a nivel internacional que suponga la consolidación de los proyectos mencionados en el punto 2 y la suma de nuevos participantes representantes del sector profesional y empresarial. Sevilla, por su centralidad y su equipamiento de primer orden como es el Palacio de Congresos, podría ser la sede de la primera Conferencia Mundial del Sector Profesional y Empresarial de la Cultura. La próxima edición de la Feria de Industrias Culturales en Andalucía podría ser el marco adecuado para ello.
- Es necesario, con objeto de ofrecer una visión europea de la gestión cultural, la creación de un Instituto Europeo de la Gestión Cultural (IEGEC).

Cooperación cultural

1. Ante un panorama mundial donde nuevos escenarios y retos dibujan la necesidad de alianzas globales y espacios de encuentro desde el respeto a la diversidad, la cooperación cultural requiere iniciativas complejas y coordinadas entre diferentes administraciones e instituciones.
2. Es necesaria una capacitación técnica y de calidad del gestor cultural como profesional que hibride la cooperación al desarrollo desde la gestión de la diversidad.

Propuestas:

- La aplicación de nuevas metodologías no estandarizadas y adaptadas a las necesidades reales del ámbito de actuación. Se requiere conocer, evaluar y cuestionar para aportar soluciones creativas e innovadoras en el desarrollo cultural. Pero, ante todo, la cultura debe servir como elemento de cohesión social, contribuir al desarrollo económico y revertir bilateral o multilateralmente a todos los agentes y países implicados.
- Resulta primordial la creación de un marco consensuado de normas y políticas humanizadas que promuevan la coparticipación de agentes e instituciones desde y hacia la ciudadanía. Para ello sería necesario comenzar a trabajar con el concepto de cooperación con nosotros mismos como preludio a la cooperación exterior e internacional.
- Es aconsejable facilitar los trámites administrativos a los agentes culturales que deciden participar en proyectos de cooperación cultural en la Unión Europea, simplificando al máximo la documentación a preparar y poniendo el énfasis en la realización y evaluación de los proyectos mismos.

Museos, centros de arte y mediatecas.

1. El desarrollo de las nuevas tecnologías, el fenómeno de los social media y los nuevos hábitos de comportamiento de los usuarios en la red, están dibujando un nuevo escenario de actuación. Son palabras claves de este proceso: *Web social, mass-media, redes sociales, blogs*.
2. Es evidente que el desarrollo de los social-media y del fenómeno de la web social, y más al ritmo en que se está produciendo, va a tener irremediablemente consecuencias en el museo. Internet es una oportunidad excelente de cambiar los patrones de relación que hasta ahora han existido entre el museo y sus audiencias, y que se han mostrado, si no ineficaces, sí, al menos, limitados. Y no sólo es una oportunidad. Es una necesidad, impuesta por las exigencias de esas audiencias, que se están acostumbrando ya al papel activo, de participación, que internet les ha otorgado.
3. Internet no solo facilita/exige la práctica de nuevos modelos de relación entre el museo y sus audiencias, sino que otorga a éstas el carácter de globales.
4. La explosión en el uso social de internet que estamos presenciando no se trata de una moda pasajera. Nos encontramos con audiencias opinando, creando contenidos, publicando, compartiendo... Nos enfrentamos a una sociedad hiperconectada. Y eso se está produciendo con tal calado que cambia los patrones de comportamiento de ese individuo. Hoy en día, por ejemplo, muchos jóvenes se enteran de lo que pasa no por el telediario o la prensa, sino que lo hacen por las redes sociales.
5. La experiencia museística ya no se limita a la visita al museo y sus instalaciones. La nueva realidad que internet supone para el museo impone la necesidad de que éste sea capaz de ofrecer otras experiencias más allá de esa simple visita física.

Propuestas:

- Es fundamental abordar el análisis de internet como plataforma de comunicación y relación entre individuos y entre el museo y éstos, así como la exploración de las posibilidades de incorporación de nuestras entidades museísticas a dicho escenario.
- Incorporar a los procesos y sistemáticas de trabajo existentes en el museo, esos nuevos procesos que le permitan acercarse a una nueva realidad, en la que el individuo exige desarrollar un papel diferente al pasivo que respecto a la institución museística ha tenido hasta ahora.
- El museo ha de reconvertir sus tradicionales sistemas de relación con el individuo y la sociedad a la que se dirige. Y tanto el personal de los museos, como los roles que tradicionalmente han desarrollado, no están a salvo de esa necesidad de transformación.
- La comunicación no desarrollaría ya una simple función de difusión, sino que se convertiría en medio de producción, en el medio facilitador de la integración del individuo en la institución museística, y por tanto en elemento

- facilitador de la producción de contenidos. La comunicación como creación.
- Todo esto, de ser así, supone unos cambios realmente importantes dentro del museo, tanto a nivel de mentalidad como a nivel de los papeles desempeñados por nuestro personal y nuestra organización. Y los cambios en el exterior del museo sí parecen estar produciéndose: nuestras audiencias parecen empezar a exigirnos, de momento tácitamente, con su comportamiento, que abordemos este reto que se nos plantea.

Formación Universitaria en gestión cultural

1. Existe en el sector un acuerdo total en cuanto al Máster como nivel de especialización de la Gestión Cultural.
2. Respecto a la necesidad de un Grado de Gestión Cultural, hay divergencia en el sector. No obstante, la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales subraya la importancia de implantar y extender dicho Grado, en armonización con la Descripción del Puesto de Trabajo aprobado en la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales y con la declaración del Congreso de Toledo de 2008.
3. Acuerdo total en cuanto al trabajo interuniversitario para una oferta universitaria de Doctorado en Gestión Cultural
4. Acuerdo en cuanto a la oportunidad que supone el EEES, para la regulación académica universitaria de la Gestión Cultural en cualquiera de sus tramos.

Propuestas:

- Reunión urgente de FEAGC con el Consejo de Universidades para coordinar los contenidos mínimos a nivel estatal.

I+D+i e Industrias Culturales

1. Importancia del valor de la “cultura” como el instrumento tractor del cambio de modelo económico productivo, desde un modelo tradicional de producción de conocimiento basado en la investigación a un modelo emergente, protagonizado por el capital emprendedor y transdisciplinar, dinamizado por estructuras en red. Este modelo, creativo e innovador, requiere de una gestión de los intangibles desde las emociones y de un desarrollo de las capacidades emprendedoras desde la creatividad cultural.
2. Las instituciones públicas, como la universidad, deben promover las capacidades emprendedoras. Se detecta la necesidad de formación específica en gestión empresarial (planes de empresa, gestión económica, comercialización, etc.).
3. Se destaca un crecimiento significativo en emprendimiento cultural, aunque conformado por iniciativas individuales (autónomos/as) o microempresas y, en cambio, no existen empresas líderes o empresas tractoras en el sector cultural.
4. Necesidad de formación específica en la denominada “gestión de intangibles”.
5. La experiencia de empresas *spin off* muestra modelos exitosos para micropymes culturales basados en la incorporación de I+D+i, desde el diseño de un empresa cultural que gestiona conocimiento (intangibles) y como instrumento de desarrollo y crecimiento mediante la transferencia empresa-universidad y el crecimiento en red.

Propuestas:

- Reformar las vías de financiación de las industrias culturales, actualmente muy conectadas con la financiación pública.
- Abordar desde los poderes públicos y el sector el tema de la competencia que a veces genera la oferta pública.
- Abordar desde los poderes públicos y el sector la falta de legislación cultural específica que regule y normalice el sector económico-cultural.
- Necesidad de modelos mixtos de financiación, en base a otras prácticas relativas a consorcios u otras formulas de asociacionismo y crecimiento en red (cluster empresariales).
- Demanda de fórmulas de incorporación de planes de I+D+i en empresas culturales, teniendo en cuenta que son microempresas.
- Se hacen imprescindibles nuevas fórmulas de apoyo a las microempresas culturales alejadas de las ayudas tradicionales a la industria cultural, y que deben estar más enfocadas al hecho incontestable de su fijación en el territorio y de su incuestionable generación y mantenimiento de empleo.
- Es necesario un plan específico para microempresas culturales, de menos de 20 trabajadores, que son la inmensa mayoría, donde se potencie: la



cooperación entre empresas culturales, la internacionalización y el mantenimiento del empleo

- La rebaja del tipo de IVA para las actividades culturales que potenciaría el sector ante la ausencia reiterada de incrementos presupuestarios para Cultura de las administraciones públicas, las fundaciones y las grandes empresas privadas con programas culturales

Artes y proyectos emergentes y multidisciplinares

1. Entendemos el Arte y la Gestión como un espacio de libertad y de participación, abierto, accesible, horizontal, público, innovador, activista y reflexivo.
2. Las artes emergentes están experimentando una regeneración de sus paradigmas a través de las nuevas tecnologías de comunicación, que permite el abaratamiento de los costes de producción y una mayor participación en el resultado final de la obra. Sin embargo, estos medios sociales no siempre permite la libertad creativa individual del artista. *Hay que promover actuaciones que garanticen la libertad creativa.*
3. Los nuevos medios de comunicación suponen un reto para los profesionales de la cultura, que les exige formarse y estar en continuo reciclaje para su utilización. Ya existe una realidad cultural virtual que necesita ser gestionada por profesionales, los gestores culturales virtuales.

Propuestas:

- Es necesario que el Ministerio de Cultura convoque una Conferencia Estatal del Sector Profesional y Empresarial de las Artes y Proyectos Emergentes para abordar la elaboración de políticas culturales públicas destinadas a las artes y proyectos emergentes.
- Este campo de la cultura, en virtud de la importancia creciente de la creatividad y la innovación como lo refleja el que 2009 sea el Año Europeo de la Creatividad y la Innovación, debe tener su tratamiento específico en la Agenda Europea de la Cultura.
- Implantación de cursos dirigidos a la neoteconologización de la formación del gestor cultural.
- Urge que los encuentros, jornadas, congresos, etc., de profesionales de la cultura cuenten con foros virtuales de participación, de manera que contribuya a que los gestores culturales se familiaricen con las nuevas tecnologías.

Tradiciones y derechos culturales (Carta Cultural Iberoamericana)

1. La Carta Cultural Iberoamericana se ha presentado como la herramienta dinamizadora de los proyectos y programas culturales.
2. Los distintos ámbitos de aplicación de la Carta serán la base de estrategias concretas.
3. Su desarrollo favorecerá la toma de decisiones políticas que respeten la diversidad cultural, la identidad, la solidaridad y la cooperación. La gestión cultural profesional garantiza la aplicación de la carta en todos los territorios.
4. Entendemos que la Carta Cultural Iberoamericana vendría a complementar la globalidad de la Agenda Cultural Europea y complementaría a la Agenda XXI *de la Cultura* en un nuevo espacio: el Iberoamericano.

Propuestas:

- La Carta Cultural Iberoamericana enlaza su filosofía y objetivos con la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, siendo ya necesario agregar un nuevo documento de carácter global que exprese el papel de la gestión cultural en relación a los derechos culturales.
- La Gestión Cultural se postula como un interlocutor mundial en la defensa del derecho universal a la diversidad cultural más allá de los cambios políticos, económicos y de las tendencias coyunturales.
- Se ve necesario la redacción de una Carta Mundial de la Gestión Cultural y de los Derechos Culturales, elaborada desde la perspectiva y participación de los gestores culturales.
- Es nuestro deber proyectar estos acuerdos en un contexto mundial ineludible.

Creatividad, derechos de autor y gestión cultural.

1. En primer lugar, hay que concretar la necesidad de que todos los agentes de la cultura se pongan de acuerdo en relación a los derechos de autor y sus aplicaciones.
2. Desde el punto de vista de la SGAE, se resalta la importancia de los gestores culturales como los grandes activos de la cultura de este país y por ende la importancia de organizar este tipo de eventos que sirven para unificar criterios.
3. La propiedad intelectual en sí misma es igual que el resto de propiedades, pero con características diferentes. Por ejemplo, el hecho de que prescriba con el paso del tiempo. El bien cultural es una mercancía igual que las demás, que tiene dos valores: uno de uso y otro de cambio.
4. Los congresistas plantean una serie de recelos al hecho de que los beneficios repercutan en los herederos 70 años después del fallecimiento del autor y de que éstos dispongan libremente de la divulgación de la obra.
5. Por otro lado, se lanza una queja a la organización por la falta de algún representante que informara sobre las licencias Creative Commons y Copyleft. Con respecto a esto, el representante de SGAE aclara que esas licencias también las concede SGAE.

Propuestas:

- Desde el punto de vista del autor, se manifiesta la necesidad de reivindicar una unión del colectivo para hacer frente a la defensa de la sociedad o gestión que les protege. Por otra parte, lamenta que la falta de información genere campañas destructivas y desmesuradas para el desprestigio de la SGAE.
- Los profesionales de la cultura deben darle cauce a una interpretación contemporánea de los derechos de autor, que conduzca a un equilibrio razonable entre la salvaguarda de los mencionados derechos y su aplicación en los distintos ámbitos de la producción y programación de la cultura, teniendo en cuenta además la existencia de corrientes igualmente razonables como son el copyleft, etc.
- La FEAGC igualmente debe velar por la circulación de la creatividad exenta de derechos por propio deseo del autor o por deseo de las colectividades que las retroalimentan, así como por las excepciones propias de la diversidad cultural que gestionamos en los diversos territorios, algunos en situación de gran precariedad y debilidad.