



CULTURA E POLÍTICAS CULTURAIS COMO MOTOR DE EMPREGO

Ana Campos Ladeiras
Xesús Lage

CULTURA E POLÍTICAS CULTURAIS COMO MOTOR DE EMPREGO

Editor.

Xoán F. Vázquez Mao

Editorial.

Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular

Comunicación e Publicacións.

Chus Torres

Autores.

Ana Campos Ladeiras – CNS Consultores

Xésus Lage – Universidade de Vigo

Imprime.

Tórculo Artes Gráficas, S.A.

ISBN. 978-989-97959-6-9

Portada.

- © Imaxe de Carine Camors; Fundación Cartier de París
- © World Cities Culture Fórum

Queremos agradecer expresamente a **“World Cities Culture Fórum”** a súa amabilidade ó cedermos a imaxe desta portada, orixinal que exhibese na Fundación Cartier de París, y que foi incluída na publicación **“World Cities Culture Report 2012”**. Igualmente manifestar o noso recoñecemento e gratitude á autora da fotografía, **Carine Camors**, por unha imaxen que nos permite ilustrar de maneira coherente o obxecto desta publicación.

We would like to express our gratitude to **“World Cities Culture Forum”** that kindly gave us the permission to use the image in this cover. Its original is exhibited in Paris Cartier Foundation and has been included in **“World Cities Culture Report 2012”** publication. We also would like to demonstrate our recognition and appreciation to the author of the photo, **Carine Camors**, for this image that allow us to illustrate coherently the purpose of this publication.

ÍNDICE

Resumo Executivo	1
1. Introducción	7
2. O proxecto IMAGINA ATLANTICA	10
3. Política europea de cultura	12
4. Políticas nacionais e rexionais de cultura	17
5. Políticas municipais de cultura	27
6. Territorios creativos: Cultura como motor de desenvolvemento local	
e rexional	49
7. Cultura, Economía e Emprego	54
8. Propostas de accións para un desenvolvemento local e rexional con base nas políticas culturais.....	62
I. Orientacións Estratexicas	62
II. Catálogo de Accións	65
III. Fontes de Financiamento.....	95
V. Limitacións	100
9. Recomendacións Finais	102
10. Bibliografía	107
11. Anexos	114

Resumo Executivo

A pesar de ser plenamente asimilada a importancia do coñecemento, da innovación e da tecnoloxía no acceso a un maior desenvolvemento dos factores de produción e do benestar social, a cultura é moitas veces menosprezada, especialmente, no papel que asume no desenvolvemento da creatividade (atributo fundamental para o posicionamento e diferenciación de rexións e produtos nun mercado global e competitivo).

O estudo "Cultura e Políticas Culturais como Motor de Emprego" pretende contribuír á discusión do papel da cultura nas estratexias locais de desenvolvemento, moi especialmente, no que se refire ao crecemento económico e á creación de emprego.

Ao longo da súa elaboración quedou patente a necesidade de achegar a cultura, as actividades culturais e os axentes culturais locais ao sector económico e á realidade socioeconómica de cada municipio.

Os datos e conclusións presentadas son resultado da realización de entrevistas abertas aos principais responsables da política e acción cultural de Galicia e do Norte de Portugal (onde se inclúen os municipios), da recollida de datos secundarios relativos á caracterización e funcionamento do sector cultural nas dúas rexións, e da análise de boas prácticas nacionais e internacionais.

Así, a partir desa información e análise puídose identificar áreas de actuación prioritarias, e desenvolver propostas de accións concretas destinadas ao estímulo e aumento do potencial do sector cultural, cara a súa contribución ao desenvolvemento local.

Cómpre referir que a estratexia presentada ten en consideración a aposta da Comisión Europea (renovada no próximo período de programación, no Programa Europa Creativa), que propón o apoio e a actuación a escala local na promoción dos sectores da cultura e da creatividade, a través dun conxunto de iniciativas políticas que deberán estar asociadas transversalmente ás políticas educativas, de comunicación e participación cidadá, ás políticas industriais, ás políticas económicas e de turismo, ás políticas de desenvolvemento urbano e rexional e de planificación territorial.

A Eurorexión Galicia-Norte de Portugal preséntase como unha Rexión propensa á concreción destes obxectivos ao caracterizarse por unha forte presenza de actividades culturais da máis diversa natureza, que aínda que pouco estruturadas, supoñen xa importantes contribucións na creación de emprego, fixación de poboación nas zonas do interior, e na mellora da calidade de vida dos seus cidadáns.

A nivel institucional, as competencias na definición e implementación das políticas culturais atópanse dispersas por varios organismos.

Na rexión Norte de Portugal correspóndelle á Dirección Rexional de Cultura do Norte a aplicación da política cultural do Goberno Portugués, presentando atribucións claramente orientadas á preservación e conservación do patrimonio; formalmente, a súa competencia para a promoción e desenvolvemento do sector creativo e dos negocios culturais é reducida. A Comisión de Coordinación e Desenvolvemento Rexional do Norte está a realizar algún traballo nesta última área, en especial, a través da promoción do desenvolvemento das industrias creativas. Saliantar, ademais, o papel da ADDICT –Axencia para o Desenvolvemento das Industrias Creativas para a Rexión Norte– que asumiu ser a plataforma para o desenvolvemento das iniciativas empresariais e da economía creativa.

Do lado galego, a Xunta está dotada de amplos poderes en materias relativas a educación e cultura, asumindo conxuntamente coas diputacións provinciais, o principal protagonismo da política cultural rexional polo volume de recursos, tanto económicos, como técnicos e legais que xestiona; sendo notoria a reorientación da política cultural rexional dende a posta en valor dos símbolos e contidos culturais que institucionalizaron os trazos distintivos da cultura galega, hacia unha orientación que responda aos novos consumos do turismo cultural e á promoción das industrias culturais, en busca de novas dimensións económicas da cultura, nun momento de forte crecemento dos fluxos da cultura global.

Ambas realidades veñen converxer na delegación de competencias (formal e/ou informal), e no liderado dos municipios no ámbito cultural, transformándoos en xestores de equipamentos, mecenas (que apoian financeira e loxística os axentes culturais locais), e responsables da oferta cultural e de entretemento facilitada á comunidade local.

Non obstante, facer rendible o investimento municipal e/ou rexional en cultura significa non só garantir audiencias relevantes para as actividades culturais (de residentes e turistas), senón tamén fomentar a existencia dun sector privado forte e interesado no financiamento da cultura e na promoción do mercado de produtos e servizos creativos, para custear infraestruturas culturais e procesos de distribución, xestión, e produción destes bens e servizos.

Significa, tamén, garantir unha xestión cultural compartida, transparente e eficiente, baseada na mellor utilización posible dos recursos culturais existentes, e no aproveitamento do seu potencial de creación de empresas e de emprego na Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal.

O presente estudo proxecta a vocación da cultura como elemento estratéxico na consecución dun crecemento intelixente, sostible e inclusivo, a través da identificación de accións que vinculen "holisticamente" a política cultural dos 34 concellos que forman o Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular, con outras áreas da súa competencia, (destacándose a educación, o turismo, a economía, a planificación e ordenación urbanística), promovendo a cooperación, o intercambio de experiencias, e a realización conxunta de actividades.

As áreas de actuación identificadas como prioritarias pretenden **capacitar** aos concellos na utilización da cultura como elemento económico clave, con base nos recursos xa existentes, a través da **formación** e cualificación dos recursos humanos, a través do desenvolvemento de redes de **cooperación** da máis diversa natureza, **transformando** as cidades e vilas en territorios creativos, e apostando pola correcta **comunicación** deste posicionamento e estratexia.

Aínda que definidas dunha forma xenérica e moitas veces complementaria entre elas, as accións constantes do estudo "Cultura e Políticas Culturais como Motor de Emprego" buscan asegurar a especificidade e autenticidade identitaria de cada cidade ou vila, sen descoidar a necesidade de establecer formas de cooperación, que aseguren a posta en común e discusión de estratexias e metodoloxías.

Transversalmente ás mesmas debe ser conseguida:

- a **redución da falta de comunicación** entre os órganos decisores e os seus subordinados, así como entre as unidades orgánicas responsables da posta en marcha da política cultural municipal, e as unidades responsables de áreas que lle son conexas (especialmente, o turismo ea planificación urbanística);
- unha maior **especialización dos recursos humanos municipais** que desempeñan funcións en equipamentos culturais (no eido da xestión económica e financeira dos recursos ao seu cargo, ou no campo da oferta, nunha atención máis profesional e personalizada);
- unha mellor **comunicación da relevancia económica e social** do investimento municipal realizado en cultura, así como unha maior concienciación do valor económico das actividades dos axentes culturais locais.

O **seguemento e avaliación** da actividade cultural municipal é outra elemento esencial para a súa sustentabilidade, ben polo que se refire ao coñecemento dos públicos existente en cada un dos subsectores, ben polo que respecta ao cumprimento –ou necesidade de revisión– dos obxectivos definidos no ámbito da estratexia de desenvolvemento cultural local/regional.

PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS:

1. As cidades compiten entre si en termos de notoriedade e na conquista de poboación e masa crítica; a oferta cultural é un importante factor de diferenciación e posicionamento no eido do marketing territorial.
2. É estratéxico atopar espazos de relación entre os municipios co fin de xerar sinerxías de cooperación no ámbito dos servizos públicos de cultura. Espazos de encontro entre responsables, políticos, e técnicos de cultura municipais, para a posta en común de información e experiencias que permitan identificar puntos comúns que contribúan ao establecemento de obxectivos, tamén eles comúns, a través dos cales se consolide unha planificación estratéxica e unha axenda Eurorrexional no ámbito da cultura.
3. É importante reforzar a coordinación entre os diversos niveis institucionais con responsabilidades na planificación e oferta das programacións culturais para evitar superposicións, duplicacións e o reparto de audiencias, contribuíndo así a existencia da concorrencia inter-institucional.
4. A maioría dos municipios da Eurorrexión non teñen definida a súa política cultural (non posúen estratexias culturais de medio ou longo prazo), e descoñecen as vantaxes que poderían obter coa estruturación do investimento e da oferta culturais, nomeadamente, na orde da innovación, do emprendemento e da cooperación.
5. É fundamental abordar o desenvolvemento do sector cultural local de forma integrada, especialmente, identificando inherencias e complementaridades co planeamento do territorio, e comprendendo a súa contribución á cohesión social.
6. Maximizar o potencial económico e de emprego da cultura pasa por identificar as oportunidades que se poidan xerar pola súa implantación en equipos e lugares concretos. Son exemplos, a súa capacidade de dinamización dos centros históricos, ou a posibilidade de garantir usos e a conservación de equipamentos colectivos ou espazos libres (ben nas cidades ou en núcleos rurais).
7. O éxito do desenvolvemento do sector cultural local depende da eliminación da estanquidade dos fluxos de información e cooperación entre diversas unidades orgánicas municipais, e da creación dunha narrativa común aos distintos niveis de intervención na política cultural, co fin de potenciar a colaboración intramunicipal, intermunicipal e Eurorrexional.

8. Do mesmo modo, subliñase a importancia da coordinación institucional para o establecemento de políticas de cooperación de maneira que, en cada concello, é indispensable implicar aos agentes culturais locais na definición dos obxectivos a que responde a política cultural.
9. O éxito do desenvolvemento do sector cultural local e rexional depende da capacidade de participación e pro-actividade de todos os axentes culturais (incluíndo a propia poboación), na programación e no desenvolvemento das accións culturais.
10. A combinación da actividade cultural coa actividade económica, en especial, coas actividades tradicionais e as relacionadas cos produtos locais, potencian a identidade local, afondan no sentimento de pertenza da poboación, e confiren capacidade competitiva pola diferenciación dos produtos e servizos de base local.
11. A comunicación e a transparencia resultan fundamentais para o coñecemento dos esforzos públicos e privados en prol da cultura ben para difundir actuacións e actividades, como para difundir obxectivos, motivacións e, ata, o alcance da política cultural.
12. Asíumese como prioritario non só que os axentes culturais teñan acceso á actividade económica, senón primordialmente, que os axentes económicos poidan "gozar" dos recursos culturais para potenciar a súa actividade. Son exemplos destas interaccións, a integración de axentes culturais en formacións de emprendemento para emprendedores, ou a utilización de espazos museolóxicos para divulgación e venda de produtos locais.
13. A pesar de ser detentora dunha oferta formativa significativa e de calidade, ao nivel da cultura e das industrias culturais e creativas, a Eurorrexión non demostrou ser capaz de reter os profesionais que cualifica, deixando por esta vía de reter o valor engadido que os mesmo haberían xerar no momento da súa entrada no mercado de traballo.
14. Do lado oposto, atópase o nivel de cualificación dos recursos humanos (en especial, os municipais), responsables da xestión dos equipamentos culturais. Estes activos carecen de formación a nivel de xestión propiamente dita, sen ela é difícil que sexán capaces de garantir a eficiencia do uso dos recursos culturais dos que son responsables, así como garantir a maximización do seu valor económico e do seu valor social. Carecen, tamén, en moitos casos, dos coñecementos necesarios para a xestión e promoción da participación dos diferentes axentes culturais locais na súa actividade.
15. O desenvolvemento das industrias culturais e creativas na Rexión Norte de Portugal debe ser analizado como unha boa práctica a adoptar por Galicia, sobre todo, ao nivel do desenvolvemento de incubadoras para este tipo de empresas, como forma de potenciar a innovación, o emprendemento, e a creación de postos de traballo. Ambas zonas deben

estructurar esta tipoloxía de oferta e apostar pola internacionalización dos respectivos produtos.

16. A capacidade da Eurorrexión para crear emprego no ámbito da cultura depende, en primeira instancia, da capacidade de sumar sinerxías. O Eixo Atlántico debe asumir, tamén neste ámbito, un papel catalizador e agregador do vontade e aspiracións dos seus asociados.

Introdución 1

Na últimas décadas do século XX os analistas sociais teñen advertido de que o valor dos signos e os atributos culturais son inseparables do valor de uso dos obxectos, que consumimos signos antes que obxectos ¹. Este desprazamento da produción de obxectos materiais por bens culturais é característico das novas sociedades postindustriais ², proceso que se ve acelerado pola circulación globalizada³ e o emprego das tecnoloxías da información e a comunicación⁴. Trátase dunha espiral “en rápida mutación, catalizada pola transición dixital e pola globalización” xeradora da alteración das cadeas de valor e do comportamento e expectativas dos consumidores⁵.

Así e todo, a pesar de termos asimilado a importancia do coñecemento, da innovación e a tecnoloxía para acadar maior desenvolvemento dos factores de produción e de benestar social, esquécese con frecuencia a importancia da cultura, e en especial, o seu papel crucial no desenvolvemento da creatividade.

Se ben á creatividade pódesele atribuír moitos significados, na actualidade non se lle pode discutir o súa relevancia económica pola súa capacidade de xeración de ideas, de xestionalas e implementalas, para crear valores engadidos a mera funcionalidade dos produtos e servizos.

Por esta razón, a cultura e a creatividade teñen sido incluídas na conceptualización e concreción das políticas públicas. En 2010, as conclusións do Consello da Unión Europea do 10 de maio (2010/C 135/05), definen que a vinculación entre cultura, creatividade e innovación, contribúe ao progreso social e económico; recoñécese que é esencial consolidar a contribución da cultura a estratexia Europa 2020 para o crecemento intelixente, sostible e integrador; e establecía cinco ámbitos prioritarios de actuación para a Unión Europea, na integración da cultura nas políticas de desenvolvemento local e rexional.

¹ Baudrillard (1972).

² Touraine (1993).

³ Urry & Lash (1996).

⁴ Castells (1997).

⁵ Comisión Europea (2012 b)), p. 4.

En 2011, a Comisión Europea fixo unha proposta de Regulamento ao Parlamento Europeo e do Consello polo que establece o Programa Europa Creativa⁶, de apoio aos sectores cultural e creativo europeos para o marco financeiro plurianual 2014-2020.

E xa en 2012, a Comisión Europea presentou unha estratexia que propón actuar a escala nacional, rexional e local, na promoción dos sectores da cultura e a creación por medio dunha serie de iniciativas políticas, que entende deberán estar vinculadas transversalmente ás políticas educativas, industriais, económicas, de turismo, desenvolvemento urbano, rexional, e de planificación territorial⁷.

É neste contexto no que podemos caracterizar a Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal como unha Rexión propensa á concreción das iniciativas antes presentadas, por estar caracterizada por unha forte presenza de actividades culturais da máis diversa natureza que, aínda que pouco estruturada (na maior parte dos casos), constitúen importantes contribucións á creación de emprego, fixación da poboación das rexións do interior, e mellora da calidade de vida da súa cidadanía.

Importa, por conseguinte, estruturar esta oferta de forma que se asuma tamén como actividade económica, explicitar as súas relacións con outros sectores sociais, nos que inflúe pola vía da innovación⁸, desenvolvendo e potenciando o investimento nela realizado para garantir un maior retorno hacia as poboacións⁹.

Rendabilizar o investimento municipal e/ou rexional en cultura debe significar garantir audiencias relevantes para as actividades culturais (de residentes e turistas), así como fomentar a existencia de un sector privado forte e comprometido no financiamento da cultura e na promoción do mercado de produtos e servizos creativos, para costear as infraestruturas culturais, e os procesos de distribución, xestión e produción deses bens e servizos.

Ademáis, debe significar a existencia de unha mellor xestión cultural que, non podendo ser “lucrativa” en todas as súas accións, deberá garantir sempre a mellor utilización posible dos recursos culturais existentes, e aproveitar o potencial de creación de emprego na Eurorrexión Galiza-Norte de Portugal¹⁰.

Analizadas as políticas europeas, nacionais e rexionais de cultura, e tendo en consideración que “o estudo das actividades creativas na economía [é] un exercicio relativamente recente e o collecemento científico producido non [está] consolidado e consensuado”¹¹, foi posible definir a

⁶ COM (2011) 785 final.

⁷ COM (2012) 537 final.

⁸ Comisión Europea (2012 b)).

⁹ De acordo coa Comisión Europea (2012 b)) investimentos en Cultura como, por exemplo, as Cidades Europeas da Cultura poden inducir retornos superiores a dez euros por euro investido.

¹⁰ AECT (n.d.), p. 183.

¹¹ CCDR-N (2008), p. 21.

Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal como un territorio potencialmente creativo, onde a cultura pode constituir un efectivo motor de desenvolvemento local e rexional, para o que se elaborou un catálogo de accións cuxa implementación por parte dos municipios asociados do Eixo Atlántico, deberá contribuir a transformar o seu sector cultural nun sector produtivo e sostible.

Inclúense, tamén, accións conxuntas e cooperativas (algunhas delas proponse sexan lideradas polo Eixo Atlántico, en tanto rede de cidades) procurando non só o aproveitamento de eventuais economías de escala, se non, por riba de todo, como forma de implementar as prioridades estratéxicas da Unión Europea –“Coordenación política, sincronización de orzamentos e compromisos compartidos”¹²– sendo concellos e rexións responsables de “deseñar e implementar respostas políticas (...) aos desafíos de Europa”¹³.

¹² Comité das Rexións (n.d.), p. 17.

¹³ Ibid., p. 21.

O proxecto IMAGINA ATLANTICA **2**

O proxecto IMAGINA ATLANTICA é un proxecto europeo aprobado no ámbito do programa de cooperación transnacional INTERREG IV B Espacio Atlántico, financiado por el Fondo Europeo de Desenvolvemento Regional (FEDER) que ten como socios:

- *Á Comunidade da Aglomeración da Gran Angoulême*, entidade pública de cooperación intermunicipal, constituída por 16 municipios, con intervención en múltiples ámbitos estratéxicos da economía, do medio ambiente, do territorio, do transporte, e das políticas sociais. É o xefe de fila do proxecto, contando con un importante polo de indústrias da imaxen e unha notábel tradición nas industrias culturais relacionadas coa banda deseñada e o cinema;
- *O Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular*, asociación de 34 municipios de Galicia e do Norte de Portugal, con unha vasta experiencia no fortalecemento da cohesión e estruturación do sistema de agrupamentos urbanos transfronteirizos;
- *A Deputación Provincial de Ourense*, entidade pública local con importante actividade na promoción e xestión cultural, tanto na cidade de Ourense, como nos municipios que forman parte da provincia;
- *A Dirección Xeral de Xuventude e Voluntariado*, da Consellería de Traballo e Benestar da Xunta de Galicia, organo da Administración Pública Autonómica de Galicia, responsable da xestión e implementación de programas e actividades dirixidas á xuventude;
- *A Fundación da Xuventude*, entidade privada de dereito público, constituída por 21 institucións públicas e privadas de Portugal, con sede en Porto, co obxecto de realizar e apoiar iniciativas que promovan a integración da xuventude no ámbito laboral e profesional;
- *Technium CAST* (Centre for Advanced Software Technology, Limited), filial da Universidade de Bangor para o apoio a empresas, emprendedores e proxectos que empregan tecnoloxías da imaxe, multimedia, e o software das tecnoloxías da información e a comunicación; ten financiamento mixto, público-privado, e colabora con múltiples empresas e organismos públicos do País de Gales.

O principal obxecto de IMAGINA ATLANTICA é a creación dun cluster atlántico das tecnoloxías da imaxe que sirva para poñer en valor o patrimonio e a identidade das rexións atlánticas europeas. No transcurso do Proxecto (2010-2013), estase a incubar unha Axencia de Promoción das empresas, profesionais, creadores e festivais no ámbito do audiovisual e multimedia, se ben, e como estaba previsto na proposta do proxecto, teñense acometido as seguintes actividades:

- O estudo dos recursos existentes no ámbito do audiovisual;
- O intercambio de estudantes e xovenes profesionais;
- A produción de aplicacións multimedia que poñan en valor o patrimonio;
- A elaboración dun documento estratéxico –Territorios Creativos– que permitirá identificar oportunidades, no eido das industrias culturais e creativas, nos territorios xeográficos dos socios do proxecto;
- A creación dun cluster da imaxe a escala internacional.

O cluster atlántico da imaxe (particularmente ligado à ilustración gráfica, ao cine de animación e às tecnoloxías interactivas da imaxe) contará coa participación de empresas, autoridades locais, centros de investigación e centros de formación mobilizados polos socios do proxecto, nas respectivas áreas xeográficas de influencia.

O proxecto pon unha especial énfase na inclusión e participación dos mozos no *cluster*, atento ao seu potencial emprendedor e creativo e ao seu interese polas novas tecnoloxías, entendéndose que estas competencias deben ser potenciadas no contexto das economías locais e rexionais e na creación de novos postos de traballo.

Trátase dun proxecto de cooperación territorial asentado no desenvolvemento de sinerxias ao nivel do potencial creativo de cada unha das rexións, que estimule a creación “dunha eurorexión das industrias creativas do multimedia e da imaxe”, formalmente representada pola xa mencionada axencia europea de promoción e valorización das tecnoloxías da imaxe.

3

Política europea de cultura

Ata datas recentes, a Política Cultural da Unión Europea era algo practicamente inexistente, competencia exclusiva dos Estados membro. As primeiras medidas da UE neste campo, nos anos 80, foron medidas de carácter subsidiario, que complementaban ou coordinaban actuacións dos Estados.

O tratado de Maastricht (1991) comeza a concebir a pertinencia de que a construción europea alcance tamén a cultura, se ben as accións culturais continuaron a manter o seu carácter subsidiario.

Alén do interese pola democratización da cultura, da atención ao patrimonio, e da súa contribución á cohesión social, nun comunicado da Comisión Europea de 20 de novembro de 1996 (“Política de cohesión e cultura. Unha contribución ao emprego”), advertíase que:

“ .. a cultura pode aportar unha contribución significativa ao emprego. Os produtos e industrias culturais ofrecen posibilidades de creación de emprego que van máis aló dos efectos de medidas “máis clásicas” como a valoración do patrimonio cultural. A cultura non é só unha ocupación pública xeradora de gastos suplementarios; tamén forma parte cada vez máis da economía privada, onde dispón dun forte potencial de crecemento, portador de elementos de creatividade, innovación e produción de beneficios para as economías rexionais e locais... ”¹⁴

A falta de datos estatísticos sobre o emprego no sector cultural, nese documento dase conta dunha serie de experiencias das que se deriba a conveniencia dunha utilización e inclusión da cultura nas estratexias para “reforzar e diversificar o potencial do desenvolvemento local e rexional”, e aumentar “a sinerxia entre o apoio á cultura, no marco dos Fondos estruturais e outros programas”.

En 1998, no primeiro Programa Marco da Comunidade Europea a Favor da Cultura (2000-2004) presentase un novo enfoque da acción cultural da Unión Europea, asentada en dous eixos principais:

¹⁴ COM (1996) 512 final, p. 2.

1. A racionalización e a coherencia das accións comunitarias en favor da cooperación cultural nun único instrumento de financiación e de programación. 2. Unha integración explícita da cultura nas accións e políticas comunitarias...¹⁵

Neste primeiro programa, denominado «Cultura 2000», está presente unha constante referencia ao potencial das actividades culturais como actividades xeradoras de emprego.

Co cambio de século a UE vai comezar a dispor de datos estatísticos e informes especializados sobre a chamada economía da cultura, do emprego, e do número e volume de actividade das industrias culturais e creativas¹⁶, esforzo promovido pola Axenda da Cultura Europea¹⁷ e que culmina, en 2010, coa publicación do *Libro Verde. Liberar o potencial das industrias culturais e creativas*¹⁸.

No *Libro Verde* fálase de que existe “un gran potencial sen explotar nas industrias culturais e creativas para crear crecemento e emprego”¹⁹. Atribúeselle a estas industrias capacidade de “relevo” doutros sectores de actividade económica na procura dun crecemento intelixente, sostible e inclusivo, as tres prioridades da estratexia Europa 2020, definida pola Comisión Europea en marzo dese mesmo ano²⁰, Prioridades para as que a estratexia delimita cinco obxectivos, sendo a primeira delas, a necesidade de acadar maiores niveis de emprego.

Neste documento subliñase tamén, a contribución das Industrias Culturais e Creativas (ICC) no fornecemento das economías locais e rexionais,

“...na promoción do patrimonio cultural para un uso empresarial; o desenvolvemento de infraestruturas e servizos culturais para apoiar o turismo sostible; a creación de agrupacións de empresas locais e as asociacións entre as ICC e a industria, a investigación, o ensino e outros sectores; a creación de laboratorios innovadores; o desenvolvemento de estratexias transfronterizas integradas para xestionar os recursos naturais e culturais e revitalizar as economías locais; e o desenvolvemento urbán sostible.”²¹

Advírtese que a pesar de que certas investigacións académicas sinalan unha relación causal entre as grandes zonas urbanas e as Industrias Culturais e Creativas, “non existe ningunha conexión

¹⁵ COM (1998) 266, p. 5.

¹⁶ A Comisión Europea (EUROESTAT) no Programa quinquenal 1998-2002 incluíu a elaboración de estatísticas culturais comunitarias comparables co obxectivo de definir, controlar e avaliar as intervencións no ámbito da cultura. Entre os estudos contratados pola Comisión Europea (Dirección Xeral de Educación e Cultura) son especialmente relevantes os realizados pola consultora KEA en 2006, *A Economía da Cultura en Europa*, e en 2009, *O impacto da cultura na creatividade*.

¹⁷ COM (2007) 242.

¹⁸ Comisión Europea (2010), p. 183.

¹⁹ Comisión Europea (2010), p. 2.

²⁰ COM (2010) 2020. No Libro Verde cítase, tamén, o traballo dos servizos da Comisión, *Desafíos para a axuda da UE aos servizos de innovación. Fomento de novos mercados e postos de traballo a través da innovación*, SEC (2009) 1195, documento no que se recoñecen ás industrias culturais e creativas como sectores de crecemento.

²¹ Comisión Europea (2010), p. 15.

directa entre las ICC e o tamaño do mercado laboral ou a poboación”²², como demostra a diversidade da distribución rexional dos sistemas industriais e de innovación na UE²³.

No *Libro Verde* avógase abertamente pola definición dunha estratexia de desenvolvemento integrada, tanto nos diferentes niveis territoriais, como nas políticas públicas, coa participación de empresas, traballadores e asociacións.

Estas recomendacións do *Libro Verde* están presentes na reunión do Consello da Unión Europea do 10 de maio de 2010 sobre a contribución da cultura ao desenvolvemento rexional e local (2010/C 135/05). Neste Consello invítase aos Estados membros e a Comisión a adoptar toda unha batería de medidas para concretar a institución de cinco ámbitos prioritarios:

- A integración da cultura nas políticas de desenvolvemento local e rexional;
- O fomento a escala rexional e local dun contexto favorable para as industrias culturais e creativas, especialmente as pequenas e medianas empresas;
- Afondar na contribución da cultura ao turismo sostible;
- Promoción da creatividade na educación e a formación, no desenvolvemento de novas capacidades na mellora do capital humano e o fomento da cohesión social;
- O reforzo da cooperación cultural transfronteiriza, transnacional e interrexional.

O Consello da Unión Europea e os representantes dos Gobernos dos Estados membros conviñeron en adoptar, a finais de 2010, o plano de traballo en materia de cultura 2011-2014 que se atopa vixente (DO C325/1 de 2.12.2010). Nel márcanse seis prioridades vinculadas cos obxectivos estratéxicos definidos na *Axenda Europea para a Cultura* ²⁴ e o desenvolvemento das prioridades da estratexia *Europa 2020*. As prioridades do plan de traballo son:

- a) Diversidade cultural, diálogo intercultural e cultura acesible e integradora;
- b) Industrias culturais e creativas;
- c) Competencias e mobilidade;
- d) Patrimonio cultural, incluída a mobilidade das coleccións;
- e) A cultura nas relacións exteriores;
- f) Estatísticas culturais.

En xuño de 2011, nas conclusións do Consello da UE sobre a contribución da cultura á aplicación da Estratexia Europa 2020 (DO C175/1 de 15.6.2011), invítase aos Estados membros e á Comisión a considerar o papel da cultura nas políticas, nos programas, e na financiación.

A Comisión asume ese compromiso cando o 29 de xuño de 2011, adopta a proposta de orzamentos para a *Estratexia Europa 2020*, o *Marco Financeiro Plurianual 2014-2020*, e decide un programa

²² Ibid.

²³ Power e Nielsén (2010).

²⁴ COM (2010) 390.

marco único, *Europa Creativa* que integre os programas en curso (Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus), incluíndo un novo instrumento financeiro para apoiar as pequenas e medianas empresas, e as organizacións dos sectores culturais e creativos.

En novembro de 2011, a Comisión da Unión Europea presentou a proposta de Regulamento do Parlamento Europeo e do Consello, polo que se establece o Programa *Europa Creativa*²⁵.

No momento da redacción deste traballo, o último documento de relevancia en relación coas políticas de cultura e emprego é o Comunicado da Comisión da UE ao Parlamento Europeo, o Consello, ao Comité Económico e Social Europeo e o Comité das Rexións, *Promover aos sectores da cultura e a creación para o crecemento e o emprego na UE*²⁶. Neste documento fálase do reducido recoñecemento aos sectores da cultura e da creación no desenvolvemento social e económico da Unión Europea, como xustificación da proposta presentada para “aproveitar mellor o potencial destes sectores na UE a fin de contribuír ao crecemento e ao emprego”²⁷.

De acordo coa Comisión Europea²⁸, os sectores culturais e creativos na Unión Europea representan o 4,5% do PIB e 8,5 millóns de empregos (nas áreas da arquitectura, dos arquivos e bibliotecas, da artesanía, do audiovisual —incluíndo o cine, a televisión, os xogos de vídeo e multimedia—, do patrimonio cultural, do deseño —incluíndo o deseño de moda—, dos festivais, da música, das artes escénicas e das artes plásticas, da edición e da radio²⁹), e preséntanse relativamente resistentes á actual recesión económica³⁰, destacando pola elevada porcentaxe de recursos humanos xóvenes se o comparamos co resto da economía europea³¹.

Desta forma a cultura é asumida pola Unión Europea como parte integrante da *Estratexia Europa 2020*, unha estratexia vocacional para a obtención dun crecemento intelixente, sustentable e inclusivo que pretende a recuperación e o crecemento económico de Europa, procura o crecemento do emprego, o desenvolvemento do I+D+i, o combate e adaptación ás alteracións climáticas (apostando polo desenvolvemento das enerxías renovables), o aumento da educación, a redución da pobreza, e da exclusión social.

A Comisión propón acometer aos “Estados membros, en todos os seus niveis territoriais e coa participación, cando proceda, de todas as partes interesadas públicas e privadas”, un amplo conxunto de iniciativas políticas. Pola súa parte, a Comisión comprométese a axustar os marcos normativos en relación cos Sectores Culturais e Creativos, e a negociar “co Parlamento Europeo propostas de instrumentos de financiación para o período 2014-2020”. E avógase tamén pola

²⁵ COM (2011) 785.

²⁶ COM (2012) 537.

²⁷ COM (2012) 537, p. 2.

²⁸ Comisión Europea (2012 a)).

²⁹ Comisión Europea (2012 b)).

³⁰ Comisión Europea (2012 a)).

³¹ Comisión Europea (2012 b)).

adopción dun “enfoque holístico” co que vincular as políticas de cultura, industria, economía, educación, turismo, ordenación do territorio, etc.

Recomenda, por outro lado, o establecemento de sociedades e o planeamento conxunto entre “estados membros, rexións, cidades, socios socioeconómicos e sociedade civil”³², recomendación extensible ás políticas e actividades culturais e corporativas, nos obxectivos do Programa Cultura (programa europeo de cofinanciamento de actividades culturais que pretende promover a mobilidade transnacional de persoas que traballen no sector cultural, fomentar a circulación de obras e produtos artísticos e culturais, e fomentar o dialogo intercultural).

O presente informe sobre *Cultura e Políticas Culturais como Motor de Emprego* insértase nesta vocación da cultura como elemento estratéxico na consecución dun crecemento intelixente, sustentable e inclusivo, na procura de identificación de accións que vinculen “holisticamente” a política cultural dos 34 concellos que forman parte do Eixo Atlántico Peninsular, con outras áreas da súa competencia: educación, turismo, economía, planificación e ordeación urbana..., fornecendo a un tempo a cooperación, o intercambio de experiencias, e a elaboración conxunta de actividades.

³² Comité das Rexións (n.d.), p. 17.

4

Políticas nacionais e rexionais de cultura

Como acontece coa maioría das políticas públicas, a Política Cultural en Portugal ten variado o seu rumbo estratéxico en función dos diferentes gobernos constitucionais e, até, en función dos diversos titulares da carteira de cultura (sexa ela Ministerio ou Secretaría de Estado). Con todo, é posible identificar algunhas prioridades que, transversalmente, desenvolveronse nos diferentes ciclos gobernativos³³.

A democratización da cultura (por vía do acceso “universal” aos bens e oportunidades culturais) e a xeneralización de consumos culturais ilustrados son exemplos dese compromiso do Estado para coa sociedade³⁴.

A Política Cultural Nacional, nas últimas décadas, priorizou o investimento en “redes de estruturación da vida cultural ao longo do territorio”³⁵ (isto é, a creación de infraestruturas culturais) pero esqueceu potenciar a capacidade de estimular a economía e o emprego por parte da acción cultural, ao non estar desenvolvidas orientacións estratéxicas dedicadas ao desenvolvemento do emprego cultural ou á creación de empresas culturais.

A cesión da xestión destas infraestruturas a fundacións (que asumen un papel de extrema relevancia no desenvolvemento cultural do país, especialmente, a Fundación Calouste Gulbenkian, a Fundación Serralves, ou a Fundación dos Descubrimentos —xestora do Centro Cultural de Belén—), e aos concellos, contribuíu, tamén, a un maior distanciamento entre Administración Central e a realidade económica inherente á actividade cultural.

En rigor, os principios de eficiencia económica, e comercial das “artes”, comezaron a ser introducidos nas políticas públicas de cultura a través da definición dos criterios de concesión de subvencións, baixo a perspectiva de maximización da eficiencia dos recursos públicos, e á procura da autosuficiencia das infraestruturas culturais³⁶, pero manténdose sempre unha forte dimensión do “mecenado” público como principal financiador da cultura en Portugal.

³³ Santos (2007)

³⁴ Centeno (2009), p. 2983.

³⁵ Centeno (2009), p. 2984.

³⁶ Henriques (2002), p. 75.

O programa do XIX Goberno Constitucional (Goberno en funcións na data de elaboración do presente documento), define a cultura como “factor de cohesión e identidade nacional”³⁷ e propón a liberación do “potencial das industrias creativas [e o apoio á] implantación do negocio dixital”³⁸.

Asume a existencia dunha vertente económica asociada ao sector cultural, ao identificar a necesidade de internacionalizar a cultura para promover “a ampliación de mercados do sector artístico”³⁹, expresándoo de forma inequívoca, no capítulo dedicado ás industrias creativas e definindo (entre outras) como principais liñas de actuación ⁴⁰:

- A promoción do desenvolvemento de proxectos plurianuais;
- O fomento da circulación interna da creación artística;
- A promoción da proximidade e articulación entre os creadores e as industrias, buscando potenciar o valor económico de proxectos e talentos;
- A divulgación internacional dos creadores portugueses en toda as esferas das artes;
- O apoio á creación de gabinetes empresariais orientados á xestión de entidades culturais independentes.

Destaca, finalmente, a mención expresa ao⁴¹:

- Apoio aos *clusters* empresariais na área tecnolóxica e ás industrias creativas;
- Desenvolvemento de unha estrutura de apoio ao “emprendemento tecnolóxico e creativo”.

A posta en marcha do programa de goberno na área cultural atópase, aínda, en fase embrionaria. A Secretaría de Estado de Cultura está a desenvolver estudos de caracterización do sector cultural e creativo en Portugal, diagnóstico esencial para a definición dunha estratexia de acción.

Resultase, de todos os xeitos, que a necesidade de promover a creación de emprego cultural non aparece reflectida no programa de goberno da Secretaría de Estado de Cultura. Só de forma indirecta teñense facilitados apoios á promoción desta tipoloxía de postos de traballo, en especial, a través das accións de “incentivo á creación artística e á difusión cultural, na cualificación do tecido cultural e na internacionalización da cultura portuguesa”⁴².

De feito, os programas INOV-ART e Rede de Residencias xurden como unha excepción ao escenario antes descrito, ao apoiar, no primeiro caso, “a profesionalización de xovens nos ámbitos culturais e

³⁷ Presidencia do Consello de Ministros (2011), p. 124.

³⁸ Ibid., p. 125.

³⁹ Ibid., p. 128.

⁴⁰ Ibid., p. 129 e seguintes.

⁴¹ Ibid., p. 133.

⁴² Ministerio de Cultura (2011) p. 21.

artísticos através dunha estapa profesional”⁴³ e, no segundo, “a realización de proxectos de carácter experimental e transdisciplinar”⁴⁴ sempre no contexto formativo que, con todo, non abrangue ámbitos tan fundamentais como a xestión, a xestión cultural, o emprendemento, ou o acceso ao mercado de traballo (en especial, a través das industrias creativas).

Importa, así mesmo, destacar —no contexto da política nacional de cultura— a acción da Dirección Xeral das Artes que ten ao seu cargo as políticas de apoio ás artes e que garante, como parte da súa misión:

“...o apoio a axentes culturais independentes, a promoción activa da internacionalización da arte e dos artistas portugueses, a divulgación de traballos de creadores e intérpretes através de publicacións en diversos soportes, o estímulo á innovación e á experimentación no campo das artes⁴⁵.”

Este organismo apoia e colabora con proxectos (algúns deles de carácter municipal) que teñan como obxectivo promover a creación de emprego eo desenvolvemento local/ rexional a través da cultura, como, por exemplo, a *Iniciativa Barrios Críticos*, onde a cultura asume un papel central en procesos de reinserción social e de recuperación de barrios degradados.

A nivel rexional, a Dirección Rexional de Cultura do Norte é a institución que ten como responsabilidade a aplicación da Política Cultural do Goberno da República. As súas atribucións están claramente orientadas á preservación e conservación do patrimonio⁴⁶, ao mesmo tempo que ao desenvolvemento de condicións para o seu aproveitamento, formalmente a súa competencia para a promoción e o desenvolvemento do sector creativo e dos negocios culturais é reducida (aínda que se asuma como un dos máis relevantes xestores culturais rexionais).

A súa actuación deberá recollerse, en breve, no *Libro Branco da Cultura* para as cinco rexións-plan (Norte, Centro, Lisboa e Val do Texo, Alentexo e Algarve), elaborado pola Secretaría de Estado de Cultura co obxectivo de axustar "a cantidade de equipamentos culturais dispoñibles e a súa sostibilidade"⁴⁷.

⁴³ Ibid., p. 42.

⁴⁴ Ministerio de Cultura (2011) p. 43.

⁴⁵ En www.dgartes.pt

⁴⁶ Artigo 9º do Decreto Lei n.º 126-A/2011, de 29 de Decembro.

⁴⁷ Presidencia do Consello de Ministros (2011), p. 128.

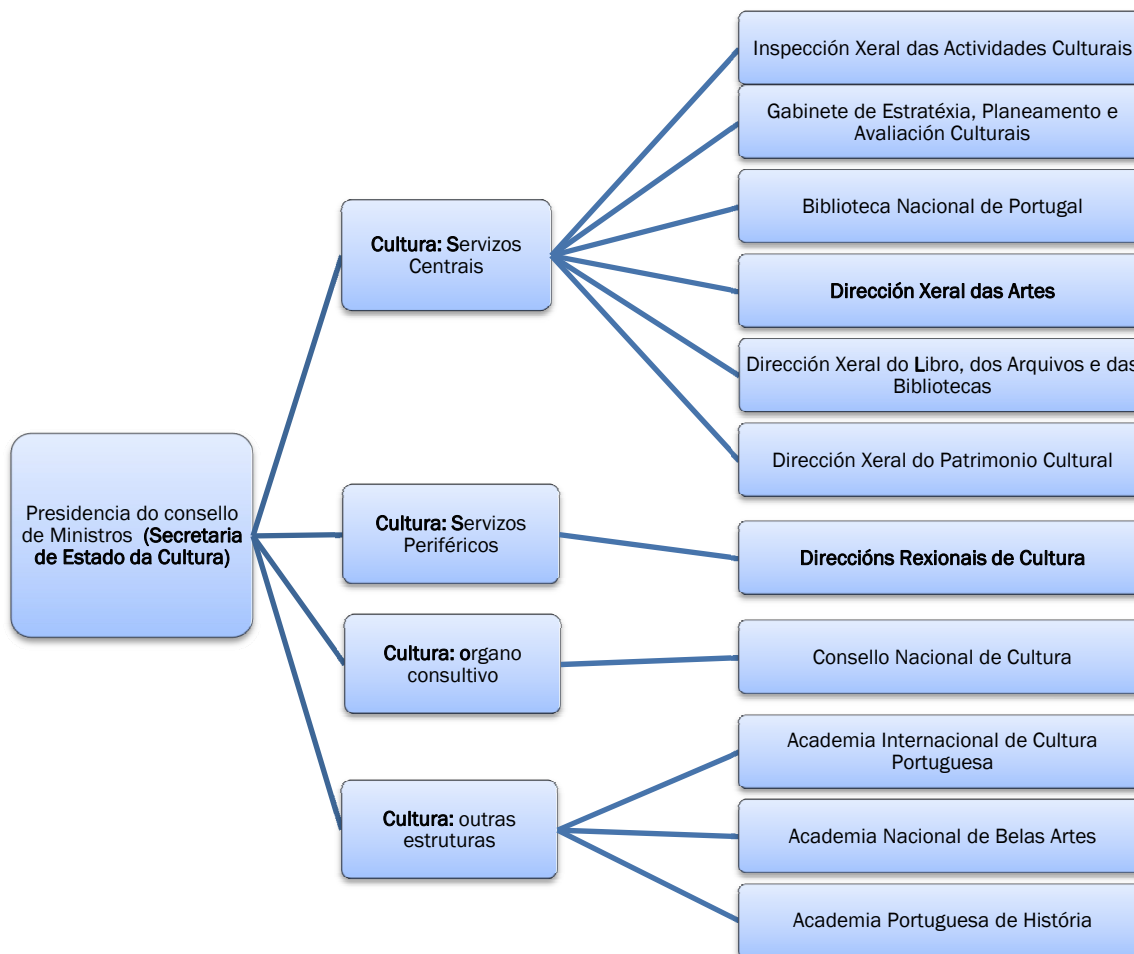


Figura 1 – Estrutura orgánica da Secretaria de Estado de Cultura

No nivel da política rexional de cultura, mencionar o papel que ten desempeñado a Comisión de Coordinación e Desenvolvemento Rexional do Norte, en especial, no desenvolvemento das indústrias creativas. Este organismo presentou en 2008, a *Axenda Rexional das Industrias Creativas* onde se define “un novo paradigma de desenvolvemento que aproxima a cultura á economía,

recoñecendo que a creatividade, o coñecemento, a innovación, e o acceso á información, son os motores do desenvolvemento no mundo global⁴⁸.

Na Axenda establececese como misión da Rexión, ao nivel das indústrias criativas, transformar o:

“...Norte na Rexión creativa de Portugal, pola concepción e implementación dun axeitado modelo de gobernanza que soporte o aumento da capacidade de emprendementos creativos, o crecemento dos negocios creativos, e atracción dos lugares creativos, de cara á mellora da masa crítica do capital creativo da rexión⁴⁹.”

Paradoxalmente, sendo este un documento de carácter rexional, a estratexia defendida céntrase na consolidación da Área Metropolitana de Porto como territorio creativo, ao ser asumida a importancia da difusión, polo restante territorio, "de incubadoras/niños de empresas" que integren e promovan os negocios creativos⁵⁰.

Ademáis, interesa mencionar o papel da ADDICT (Axencia para o Desenvolvemento das Industrias Creativas para a Rexión Norte), á que se recoñece como plataforma para o desenvolvemento do emprendemento e da economía creativa, a través do coñecemento, información, promoción e coordinación do sector das industrias creativas, e que lidera, actualmente, o desenvolvemento e consolidación do correspondente cluster rexional.

A súa proposta de acción para 2012-2013 baséase en tres eixes estratéxicos: a xente, a economía e os lugares, apostando polo desenvolvemento da creatividade individual, da creatividade empresarial e da creatividade urbana.

A figura seguinte resume as principais orientacións estratéxicas da política nacional portuguesa e da Rexión Norte de Portugal.

⁴⁸ CCDR-N (2008), p. 4.

⁴⁹ Ibid., p. 88.

⁵⁰ Ibid.

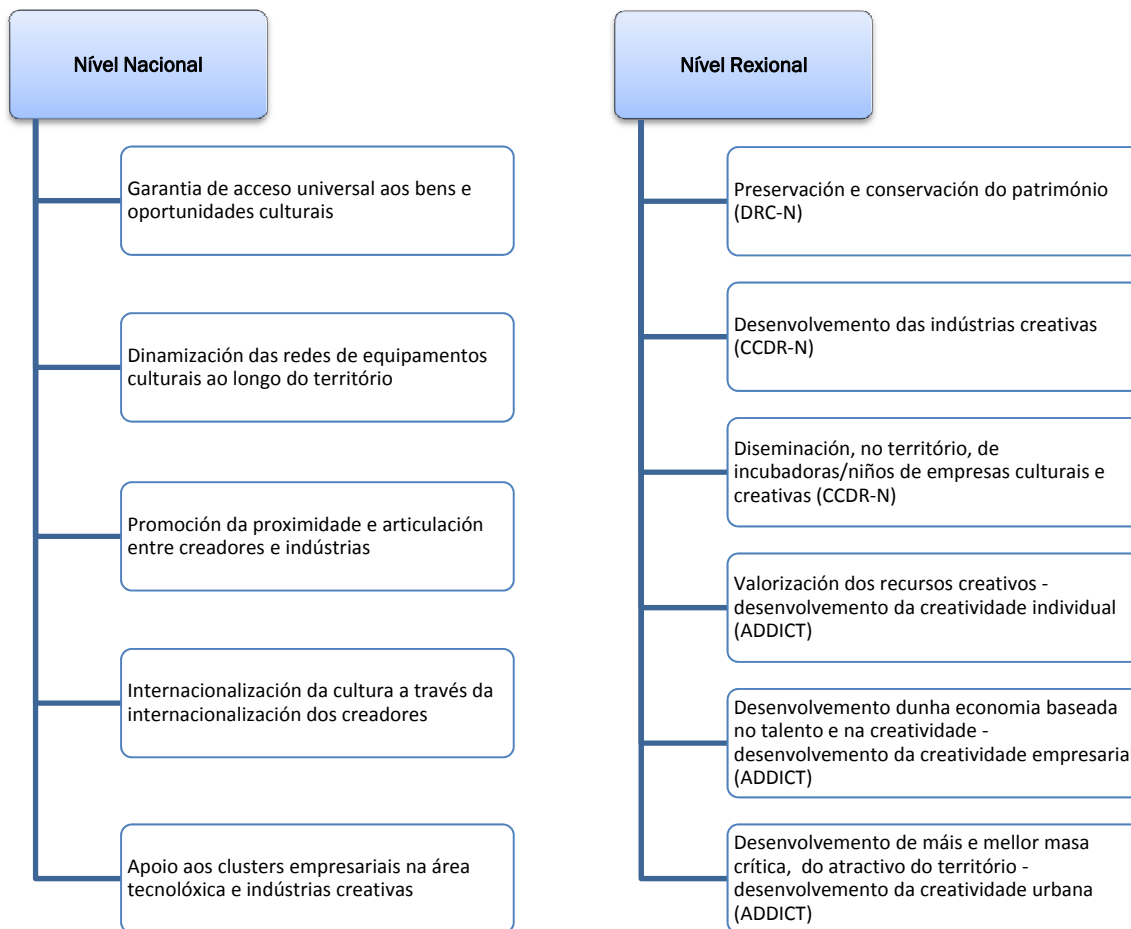


Figura 2 – Orientacións estratéxicas da Política Nacional e Rexional de Cultura para o Norte de Portugal (resumo)

En España a política cultural dende a Constitución de 1978 delimita un papel da Administración Pública do Estado como promotor dos servizos de difusión social da cultura, recoñecendo a pluralidade cultural e lingüística.

O Ministerio de Cultura, creado en 1977, farase cargo das competencias de patrimonio, bellas artes, e espectáculos (cine, teatro, música e danza), pero no proceso de descentralización política as competencias en cultura íranse transferindo ás Comunidades Autónomas (CCAA), alixerando a estrutura e as competencias do Goberno do Estado.

Nas políticas da Administración Central do Estado, pese as características que se van introducindo nas distintas lexislaturas, é recoñecible certa continuidade na estrutura organizativa do Ministerio e nas prioridades das políticas culturais. A descentralización das competencias culturais configurou un modelo concurrencial entre os distintos niveles da administración pública. A Administración Central reservase a protección dos bens culturais contra a espoliación, a potestade de elaboración normativa en relación cos dereitos de autor, e a supervisión das normas que atinxen a liberdade de expresión, a creación, a comunicación, e a regulación dos medios de comunicación. Ademais, é a titular de institucións culturais reseñables (museos, arquivos, bibliotecas), aínda que a súa administración poda ser delegada⁵¹.

Os principais obxectivos da Política Cultural da Administración Central en España segundo o informe do Real Instituto Elcano (2004) de *Política Cultural en España*, actualizado por Anna Villarroya (2011)⁵², foron:

- A conservación e a promoción do patrimonio cultural;
- A creatividade cultural, articulada en torno a normativa de protección intelectual e os dereitos de autor, as ensinanzas artísticas, e a promoción dos creadores;
- O acceso a cultura, a pesar das limitacións e lentitude de lograr públicos fora da cultura de masas, ou de lograr a participación cidadan na definición de contidos;
- A identidade española, especificamente a da imaxe exterior da cultura española. Internamente a identidade artículase en torno o recoñecemento da diversidade cultural e lingüística. A diversidade a partir da chegada da inmigración engadelle maior complexidade as cuestións identitarias.

No campo das actuacións, a concorrencia das políticas culturais da Administración Central do Estado con outros ámbitos sociais, especificamente, co desenvolvemento económico e o emprego é innegable. As actuacións na rehabilitación e conservación do patrimonio, reformas de cascos históricos, construción e acondicionamiento de equipamentos, a aparición de novas canais de radio e televisión, e o apoio ao cine, e en xeral, as producións audiovisuais, aos creadores artísticos, aos empregos nos servizos públicos de cultura, etc. foron un importante dinamizador económico e de emprego.

No que se refire as políticas culturais do Goberno Autónomo, o Estatuto de Autonomía de Galicia en 1981 establece no seu artigo 32 a “*defensa e promoción dos valores culturais do pobo galego*”. A partir de enton dótase a Comunidade Autónoma de amplios poderes en materias relacionadas coa educación e a cultura, converténdoo no principal actor da política cultural polo volume de recursos económicos, técnicos e legais que pasa a xestionar.

⁵¹ Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (2004) e Zallo (2011).

⁵² Villarroya (2011).

Nos anos 80, as dúas primeiras lexislaturas caracterízanse pola reconstrución da lexitimidade cultural e identitaria. As políticas culturais diríxense a recuperación do patrimonio tanxible e intanxible, o apoio a consolidación de institucións culturais, folclóricas é tradicionais, e a promoción lingüística. Comeza tamén a creación dunha rede de equipamentos, bibliotecas, museos, arquivos, centro dramático, instituto da imaxe, televisión e radio autonómica...

Nas catro seguintes lexislaturas de gobernos conservadores presididos por Manuel Fraga Iribarne (1990-2005), as política cultural van a ter unha forte vinculación coa promoción do Camiño de Santiago e dos anos Xacobeos (1993, 1999, 2004), co claro propósito de que o patrimonio cultural servise á proxección turística e o desenvolvemento económico.

En 1996, engadeselle á Consellería de Cultura a denominación de “Comunicación Social”, incorporándose o seu organigrama a Dirección Xeral de Medios de Comunicación Social e Audiovisual, inserindo na Consellería á Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG).

Neste período de catro lexislaturas é recolecible unha reorientación da política cultural autonómica, da posta en valor dos propios signos e contidos culturais que encheran de significado e institucionalízanse os trazos diferenciais da cultura galega, reorientación que respondera aos novos consumos do turismo cultural, e a promoción das industrias culturais, na procura de novas dimensións económicas da cultura, nun momento de forte acrecentamento dos fluxos da cultura global⁵³.

Os orzamentos orgánicos de cultura comezaran unha importante escalada como resultado da progresiva incorporación de sociedades públicas a Consellería:

- en 1997 a CRTVG, Turgalicia (Sociedad de Imaxen Promoción Turística de Galicia S.A.), e a Sociedad Anónima de Xestión do Plan Xacobeo;
- en 1999 da Sociedade de Redes de Telecomunicacións Galegas (RETEGAL, S.A. empresa pública para a xestión das infraestruturas e servizos de telecomunicación institucionais na Comunidade Autónoma);
- en 2001 a Fundación Publica Cidade da Cultura de Galicia.

En 2005, iníciase unha nova etapa na Política Cultural. Deixam de adscribirse á Consellería as sociedades públicas da CRTVG, Turgalicia, a S.A. de Xestión do Plan Xacobeo, e RETEGAL, manténdose na estrutura, só a Fundación Publica Cidade da Cultura de Galicia e o Instituto Galego das Artes Escénicas e Musicais (IGAEM).

Nesta lexislatura, apóstase por reforzar a identidade cultural, a normalización lingüística, a creación de contidos, e o apoio á consolidación do tecido das industrias culturais. Dous exemplos do intento

⁵³ Observatorio da Cultura Galego (2007) pp. 30-37.

de planificar e deseñar unha novidosa estratexia cultural foron a creación da Axencia Audiovisual Galega (“*unidade administrativa*” de apoio e fortalecemento da creación audiovisual “con identidade de seu e fortaleza suficiente para situarse nun mundo globalizado”⁵⁴, un organismo que potenciou dun xeito notable a novos creadores e a divulgación do audiovisual galego), e a Axencia Galega de Industrias Culturais (AGADIC, que substituirá o IGAEM, e cuio obxecto é o “impulso e a consolidación do tecido empresarial no sector cultural galego, cooperando na achega de factores produtivos, no fomento da oferta de bens e servizos e na asignación de ingresos suficientes e estables”⁵⁵).

En 2009, na oitava lexislatura o Goberno volverá a máns do Partido Popular nun contexto de pronunciada recesión económica, que limitará progresivamente os investimentos a disposición da Consellería. Vólverase a retomar as competencias en Turismo. Máis, en xaneiro de 2012, a Secretaría Xeral para o Turismo integrase a Consellería de Presidencia, a Consellería pasa a denominarse de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria.

Esta lexislatura marca unha ruptura coa Política Cultural da anterior, en parte, debido ás medidas de austeridade orzamentaria que reducen, significativamente, a súa capacidade de realizar investimentos. Extínguese a Axencia Audiovisual Galega, máis mantense AGADIC, e parece distinguirse certa incapacidade para garantir o apoio o sector das industrias culturais, que non é quen de prescindir, das agora, parcas axudas públicas.

As prioridades culturais nesta lexislatura concentráranse, inicialmente, na promoción do Xacobeo de 2010, para posteriormente impulsar a posta en funcionamento da Cidade da Cultura e a súa divulgación como equipamento estrela. Hai tamén unha aposta por fomentar as industrias culturais, e proxectar as producións culturais no exterior; e no traballo cara o patrimonio cultural o impulso ao sistema galego de bibliotecas.

⁵⁴ Páxina de presentación da Axencia Audiovisual Galega.

⁵⁵ Lei 4/2008, do 23 de maio, de creación da Axencia Galega das Industrias Culturais, Artigo nº 3.- Obxecto e ámbito, DOGA, nº111 de 10 de xuño de 2008, p. 10.961.

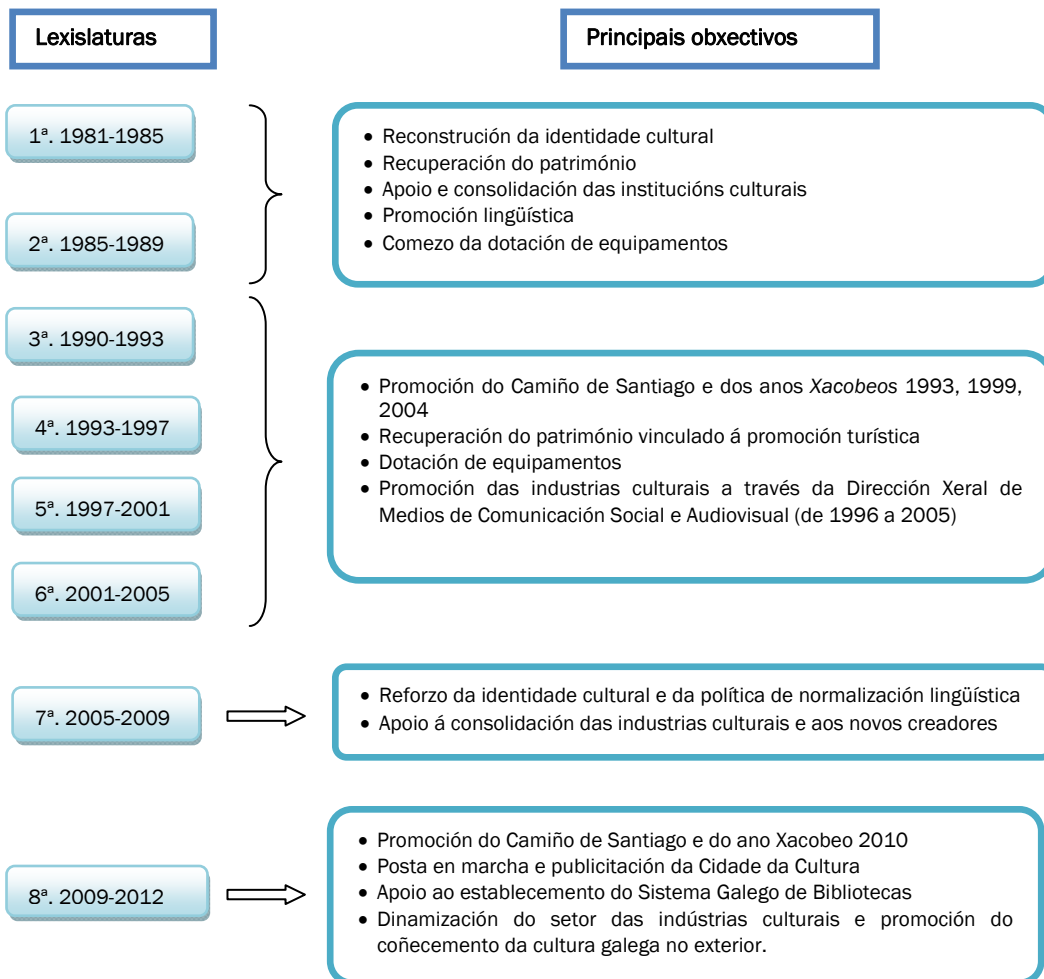


Figura 3 – Galicia: Políticas Culturais Autonómicas (resumo).

Como recolle a páxina web da actual Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, as súas funcións e competencias xenéricas en materia cultural, son:

- A promoción e difusión da cultura;
- A protección e promoción do patrimonio cultural de Galicia e da Cidade e dos Camiños de Santiago.

5

Políticas municipais de cultura

As opcións da Política Cultural do Goberno da República portuguesa condicionan as estratexias municipais nesa área; os concellos portugueses seguiron o exemplo governamental ao optar pola priorización da creación de infraestruturas culturais dunha forma aínda máis intensa que o propio Goberno Central (en 2007, o gasto cultural dos municipios duplicaba ao do Estado) que, en moitos casos, cofinancia estas mesmas infraestruturas.

Por norma xeral, os concellos son axentes executores (e non xeradores) da Política Cultural Pública, compartindo co Goberno Central os custos de investimento e, en moitos casos, a xestión dos equipamentos creados.

Esta repartición de responsabilidades veu a promover a progresiva relevancia da cultura nas políticas municipais, e dos bens e servizos culturais no conxunto da actividade municipal; neste contexto, é no que asumen crecente importancia, tamén, as empresas municipais creadas para garantir, tanto a xestión dos equipamentos municipais, como a posta en marcha da política local de cultural.

Así, no percorrer das últimas décadas os concellos portugueses teñen asumido o desenvolvemento de competencias no ámbito cultural transformándose en:

- Xestores de equipamentos,
- Mecenas (que apoiam financeira e loxísticamente os agentes culturais locais),
- Responsábeis da ofertar cultura e entretemento á comunidade local.

É de advertir que as cidades compiten entre si en canto a notoriedade e na conquista de poboación e masa crítica, sendo a oferta cultural un dos factores de diferenciación e posicionamento das mesmas. Sen embargo, a pesar da recoñecida competencia, a maior parte dos municipios portugueses non define a súa política cultural en función dos beneficios que pode chegar a conseguir nestes ámbitos, nin tan pouco son conscientes do papel que deben desempeñar con vistas á creación dun ambiente favorable á implantación e desenvolvemento dun sector cultural economicamente relevante, baseado na innovación, o emprendemento, e a cooperación.

Engádesse, ademais, a constatación dunha case inexistencia de políticas municipais de cultura establecidas formalmente, estruturadas a curto, medio, ou longo prazo, que inclúan medidas que permitan explorar o potencial creativo local, e que reforcen, ao tempo, a importancia da cultura na planificación do territorio, e a súa contribución á cohesión social.



Figura 4 - Orientacións estratéxicas da Política Municipal de Cultura en Portugal (resumo)

No caso do Norte de Portugal, verificase unha gran concentración de industrias creativas na Área Metropolitana de Porto, sendo non obstante, un fenómeno que se está gradualmente a estender ao resto da Rexión. Fóra da Área Metropolitana do Porto, Braga e Guimarães foron os territorios que máis aposta teñen efectuado no desenvolvemento do sector económico cultural, baseándose nas dimensións de escala asociada a estas cidades.

Nesta rexión, as cidades recoñecense como competidores entre si, e non desenvolven, de xeito alternativo, accións de colaboración a nivel cultural. De maneira xeral, apostouse pola creación de

incubadoras dedicadas ao desenvolvemento das industrias creativas de base local, contando co apoio do programa operativo ON2 que, entre 2011 e 2014, apoiará esta tipoloxía de investimentos, na rexión, con preto de 62 millóns de euros.

No cadro seguinte identifícanse as incubadoras de industrias creativas actualmente existentes (en funcionamento ou en fase de desenvolvemento do proxecto), en dez municipios, cinco dos caais forman parte do Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular.

Cidade	Incubadora de Industrias Creativas
Braga*	GeNeRation Lab (proyecto en desenvolvemento para rehabilitación das antigas instalacións da GNR)
Chaves*	Centro de Incubación de Industrias Creativas (proyecto en desenvolvemento para rehabilitación das antigas instalacións do maxisterio primario)
Matosinhos*	Incubadora de Empresas Creativas (proyecto en desenvolvemento para rehabilitación do mercado municipal)
Paredes	Fábrica do Deseño e da Inovación de Paredes – futura Incubadora de Deseño e Arqitetura de Paredes
Porto*	INSerralves (acolle proxectos nas áreas do <i>deseño</i> , vídeo, produción de contenidos, conservación e restauración, tecnoloxías da información, entre outras) UPTEC - Pólo de Industrias Creativas do Parque de Ciencia e Tecnoloxía da Universidade de Porto (integrado por empresas de cinema, vídeo e audiovisual, televisión e rádio, prensa, <i>deseño</i> , artes performativas e visuais, arquitectura, música, software educacional e de entretemento... simultaneamente búscase contribuir a rexeneración do centro urbano do Porto) Centro de Creatividade Dixital - ARTSpin (engloba negocios nas áreas da arte e o <i>deseño</i> , comunicación, tecnoloxías creativas e audiovisual) Centro de Apoio á Cultura e Creatividade en Ambiente Urbano – Estaleiro (mercado de creadores en áreas como a artesanía e a moda, conservación e restauración, comunicación e audiovisual) Árbore XXI (espacio da cooperativa Árbore destinado a atraer e formar máis creadores, captar máis traballo para artistas e apoiar o emprendedorismo no sector das industrias creativas)
São João da Madeira	Olive Creative Factory (acolle empresas e proxectos nos dominios do <i>deseño</i> , <i>deseño</i> de moda, TIC, artes representativas, artes visuais, antigüidades, artesanía e xoiería)
Santa Maria da Feira	Centro de Creación de Teatro e Artes de Rúa (creación e produción artística para o espazo público na vertente representativa e multidisciplinar. Ofrece a xóvenes creadores condicións de concretar os seus proxectos creativos)
Santo Tirso	IMOD (integra a incubación empresarial, nas vertentes tecnolóxica e creativa, especificamente da moda, a animación artística e cultural, a dinamización de novos espazos de disfrute e de consumo vinculados ás artes e a creatividade, nun marco sostible de relación da cidade co río e cos novos "negocios creativos")
Vila Nova de Cerveira	Incubadora de Industrias Creativas Bienal de Cerveira (acolle proxectos nas áreas das artes visuais - arte dixital, pintura, escultura, fotografía, debuxo, gravado e cerámica - <i>deseño</i> , arquitectura, antigüidades, restauración, xoiería, <i>deseño</i> de moda, cine, vídeo, audiovisual e software educativo e de entretemento)
Vila Nova de Gaia*	Inova.Gaia (inclúe incubación de empresas nas áreas de información, comunicación e multimedia)
* Municipio asociado ao Eixo Atlántico	

Figura 5 – Incubadoras para industrias creativas na Rexión Norte de Portugal (información recollida a través de internet en decembro de 2012)

En relación cos gastos, exclusivamente de cultura, realizados polos concellos da rexión Norte de Portugal, foi posíbel indagar que supuxo, en 2010, preto de 28,5% do total nacional de gastos municipais con cultura, o que supuxo uns 95 millóns de euros⁵⁶.

Segundo o Instituto Nacional de Estatística, ese mesmo ano rexístrase unha importante diminución deste tipo de gastos (agregadas cos gastos municipais en deporte), caendo a niveis inferiores aos rexistrados en 2001, como pode verse na figura seguinte⁵⁷. Isto supón unha significativa perda da relevancia das atribucións municipais, xa que o nivel da diminución do gasto público, é un dos sectores máis afectados pola crise económica e financeira nacional e europea,



Figura 6 - Investimentos en Cultura e Deporte (miles de €) dos municípios por localización xeográfica; Anual - INE, Financiamento Público das Actividades Culturais das Cármaras Municipais

Seguindo a descrición efectuada pódense resumir as principais accións estratéxicas compartidas polos concellos da Rexión Norte de Portugal na figura seguinte.

⁵⁶ Información disponible en www.pordata.pt/Municipios

⁵⁷ Información disponible en

http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001129&contexto=pi&selTab=tab0

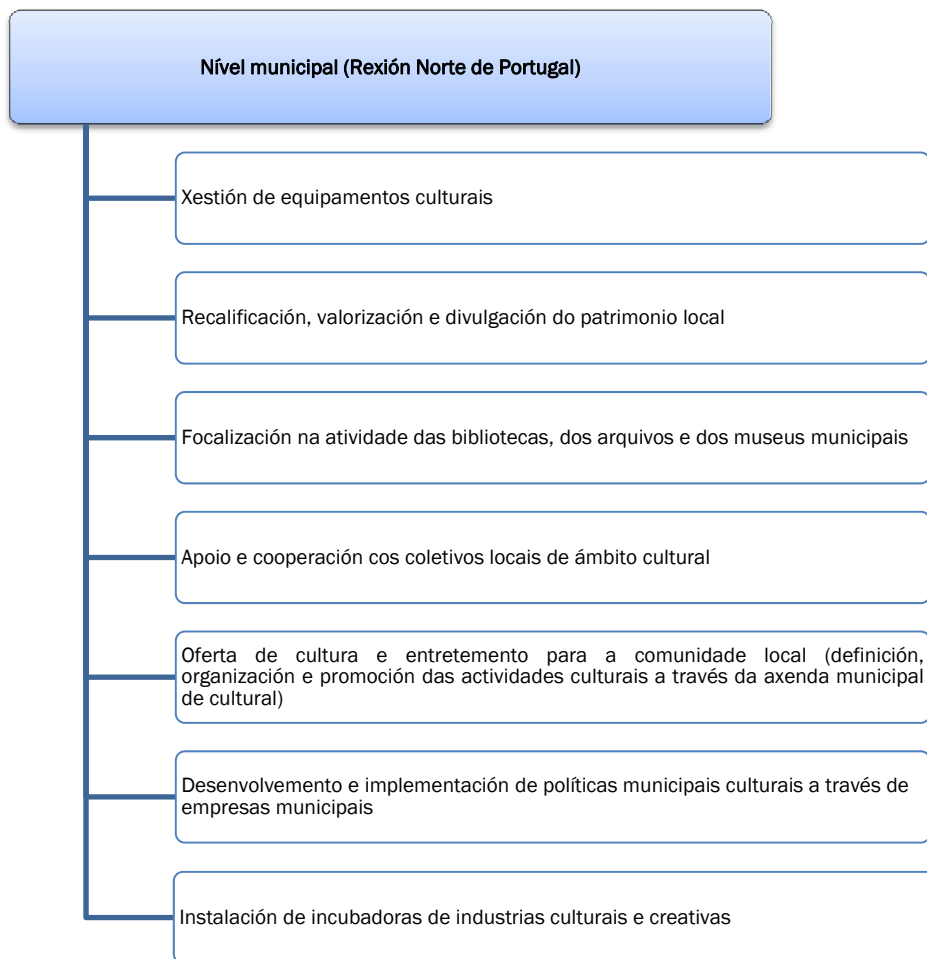


Figura 7 – Principais accións estratéxicas de Política Municipal de Cultura no Norte de Portugal (resumo)

Por outra parte, as entrevistas realizadas aos responsables municipais sobre a aplicación da política local de cultural, permitiu concluír que, as cidades do Eixo Atlántico destacan a relación de complementariedade existente entre cultura eo turismo, asumindo que unha maior actividade cultural correspondese cun maior atractivo turístico.

A través delas púidose confirmar, tamén, a existencia dunha relativa estanquidade nos fluxos de información e cooperación entre as unidades orgánicas responsables da cultura, e outras unidades do mesmo concello que lle son conexas, e coas que debería haber colaboración, en especial, as responsables do turismo e do desenvolvemento local. Advértese, con todo, unha crecente preocupación por parte do planeamento urbanístico coa definición de espazos culturais (espazos para os axentes culturais, espazos de cultura e espazos para experiencias culturais), e unha concienciación crecente do papel da cultura na definición do nivel de calidade de vida no municipio.

Outro sinal positivo detectado, relacionase coa expresión da vontade de aproximación aos axentes locais e rexionais de cultura, implicados nas accións culturais que teñen lugar no municipio, a través do apoio á consolidación de redes formais e informais, dado que o goberno local é consciente da importancia do seu papel de apoio para entendementos.

Como signo negativo, nas entrevistas realizadas aos actores culturais do Norte de Portugal (incluído os responsables municipais de cultura), salientouse a falta dunha narrativa común aos distintos niveis de intervención na política cultural (do nacional ao local), feito que condiciona a colaboración entre eles e potencia a existencia diferenzas de desenvolvemento cultural entre municipios de alta e de baixa densidade de poboación, así como entre municipios da costa e do interior.

A participación dos axentes culturais e da propia poboación, na programación e no desenvolvemento das accións culturais municipais, enténdese, tamén, de forma diferente: mentres algúns concellos entenden a participación da poboación na cultura, só baixo a perspectiva da audiencia, e fan unha definición da programación e da oferta cultural en solitario, outros concellos entenden que os axentes culturais deben ser chamados á definición da oferta cultural, facilitando a integración da comunidade local nesa definición.

Nas entrevistas realizadas aos responsables políticos destácase, tamén, a importancia atribuída ao público/audiencia galega para facer sostible a actividade cultural e o retorno do investimento efectuado polos diversos concellos do Norte de Portugal.

No nivel da cuantificación do investimento en cultura, as cidades portuguesas asociadas ao Eixo Atlántico mostran un comportamento moi diferenciado. Vila Nova de Gaia é o municipio que en 2009 e 2010 lidera o investimento en cultura (agregados cos gastos municipais en deporte) sendo superado, en 2011, polo municipio do Porto. No lado contrario, os municipios do interior son os que menor gasto en cultura realizan.

Tamén, ao nivel dos municipios portugueses asociados ao Eixo Atlántico, confirmase o descenso do investimento en cultura (agregados cos gastos municipais en deporte), no ano de 2010, como pode observarse na figura seguinte.

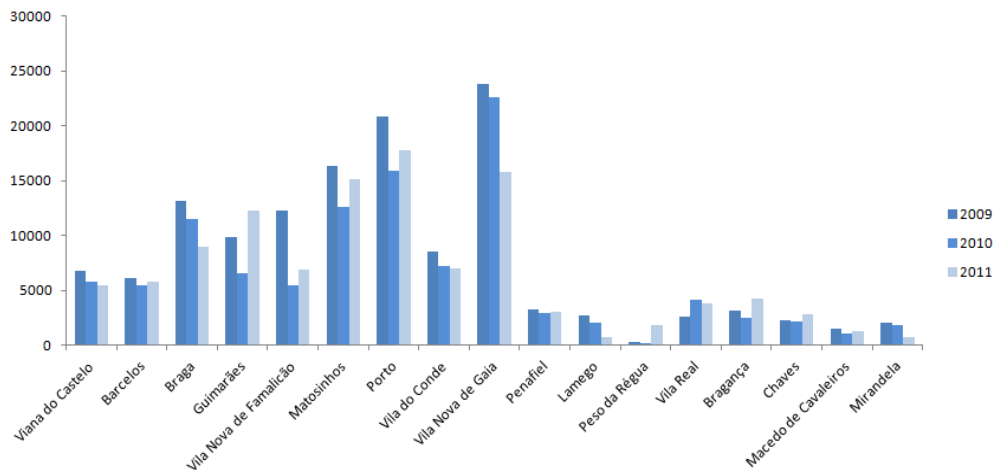


Figura 8 - Investimentos en Cultura e Deporte (miles de €) dos municípios por localización xeográfica; Anual - INE, Financiamento Público das Actividades Culturais das Cárteras Municipais.

En España as políticas públicas locais de cultura experimentaron un forte pulo nas dúas últimas décadas, se ben, os servizos culturais tardaron máis en implantarse que outros servizos do Estado Benestar. Estas políticas tomaron forma a partir da descentralización política do poder e de recursos cara as comunidades autónomas, máis como é frecuentemente argumentado, a descentralización política non realizou un traspaso de recursos acorde co nivel de competencias que se lle recoñece aos concellos. Entre o poder do Estado Central e os concellos, as administracións e capitais autonómicas concentraron o poder transferido dende a capital do Reino.

Por outro lado, na xestión pública da cultura en Galicia parecen prevalecer as relacións persoais e directas entre responsables políticos das administracións públicas autonómicas ou deputacións, e os responsables das corporacións municipais, e as entidades ou asociacións afíns, antepoñéndose ás relacións entre técnicos de cultura, industrias culturais e públicos. Este xeito de proceder distorsiona a busca de acordos máis amplos en torno a obxectivos e valores compartidos, sobre os que estruturar a xestión dos servizos públicos de cultura.

O nivel local da administración pública en España ten dous entes principais, os concellos e as deputacións.

As deputacións provinciais, xunto coas desaparecidas caixas de aforro e a Administración Autonómica, teñen sido os tres principais actores das políticas culturais autonómicas. Máis, resulta

curioso que as competencias culturais das deputacións non estean claramente delimitadas, e que non exista coordinación entre deputacións e Administración Autonómica a hora da realización das programacións culturais, as colaboracións que fan son esporádicas.

A política cultural das áreas de cultura das deputacións teñen tres frentes:

- Asistir aos concellos, principalmente aos máis pequenos e con precariedade financeira, na realización de actividades culturais;
- Fomento da cultura cara a cidadanía a través de subvencións a entidades asociativas sen ánimo de lucro, bolsas de estudos artísticos, premios artísticos, literarios ou musicais;
- Mantemento da súa propia rede de equipamentos e programas culturais.

No referente aos concellos advertir en primeiro lugar da súa diversidade. Se nos atemos os criterios demográficos como criterio comparativo e clasificador, dos 315 concellos galegos o 63% (199 concellos) teñen menos de cinco mil habitantes, e o 16,5% da poboación. En contraposición, por riba dos vinte mil habitantes só se atopan 22 concellos (7% dos concellos), no que teñen a súa residencia o 51% dos galegos.

As dúas provincias Atlánticas son as que teñen máis concellos de maior tamaño de poboación. Están concentrados no entorno das rías e interconectados pola proximidade o corredor da autopista de peaxe A-9.

A Coruña						
Tramos Poboación	Nº concellos	% concellos	Pob. 2011	% Pob.	Con Depto. Cultura	Sen Depto. Cultura
Menos de 2 000	12	12,8	17 891	1,6	-	12
2 000 - 4 999	29	30,9	104 610	9,1	7	22
5 000 - 9 999	31	33,0	214 188	18,7	12	19
10 000 - 19	11	11,7	152 002	13,3	5	6
20 000 - 49	8	8,5	244 235	21,3	7	1
Máis de 50 000	3	3,2	414 198	36,1	3	-
Total	94	100,0	1 147 124	100,0	34	60
Lugo						
Tramos Poboación	Nº concellos	% concellos	Pob. 2011	% Pob.	Con Depto. Cultura	Sen Depto. Cultura
Menos de 2 000	23	34,3	31 549	9,0	1	22
2 000 - 4 999	31	46,3	97 697	27,8	3	28
5 000 - 9 999	7	10,4	49 733	14,1	1	6
10 000 - 19	5	7,5	74 544	24,8	4	1
20 000 - 49	-	-	-	-	-	-
Máis de 50 000	1	1,5	98 007	27,9	1	-
Total	67	100,0	351 530	100,0	10	57
Ourense						
Tramos Poboación	Nº concellos	% concellos	Pob. 2011	% Pob.	Con Depto. Cultura	Sen Depto. Cultura
Menos de 2 000	58	63,0	73 280	22,0	-	58
2 000 - 4 999	24	26,1	65 480	19,6	-	24
5 000 - 9 999	5	5,4	33 265	10,0	2	3
10 000 - 19	4	4,3	53.230	16,0	4	-
20 000 - 49	-	-	-	-	-	-
Máis de 50 000	1	1,1	108 002	32,4	1	-
Total	92	100,0	333 257	100,0	7	85
Pontevedra						
Tramos Poboación	Nº concellos	% concellos	Pob. 2011	% Pob.	Con Depto. Cultura	Sen Depto. Cultura
Menos de 2 000	2	3,2	2 474	0,3	-	2
2 000 - 4 999	20	32,3	66 776	6,9	3	17
5 000 - 9 999	15	24,2	98 196	10,2	4	11
10 000 - 19	16	25,8	230 083	23,9	5	11
20 000 - 49	7	11,3	186 341	19,3	6	1
Máis de 50 000	2	3,2	379 641	39,4	2	-
Total	62	100,0	963 511	100,0	20	42
Galiza						
Tramos Poboación	Nº concellos	% concellos	Pob. 2011	% Pob.	Con Depto. Cultura	Sen Depto. Cultura
Menos de 2 000	95	30,2	125 194	4,5	1	93
2 000 - 4 999	104	33,0	334 563	12,0	13	93
5 000 - 9 999	58	18,4	395 382	14,1	20	38
10 000 - 19	36	11,4	509 859	18,2	17	18
20 000 - 49	15	4,8	430 576	15,4	13	2
Máis de 50 000	7	2,2	999 848	35,8	7	0
Total	315	100,0	2 795 422	100,0	71	244

Figura 9 – Criterios demográficos (Galiza) [Fonte: INE, Nomenclator; IIMFG 2011]

As dúas provincias orientais, Lugo e Ourense, posúen unha maior concentración de concellos de menor tamaño poboacional, especificamente nos menores de 2000 habitantes; estas dúas provincias acaparaban 81 dos 98 concellos dese tamaño demográfico en 2011.

O criterio do tamaño demográfico ten unha forte correlación co feito de que os concellos galegos posúan ou non, departamento administrativo propio para os temas de cultura. Habitualmente os concellos con maior poboación posúe maiores posibilidades orzamentarias para prestar servizos públicos aos seus veciños, se ben, o tamaño de poboación non é a única variable que pode explicar a decisión de que unha corporación adopte a decisión de crear un departamento administrativo específico para cultura. As sensibilidades dos rexedores ou rexedoras locais, das súas corporacións, a imitación do que fan outros concellos, o volume de traballo xerado en torno a xestión de actividades culturais, a existencia previa do departamento cando accede o poder un novo goberno..., son variables que poden tamén explicar porque un determinado concello se dota dunha estrutura estable para xestionar os servizos públicos de cultura.

A finais da década dos 80 eran 30 os concellos que posuían departamento administrativo de cultura, vinte anos despois a cifra acadou os 71 concellos ⁵⁸. No II Mapa Cultural de Galicia, ademáis, identificáronse 138 concellos que recoñecían posuír persoal adscrito aos temas da xestión cultural, aínda que non dispuñan de departamento administrativo propio. En conxunto pois, son dous terzos (66%) os concellos galegos que admitiron ter persoal para atender a xestión dos servizos públicos de cultura, unhas cifras que ilustran o interese e o grao de institucionalización que foi acadando a cultura entre os responsables políticos locais.

A presenza de profesionais da xestión cultural, ou formación profesional específica en animación sociocultural é determinante para vertebrar a política cultural dun concello. Máis alo de actitudes voluntariosas dos responsables políticos locais, ou do persoal administrativo co que conte un concello, a presenza de profesionais da xestión cultural para programar ou xestionar propostas culturais contribúen a dinamización sociocultural, a institucionalización dos servizos públicos de cultura, e ao asentamento de prácticas de consumo.

O que se atopa máis espallado e extendido pola xeografía galega son as programacións que van seguindo os ciclos estacionais e festivos onde, as máis das veces, trátase de incorporar aos artistas ou grupos locais que contribúan a dinamizar socioculturalmente a vida dos concellos: corais, agrupacións de música e danza tradicional, grupos noveis de pop ou rock, grupos de teatro, artistas

⁵⁸ Os datos para finais dos oitenta son de BOUZADA, X.; PIDAL, B.; RODRÍGUEZ, L. (1991) *Mapa cultural de Galicia. A situación sociocultural dos concellos galegos*. Santiago de Compostela: Consellería de Cultura e Xuventude. Dir. Xeral de Cultura e Xuventude, Xunta de Galicia. Para finais da primeira década secular de LAGE, X.A.; TRABADA, E; FERNÁNDEZ, M. (2011). *A situación sociocultural dos concellos galegos de menos de 50 000 habitantes. II Mapa cultural de Galicia*. Santiago de Compostela: CCG. Texto dispoñible en pdf nas publicacións en liña do CCG, en: <http://consellodacultura.org/mediatecal>. Neste último caso engadíronse os concellos dos que se ten constancia que teñen departamento administrativo de cultura e que no seu momento non contestaron a enquisa realizada.

plásticos, ou artesanais locais, xunto con actividades realizadas en equipamentos socioculturais e bibliotecas...

Na medida que o permitan os orzamentos recórrase a espectáculos musicais, teatrais, de imaxe, ou de animación de artistas rexionais, nacionais ou internacionais, que poden formar parte de programacións estables e especializadas cos que cada concello trata de atopar un espazo dentro do panorama de ofertas culturais comarcal, provincial, rexional, ou nacional e internacional cando se trata dos concellos de maior tamaño.

As prioridades culturais que expresan os responsables políticos locais de cultura pasan por ofertar actividades que lle den vida social aos equipamentos cos que se dotaron os concellos nos últimos lustros, e para os que a contribución dos Fondos FEDER da UE foi decisiva.

Nalgúns casos o discurso dos representantes políticos vai máis alo, e sinalanse entre as prioridades culturais o obxecto de incrementar o benestar social e a cohesión social.

Tal como na Rexión Norte de Portugal, a crise económica actual ten afectado drasticamente á capacidade do sostemento dos servizos culturais nos concellos, o que fai que diminua a creación de equipamentos culturais, e que a preocupación se dirixa a necesidade de avaliar os custos do persoal vinculado a xestión cultural, das axudas o tecido asociativo sociocultural dos municipios, así como, os custos das actividades culturais a desenvolver.

Como se advertiu, as diferencias entre os concellos son notables: a capacidade de programación, de equipamentos, de persoal, e de orzamentos, son moi distintas nos sete concellos máis poboados (por riba dos setenta mil habitantes), que no resto dos concellos.

Os concellos das sete cidades comparten co resto dos concellos galegos unha vontade de dinamización sociocultural da cidadanía local, seguindo os ciclos estacionais e festivos, que permita chegar con actividades e propostas aos distintos públicos e espazos, barrios urbanos e parroquias rurais, do seu termo municipal. Son actividades nas que xeralmente predomina o senso de *democracia cultural*, na que a cultura entendese como proceso no que resulta esencial a participación da cidadanía. Pero nas cidades, xunto a este compoñente hai outro cuxo senso é o da democratización da cultura, facilitar o acceso as expresións dos creadores profesionais da cultura a cidadanía, co obxecto de satisfacer a demanda de consumidores culturais, e de formar a novos públicos nestas formas de entender o ocio.

É neste último aspecto no que os municipios que albergan as cidades marcan diferencias notables respecto do resto dos concellos galegos. As súas programacións conta con eventos ou ciclos estables de distintas manifestacións artísticas, que poñen o toque da excelencia cultural, empregado como atractivo non só para satisfacer o consumo de cultura da cidadanía local, se non tamén como carta de presentación da cidade cara os visitantes ocasionais ou estacionais.

A excelencia do patrimonio local e das expresións culturais das que pode facer gala un concello son empregadas como sinais de identidade, bens simbólicos e sociais que postos en valor serven de reclamo para a industria cultural do turismo.

Esta relación entre patrimonio, cultura e turismo, é outra característica compartida por todos os concellos galegos, en sintonía cos cambios acontecidos nas formas de entender a ligazón entre patrimonio, cultura e turismo, no contorno europeo e global, pero que nas cidades acadada maior exaltación. De feito, as cidades galegas compiten entre elas e con outras cidades da Península Ibérica por atraer turistas, sobre a base da súa cultura e patrimonio.

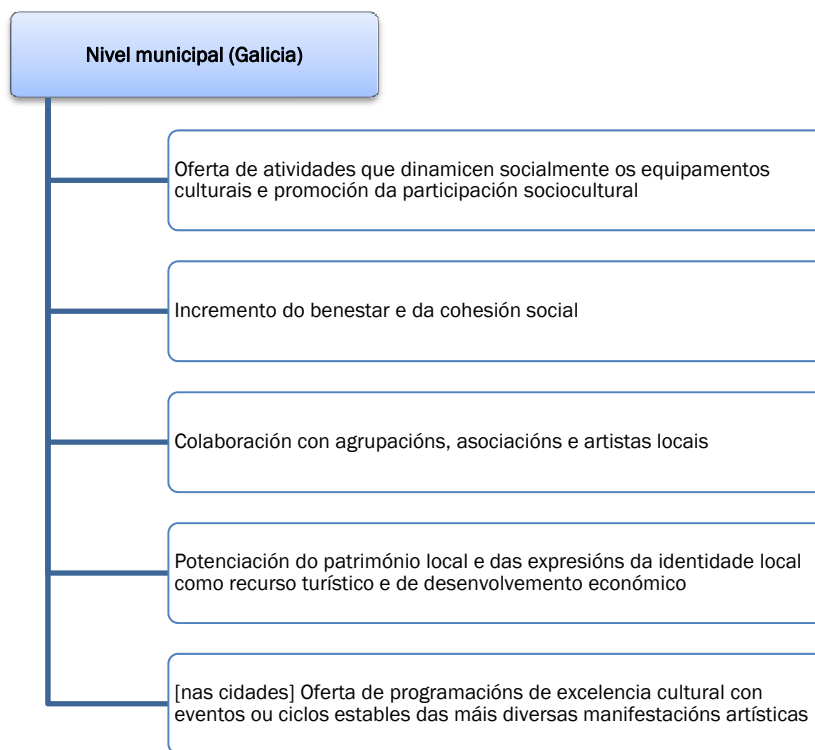


Figura 10 - Principais accións estratéxicas de Política Municipal de Cultura en Galicia (resumo)

A pesar de todo o esforzo realizado por parte dos concellos galegos por dotarse de equipamentos e persoal para xestionar os servizos públicos de cultura, nas últimas dúas décadas, advértense eivas paradoxais. Non hai ningún concello, nin grande nin pequeno, que conte con un plano estratéxico de

cultura, nin con métodos rigorosos de avaliación das actividades realizadas. Son cuestións das que son conscientes moitos dos responsables políticos e técnicos, pero a urxencia de sacar as actividades adiante prospón a reflexión e a toma de medidas nesas temas.

Neste contexto, aínda que hai responsables políticos nos concellos que identifican a importancia estratéxica das industrias culturais e dos creadores, a actuación das políticas municipais non vai máis aló da intervención e o apoio o campo das artes non industriais, coa excepción da música.

Seguindo a definición adoptada pola Unión Europea⁵⁹ as artes non industriais son o núcleo do campo das artes: artes visuais como a pintura, a escultura, a artesanía, ou a fotografía; artes escénicas como o teatro, monicreques, danza, circo ou festivais; sen esquecer a atención ao patrimonio a través dos museos, as bibliotecas, os arquivos, as construcións singulares, recintos históricos, ou lugares arqueolóxicos.

A única industria cultural subliñable pola que apostan os concellos galegos é pola música. Hai presenza de moitas escolas de música, conservatorios, agrupacións musicais, asociacións, que reciben o apoio dos concellos. O abano de manifestacións musicais é amplo, dende a aposta pola excelencia das orquestras sinfónicas (como na Coruña e Santiago de Compostela), ata a procura da excelencia das formacións de música tradicional. Aposta pola formación musical da poboación, especialmente da máis nova, apoio ás bandas ou agrupacións locais, a formación dirixida aos músicos locais aproveitando a celebración de concertos ou festivais (clases de máster), e inclusión de actuacións nas programacións culturais.

Ao contrário que na Rexión Norte de Portugal, polo momento non existen en Galicia, iniciativas locais de creación e desenvolvemento de incubadoras para indústrias culturais e creativas.

Recentemente, a finais de 2012, a Consellería de Educación e Cultura da Xunta, a partir da reordenación do uso dos espazos na Cidade da Cultura de Santiago de Compostela, a onde se trasladou a sede da Axencia de Industrias Culturais (AGADIC), deu acollida a primeira iniciativa de viveiro de empresas culturais galegas.

Máis aló de colaboracións puntuais –como a Rede Música o Vivo, a rede de auditorios, ou a rede de dinamización lingüística–, a comunicación entre a administración autonómica e os concellos no campo da cultura é practicamente inexistente, o que non permite prever que esa iniciativa do viveiro de empresas creativas vai a converterse nun referente para o desenvolvemento económico local e do emprego.

⁵⁹ KEA (2006).

Como se advirte no *Libro Verde* (2010), e no máis recente documento da Comisión ⁶⁰ *Promover aos sectores da cultura e a creación para o crecemento e o emprego na UE*, impulsar o potencial da cultura e das industrias vinculadas a ela supón activar a comunicación e a colaboración entre sectores privado e público, entre departamentos ou concellerías que levan distintos servizos municipais, facilitando con elo o apoio á creación de empresas ou a emprendedores do mundo da creación artística. Así, parece evidente que se quere impulsar a cultura como sector xerador de emprego, teran que adoptarse outras perspectivas e hábitos de colaboración entre actores e departamentos das administracións públicas.

Particularizando a análise aos concellos asociados do Eixo Atlántico, através da información cultural dispoñible *on-line*, chegase a conclusión de que todos os municipios definen de forma diferente as competencias da cultura no desenvolvemento local.

A maioría dos sitios web dos concellos destacan na primeira páxina, unha ligazón directa a axenda cultural e un separador de acceso aos contidos municipais. De forma xeral, pódese ler que se asume como obxecto setorial a promoción da cultura e o patrimonio, ben a través do incentivo a prácticas culturais, ben por medio da recualificación, posta en valor, e divulgación do patrimonio local. De forma residual, algúns concellos asumen o apoio e cooperación coas colectividades de ámbito cultural como obxectivo estratéxico da súa política municipal de cultura.

De todas maneiras, advírtese que a estratexia de desenvolvemento cultural municipal límitase con frecuencia á propia organización, non só na súa definición, senón en termos da propia divulgación.

No cadro seguinte sintetízanse os principais elementos caracterizadores da relevancia da cultura, no contexto da estratexia de desenvolvemento local seguida polos municipios do Eixo Atlántico, recollidos a través das respectivas páxinas web.

⁶⁰ COM (2012 537).

		Páxina web do Concello					
Unidade Orgánica responsable da Cultura	Empresa municipal con competencia no ámbito cultural	Espazo dedicado á cultura na páxina principal	Espazo dedicado á cultura en submenú	Non fai referencia á cultura	Dispón de axenda cultural na páxina principal	Dispón de axenda cultural no espazo de cultura	Non dispón de axenda cultural
Barcelos	División de cultura e museos e división de biblioteca e arquivos	si	submenú servizos		si		
Braça	División de cultura	si	submenú acción municipal		si		
Bragança	División sociocultural e turismo	non			si		
Chaves	División de desenvolvemento social e cultural	Asociación			si		
Guimarães	División de xuventude, cultura e deporte	non	submenú educación cultura e deporte		si		
Lamego	División de acción social e cultural	non	non	si	non		si
Macedo e Cavaleiros	División de cultura, deporte e turismo	non	submenú concello		si		
Matosinhos	Departamento de cultura	non	si		si		
Mirandela	División de asuntos culturais	non	si		non		si
Penafiel	Gabinete de cultura, turismo e desenvolvemento económico e local	non	si			si	
Peso da Régua	Sector de cultura e turismo	non	si		si		
Porto	Dirección municipal de cultura	Fundación	submenú cultura turismo e deporte		si		

		Páxina web do Concello					
Unidade Orgánica responsable da Cultura	Empresa municipal con competencia no ámbito cultural	Espazo dedicado á cultura na páxina principal	Espazo dedicado á cultura en submenú	Non fai referencia á cultura	Dispón de axenda cultural na páxina principal	Dispón de axenda cultural no espazo de cultura	Non dispón de axenda cultural
Viana do Castelo	Departamento de dinamización cultural	si			si		
Vila do Conde	non dispoñible		submenú áreas de intervención		Si		
Vila Nova de Famalicão	Departamento municipal de cultura e turismo	si			si		
Vila Nova de Gaia	División municipal de deporte e cultura	si			non	non	si
Vila Real	non tem	si			si		
A Coruña	Concellería de cultura	si (páxina propia, indexada á do concello)			si		
Carballo	Concellería de educación e cultura	si	submenú, Vivel Carballo		si		
Ferrol	Delegación de cultura	si (páxina facebook, indexada á do concello)			si		
Lalín	Servizo de cultura, educación e relacións veciñais	non	submenú de concellerías cultura e patronato cultural		non	si	
Lugo	Concellería de cultura, turismo, xuventude e promoción da lingua	si (páxina propia, indexada á do concello)	submenú concellerías e submenús programación de Nadal, actividades socioculturais e museo interactivo		si	si	

		Páxina web do Concello					
Unidade Orgánica responsable da Cultura	Empresa municipal con competencia no ámbito cultural	Espazo dedicado á cultura na páxina principal	Espazo dedicado á cultura en submenú	Non fai referencia á cultura	Dispón de axenda cultural na páxina principal	Dispón de axenda cultural no espazo de cultura	Non dispón de axenda cultural
Monforte de Lemos	Concellería de cultura, benestar social, xuventude, educación e normalización lingüística	non	submenú áreas municipais, cultura		si		
O Barco de Valdeorra	Concellería de cultura	si (páxina propia e páxina facebook indexada a do concello)	submenú, O Barco Cultural		si		
O Carballiño	Concellería de deporte, cultura, comercio, lecer, mocidade e festas	non	submenú <i>consellería</i>		si	en construción	
Ourense	Concellería de educación e cultura	si (páxina propia, indexada á do concello)	submenú cidade		Si		
Pontevedra	Cultura e festas	non	submenús, axenda cultural e cultura e festas (remite directamente á web de cultura)		si		
Riveira	Cultura e festexos	si	Etiquetas cultura e festas		si	si (sen actualizacións)	

Unidade Orgánica responsable da Cultura		Empresa municipal con competencia no ámbito cultural	Páxina web do Concello					
			Espazo dedicado á cultura na páxina principal	Espazo dedicado á cultura en submenú	Non fai referencia á cultura	Dispón de axenda cultural na páxina principal	Dispón de axenda cultural no espazo de cultura	Non dispón de axenda cultural
Santiago de Compostela	Concellería de relacións institucionais, participación cidadán, centros socioculturais e festas	si	si (páxina propia indexada á do concello)			si		
Sarria	Delegación de cultura, educación e comunicación	non	non	submenú concello, cultura		si		
Verín	Área de cultura, xuventud e, deporte, igualdade e sector primario	non	si (ligazón directa á axenda cultural eurocidade)			si		
Vigo	Cultura, festas e políticas de benestar	non	si (páxina propia indexada á do concello)	submenú cultura		si		
Vilagarcía de Arousa	Área da cultura	non	si	submenú servizos municipais, cultura		si		
Viveiro	Concellería de cultura, xuventud e turismo	non	non	submenú cidade, axenda cultural,		non	Non (sen actualizar)	non

Figura 1.1 - Caracterización da acción cultural municipal, dos municipios asociados do Eixo Atlántico (información recollida a través de internet entre outubro de 2012 e xaneiro de 2013)

A investigación efectuada permitiu indagar que só os municipios de Chaves e Viana do Castelo facilitan en liña plans estratéxicos de desenvolvemento municipal de medio prazo, que inclúen obxectivos e accións de desenvolvemento cultural (aínda que non reflicten actividades dirixidas á creación de emprego cultural ou á dinamización das industrias creativas).

Doutro lado, os municipios portugueses de Barcelos e de Porto no seu sitio de internet, afirman que a cultura é un factor de identidade e atracción do seu territorio, mentres que outros (como é o caso de Bragança, Guimarães, Mirandela, Viana do Castelo ou Vila Nova de Famalicão) subliñan a importancia territorial dos seus equipamentos culturais a través da realización, na primeira páxina dos respectivos portais, de ligazóns de acceso directo aos seus contidos. En contraponto, a maioría dos municipios galegos facilita, na primeira páxina do seu sitio web, un enlace de acceso a outro portal ou perfil en redes sociais, creado exclusivamente para a comunicación e promoción das actividades culturais.

En ningún dos sitios visitados devolveu referencias á existencia e/ou apoio ás industrias culturais e creativas, nin tan pouco a súa interconexión coas accións do desenvolvemento dos sectores económicos tradicionais, cabendo destacar a excepción do municipio de Vila do Conde coa inclusión, no espazo dedicado ao emprego e formación profesional, de cursos de formación en artes, e a dispoñibilidade do telecentro (que tamén pode ser usado por emprendedores creativos).

Os resultados obtidos mostran que non hai entre os municipios asociados ao Eixo Atlántico no Norte de Portugal, unha cidade que poida ser denominada "cidade cultural", xa que ningunha realiza o investimento suficientemente na área para asegurar as canles de comisionado, distribución, xestión e outras actividades, que avalen a colocación dos produtos culturais nos distintos mercados. Espérase que Guimarães poida chegar a postularse como tal, potenciando máis alo de 2012, os investimentos e visibilidade logrados a través da organización de "Capital Europea da Cultura".

Ao nivel das cidades galegas integradas no Eixo Atlántico, a páxina web de cultura de Santiago de Compostela denominada Santiago Capital Cultural (SCC), atribúese esa titularidade, sendo posible atopar elementos que sustentan esta designación:

- É a cidade galega coa maior porcentaxe de investimento municipal en cultura dos seus orzamentos, 8,8% do orzamento do Concello son asignados a Cultura, (en 2012⁶¹; 7.944.312,00 €), aínda que fora o concello da Coruña o que tivo maior capacidade de investimento en cultura (16.082.426,00 € en 2012 que corresponden a 7,1% do orzamento municipal⁶²);
- A iniciativa "Santiago Cidade da Cultura" (non se atopou ningunha situación similar noutras páxinas web das cidades do Eixo Atlántico), presenta a vontade de "fomento da creación e

⁶¹ Orzamento Xeral do Concello de 2012, extraído da web do Concello: <http://www.santiagodecompostela.org>

⁶² Orzamento 2012 do Concello da Coruña, extraído da páxina web: <http://www.coruna.es>

da produción artística e cultural propia, centrada en Compostela co propósito de conformar unha base sólida que promova o sector da creatividade como un dos piares do desenvolvemento cultural, humano e económico de Santiago ⁶³, referíndose, ademais, á necesidade dunha colaboración estable cos axentes culturais: entidades culturais, salas alternativas, creadores e promotores;

- A cidade histórica constitúe un importante patrimonio cultural con proxección internacional e capacidade de atracción turística;
- É a única que conta cunha *film comission* activa;
- O seu territorio alberga a CRTVG, unha organización de referencia obrigada para a promoción da cultura galega e das súas industrias audiovisuais, albergando, ademais, moitas empresas culturais, creadores, artesáns e artistas;
- Posúe unha poboación estable de consumidores de cultura, reforzada pola presenza de estudantes universitarios procedentes doutros lugares e países, así como un número relevante de visitantes ocasionais.

Segundo estas características, Santiago de Compostela atópase ben posicionada para asumir o papel de capital cultural, a pesar de ser unha cidade de tamaño medio, insuficiente por se mesma para ser referencia da creatividade das industrias culturais e creativas, e garantir a creación dunha economía de escala e complementariedades, que permitan crear emprego e xerar dinamismo neste sector.

Segundo o exposto, a análise das programacións e accións culturais dos municipios, a través da información cultural dispoñible nas súas páxinas webs, suxire a existencia de limitacións locais das cidades do Eixo Atlántico respecto da posibilidade de convertese en referentes no contexto das cidades culturais de Europa, ao precisar repensar o papel dos servizos públicos de cultura e tamén a forma de xerar colaboracións entre estes:

- Con outros departamentos nos propios concellos (emprego, formación, fiscalidade);
- Con outros concellos (ao converter o policentrismo nunha forza e evitar a competición por protagonismos sen valor engadido);
- Con outras administracións;
- Cos axentes de cultura, os artistas, os creadores, as empresas, as asociacións, os cidadáns e o público.

Enténdese que crear emprego no ámbito da cultura depende, en primeira instancia, da capacidade de sumar sinerxías.

Fronte ao exposto e dadas as semellanzas encontradas, ben a nivel da fase de desenvolvemento das estratexias culturais, ben ao nivel das principais accións entendidas como estratéxicas, no

⁶³ Texto de presentación da iniciativa Capital Cultural da páxina web do Concello de Compostela, op. cit.

seguinte cadro, represéntase algunhas recomendacións consideradas relevantes para a definición da política cultural municipal.

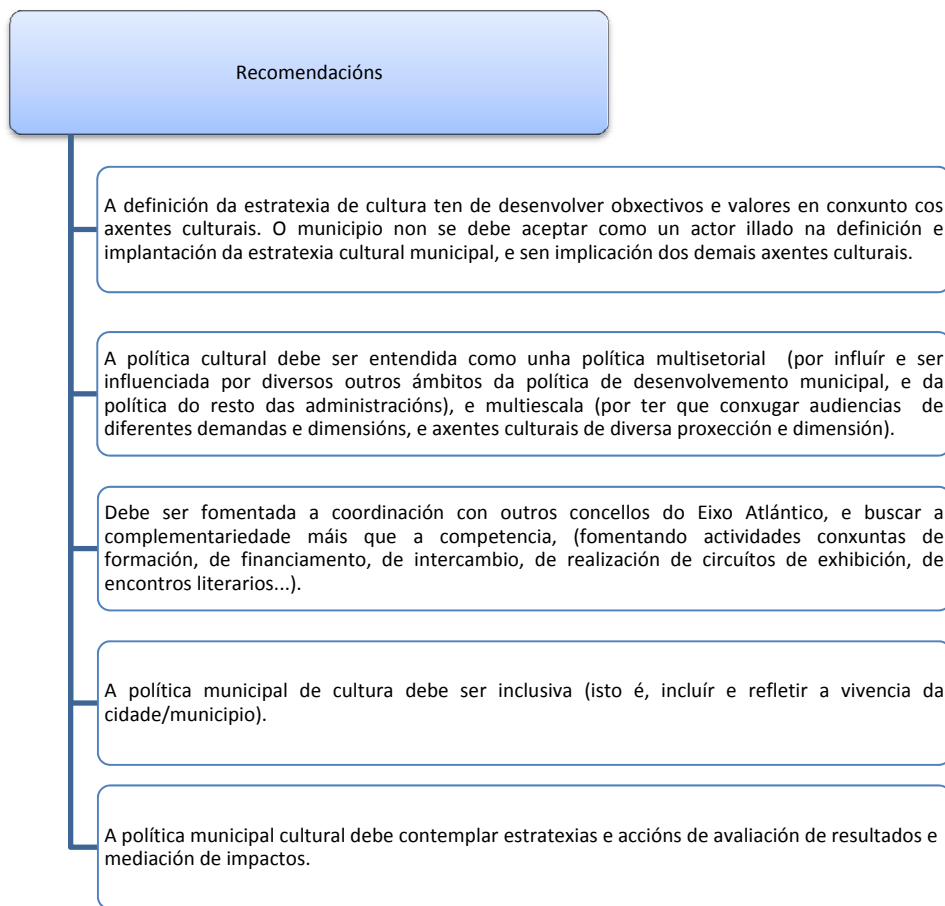


Figura 12 – Recomendacións para o desenvolvemento da estratexia municipal de cultura

Estas recomendacións constitúen a base da definición do catálogo de accións que se representa no capítulo 10.

Territorios creativos: Cultura como motor de desenvolvemento local e rexional

6

Habitualmente, a asociación da cultura e a industria faise a través das chamadas industrias culturais e creativas, baseándose nas plusvalías emerxentes de complementariedade e conxugación das actividades culturais cos sectores industrial e comercial. Non basta, con todo, promover só esta asociación se se pretende potenciar, por unha banda, a posta en valor das artes e oficios locais e os saberes tradicionais e, por outra, dinamizar un proceso sostido de desenvolvemento local/ rexional. É necesario, tamén, implicar a comunidade, a urbanidade e a sociedade, facendo do territorio non só un mero receptor da industria cultural e creativa, hai que convertila nun actor do territorio creativo.

A cultura, en todas as súas formas, pasa a ser un elemento fundamental cara á maior ou menor capacidade das cidades para atraer residentes cun nivel de educación superior, e empresas que a os empreguen, integrándoa nunha comunidade de recursos humanos cualificados que busque e estimule o desenvolvemento de ambientes creativos capaces de atraer «talento». A cultura debe ser capaz de facer as cidades máis atractivas para vivir, traballar, investir e visitar⁶⁴, e deste xeito e aínda que indirectamente, constituir un elemento de revitalización da propia economía.

Do mesmo xeito, na actualidade, a cultura e as actividades culturais son elementos fundamentais da comunicación e a mercadotecnia dos máis diversos produtos e servizos, que son «vendidos» a través do seu deseño, da marca, pola contribución ao estilo de vida, ou pola experiencia que proporcionan⁶⁵.

Neste contexto, as industrias culturais e creativas teñen probado lograr estimular a innovación (unha innovación baseada na creatividade), crear oportunidades de penetración en novos mercados, e conquistar novos clientes, xerando riqueza contrastable. Poden asumir un papel decisivo para a modernización e innovación de sectores tradicionais, elevando desta forma a base económica rexional.

Así, o territorio creativo asume a cultura como parte integrante da súa estratexia de desenvolvemento, recoñece o papel que pode desempeñar na cohesión social da comunidade que o habita, a súa contribución ao crecemento económico, e a creación de emprego. Acéptase, ademais,

⁶⁴ CCDR-N (2008), p. 28.

⁶⁵ BOP Consulting (2012), p. 25.

ao nivel do marketing territorial, por permitir a identificación do territorio cunha imaxe atractiva, creativa e aberta aos talentos, á innovación e á cultura.

O territorio creativo garante a interacción e complementariedade entre os diversos sectores e actividades económicas locais, como no turismo (en especial, o turismo cultural) ou a planificación urbanística, tornándose nun elemento central da Política Pública das cidades.

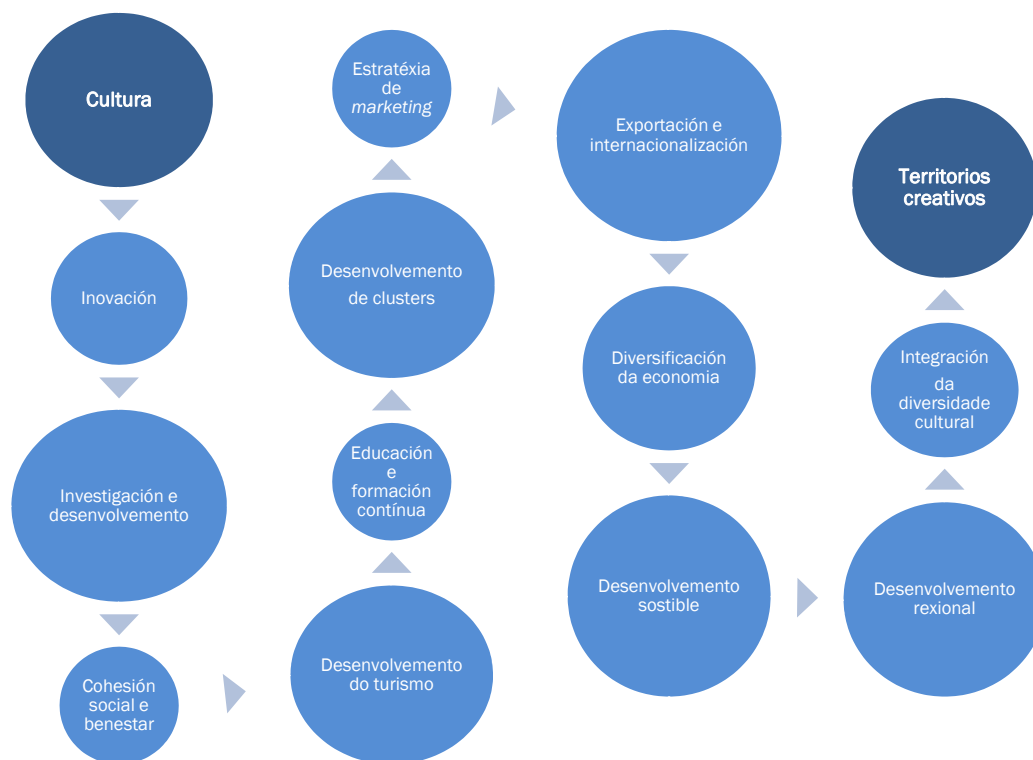


Figura 13 – Ligazón entre as diversas áreas de política local/ rexional coa cultura⁶⁶

Por exemplo, a interconexión entre a cultura e o turismo é consustancial na forma de xerar ingresos a partir dos custos de produción dos servizos e produtos culturais, cando estes son postos a disposición dos turistas.

⁶⁶ Adaptado da Unión Europea (2012), p. 20.

No que se refire o planeamento urbanístico, non se pode descoidar a importancia que asume para a creación de territorios creativos: nos procesos de planeamento defínese o modelo de desenvolvemento e a instalación das actividades culturais e creativas; conéctanse actividades e espazos; e sobre todo, promove a conciencia colectiva da importancia da cultura na definición de estándares elevados de calidade de vida.

Neste enfoque, os procesos de rexeneración urbana non poden estar, como ata agora, desconectados coa realidade cultural e creativa da cidade (existente ou a construír no futuro), pola contra, deben levar á creación da densidade urbana necesaria para o logro da produción cultural e creativa⁶⁷, destacando o papel que algúns equipamentos culturais poden asumir como elementos definidores das dinámicas das cidades, non só das centralidades, senón tamén, pola contribución á definición da súa propia vocación. A título de exemplo citar o papel asumido polo museo Guggenheim no proceso de rexeneración e afirmación da cidade de Bilbao, un exemplo seguido, na última década, por moitas vilas e cidades europeas, entre elas, algunhas pertencentes á Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal, como é o caso de Santiago de Compostela e a súa Cidade da Cultura.

A literatura sobre territorios creativos permite distinguir polo menos tres perspectivas, tratadas de forma conxunta ou separada dependendo dos autores:

- O análise da concentración de recursos humanos capacitados especificamente en facer uso do coñecemento para crear e innovar en campos moi diversos, dentro de certos territorios metropolitanos. O máis destacado representante desta perspectiva é Richard Florida (2002)⁶⁸, autor que acuñou o concepto de *clase creativa*, aquela que se dedica a traballos cuxa función é crear novas formas ou deseños fácilmente transferibles e de amplo uso, dentro de territorios esencialmente metropolitanos. No núcleo de esta clase sitúanse ós científicos, inxenieros, profesores universitarios, poetas e novelistas, artistas, animadores da televisión e da radio, actores, diseñadores, arquitectos, ou líderes de opinión. Pero tamén inclúe aos profesionais que traballan nas industrias que empregan coñecemento intensivamente, e dos que se espera que pensen por se mesmos: industrias tecnolóxicas, servizos financeiros, letrados, profesionais da saúde e a xestión empresarial;
- O estudo e identificación dos elementos máis eficaces na valoración das actividades empresariais, e as vantaxes competitivas da su localización e agrupación xeográfica. Aquí, Michael Porter (1990)⁶⁹ e o seu concepto de *cluster* convertese nun referente ineludible. O *cluster* designa unha concentración xeográfica de empresas especializadas e cunhas dinámicas de interacción, cuxa competitividade é resultado de catro compoñentes: o suministro e dotación de factores productivos, a rivalidad y competencia local, a existencia de mercados locais exigentes, e unha rede de industrias afíns, fornecedoras e de apoio. A

⁶⁷ CCDR-N (2008), p. 26.

⁶⁸ Florida (2002).

⁶⁹ Porter (1990).

proximidade entre as empresas e organizacións do cluster colabora a intensificar a interacción entre eses catro elementos do denominado “*diamante da competitividade*”. Ademais, a formación e o análise dun cluster terá que considerar o grao de integración social, e a existencia de redes sociais que favorezan os procesos económicos, o capital social, e as estruturas institucionais.

- A especialización económica territorial no ámbito das industrias creativas. A idea de relacionar a economía da cultura e a creatividade ao territorio, parte de novas formas de pensar o crecemento económico e o desenvolvemento social. Dende fai un par de décadas, ao tempo que os procesos de globalización adquirían mayor rapidez, a importancia do local correu en paralelo. A creatividade a xera, aprende, e divulgan, unha serie de axentes dende un contexto territorial local, con unhas determinadas características económicas, socio-culturais e institucionais. A creación e introdución de novidades son poderos mecanismos de cambio social necesarios para manter viva a cultura, a innovación da produción e o consumo. A competitividade territorial, a rivalidade entre cidades, rexións ou países, a escala global, da que se fai depender o benestar social, asóciase a creación, o saber facer, e a innovación. O valor económico que adquiren os bens e servizos culturais non emana exclusivamente dos consumos, procede tamén da súa utilización en procesos productivos de carácter funcional, como é o caso do deseño, e o pago polos dereitos de autor. Esta é una idea que serve para facer a distinción entre industrias culturais e creativas, esferas que non deixan de expandirse coceptualmente nos últimos anos, a partir dunha primeira definición de industrias creativas realizada polo DCMS (Department for Culture Media and Sport de la Administración Pública de la Gran Bretaña). A UE ven empregando, nos últimos anos o concepto de industrias culturais e creativas, seguindo o esquema de clasificación de actividades recollidos nos estudos de KEA European Affairs (2006)⁷⁰, encargados pola Comisión Europea. Na definición de KEA faise a distinción entre actividades culturais non industriais:

“sectores que producen bens e servizos singulares co obxecto de ser consumidos in situ ... Sectores industriais que producen productos culturais co obxecto da súa produción masiva, distribución y exportación...., e «o sector creativo», onde a cultura chega a ser input creativo na produccion de bens non culturais⁷¹”

A clasificación dos sectores que conforman as industrias culturais e creativas realízana conforme a un modelo de círculos concéntricos. No núcleo sitúa as expresiones artísticas máis tradicionais, xunto aos lugares que albergan o patrimonio material. A partir dese núcleo a creatividade cultural difúndese cara aos círculos superiores, dando lugar a produtos, servizos e actividades de tipo comercial.

⁷⁰ KEA European Affairs (2006), p. 2.

⁷¹ Ibid.

Círculos	Sectores	Subsectores	Características	
Artes	Artes visuais	Artesanía	Actividades non industriais O produto son prototipos e “obras con potencial de dereitos de autor” (é dicir, estes traballos teñen unha alta densidade de creación o que cumpriría os requisitos para dereitos de autor, sen embargo, non teñen sistematicamente todos os dereitos reservados, como é o caso da maior parte das obras de artesanía)	
		Pintura - Escultura		
		Fotografía		
	Artes escénicas	Teatro		
		Danza		
		Circo		
		Festivais		
	Patrimonio	Museos		
		Bibliotecas		
		Arquivos		
Círculo 1: Industrias culturais	Cine e vídeo	Lugares arqueolóxicos	Actividades industriais destinadas á reprodución masiva	
		Televisión e radio		
		Vídeo-xogos		
	Música	Mercado da música gravada	Produccións baseadas nos dereitos de autor	
		Actuacións de música en directo - Ingresos das entidades de xestión no sector da música		
	Libros e prensa	Publicación de libros - Edición de prensa e revistas		
	Círculo 2: Industrias e actividades creativas	Deseño	Deseño de moda	Actividades que non son necesariamente industriais, poden ser prototipos Aínda que as producións están baseadas nos dereitos de autor, poden incluír outros aportes de propiedade intelectual (marcas, por exemplo) O uso da creatividade (habilidades creativas e persoas creativas orixinarias do campo artístico e do campo das industrias culturais), é esencial para as actuacións de estes sectores non culturais
			Deseño gráfico	
			Deseño de interiores	
Deseño industrial				
Arquitectura				
Publicidade				
Círculo 3: Industrias relacionadas	Fabricantes de PCs, fabricantes de reprodutores de MP3, industria de telefonía móbil, etc...		A categoría é imprecisa e imposible de circunscribir sobre a base dun criterio claro Trátase de moitos outros sectores económicos que dependen dos “círculos anteriores, tales como o sector das TICs	

Legenda: “setor cultural”: ■ “setor creativo”: ■
 Figura 14- Delimitación entre o setor cultural e o setor creativo da KEA.

Cultura, Economía e Emprego **7**

Aínda que a asociación entre a cultura, a economía, e o emprego, sexa relativamente recente, actualmente é innegable o seu papel na creación de riqueza e na xeración de postos de traballo. Esta asociación resulta particularmente visible grazas ao desenvolvemento das industrias culturais e creativas. En particular, a cultura asume un papel relevante no novo paradigma de desenvolvemento –a economía do coñecemento–, nunha economía globalizada, máis preocupada en expresar, dar forma e utilizar ideas, que en producir bens⁷²:

“A actividade cultural sitúase no corazón da economía creativa. As actividades culturais non só teñen efectos económicos directos a través dos ingresos xerados, o número de persoas empregadas nas artes e nos espazos do patrimonio, proporcionan múltiples contribucións nunha ampla gama de industrias creativas, en forma de contidos, inspiración, competencias, materiais, capital intelectual e persoal capacitado. Cada vez máis, as actividades culturais proporcionan tamén un obxectivo centrado no desenvolvemento creativo e en rede.”⁷³

A escala da Unión Europea, na actualidade, considérase que a cultura é un pilar da inclusión social, a educación, e a liberdade democrática, ao mesmo tempo, fai unha relevante contribución á economía, xa que "as industrias creativas representan 5 millóns de postos de traballo e 2,6% do produto interior bruto da Unión Europea"⁷⁴, unha aportación que no global dos sectores culturais e creativos, como se indicou nun capítulo previo, chega ata o 4,5% do produto interior bruto, e supón 8,5 millóns de empregos⁷⁵.

Aínda que non existen moitos estudos e estatísticas dedicados a súa medida, son múltiples os impactos identificados do desenvolvemento cultural sobre a economía e a comunidade, en especial, na capacidade que o sector cultural mostra na satisfacción, tanto das necesidades individuais e colectivas dos membros das comunidades, como no valor engadido que consegue asignar a outras actividades económicas.

⁷² Centre for Strategy & Evaluation Services (2010), p. 21.

⁷³ Ibid.

⁷⁴ In http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-12-858_en.htm.

⁷⁵ Comisión Europea (2012 a)).

Na seguinte figura⁷⁶ sintetízase a contribución do investimento en cultura no desenvolvemento local/rexional, tendo en conta o seu carácter transversal.

<p>Aumento da Calidade de Vida O acceso a unha oferta bens e servizos culturais diversificada e de calidade é un factor definidor do nivel de calidade de vida nun determinado territorio</p>
<p>Creación de riqueza O sector cultural ten un peso crecente no produto interno bruto local/rexional</p>
<p>Aumento do investimento privado Por indución da creación de negocios conexos e complementarios aos negocios culturais e creativos</p>
<p>Creación de emprego O sector cultural recoñecese como un sector de man de obra intensivo, aínda que algún dos seus subsectores deriven da utilización das tecnoloxías de información e comunicación. O peso do emprego cultural no total do emprego local/rexional presenta na actualidade unha tendencia crecente.</p>
<p>Novas oportunidades de emprego Xeradas pola vía da dinamización do emprendemento e pola vía do establecemento de novos negocios</p>
<p>Atracción de novos talentos Territorios culturalmente desenvolvidos, e posuidores dun tecido cultural de recoñecido mérito, son atractivos para novos talentos inicien a súa actividade. Estes territorios son, tamén, máis atractivos para activos altamente cualificados</p>
<p>Aumento do ingreso de impostos Máis empresas, máis empregos, e máis produción, supoñen unha maior base contributiva, e por conseguinte, a expectativa de maiores ingresos fiscais</p>
<p>Revitalización da comunidade As iniciativas culturais e creativas contribúen, moitas veces, coa organización social, na definición da identidade cultural, o fortalecemento dos idiomas minoritarios, e á consolidación do sentimento de pertenza comunitaria. Reforza, tamén, a solidariedade e cohesión social a través do voluntariado (tantas veces esencial na concreción da oferta cultural)</p>
<p>Complementaridade e impulso doutros sectores económicos A recalificación do patrimonio, a realización de eventos, a divulgación das tradicións e a etnografía, configuran algúns exemplos de recursos para o desenvolvemento do turismo cultural</p>
<p>Valorización da diversidade, da tolerancia e da democracia Do recoñecemento das singularidades emerge a valoración da diversidade, aspecto esencial no desenvolvemento da creatividade, de contidos para a comunicación intercultural, a educación na tolerancia, e a profundización democrática</p>
<p>Retorno do Investimento Estímase que unha parte significativa do investimento efectuado en cultura reverta na propia comunidade (a través do estímulo do consumo local de bens e servizos, incluíndo o consumo efectuado polas empresas culturais que abrangue o pago de salarios e a adquisición de bens e servizos a provedores locais)</p>
<p>Desenvolvemento sostible As actividades creativas e as producións das industrias culturais son, normalmente, máis respectuosas na protección e conservación do medio ambiente.</p>

Figura 15 – Impactos do investimento en cultura no desenvolvemento local/rexional.

⁷⁶ Adaptado de Cape Cod Commission (2009), p. 6; de The Corporate Research Group (2005), p. 8 e ss.; Americans for the Arts (n.d.); Centre for Strategy & Evaluation Services (2010), United Nations Conference on Trade and Development & United Nations Development Programme (2010), pp. 23 e seguintes.

Estes impactos (sobre a economía e a sociedade) non deben ser entendidos como uniformes, porque moitos dos seus efectos positivos derivan da súa flexibilidade na adaptación ás características e contextos locais.

Por outra banda, moitos dos bens e servizos culturais e dos impactos en análise son de difícil cuantificación, xa que a respectiva base de cálculo baséase no traballo intelectual ou en activos intanxibles.

No caso portugués, a pesar de constituír o sector máis cualificado cara ao emprego nacional (25% dos activos deste sector teñen escolaridade superior ⁷⁷) trátase de un sector aveso ao risco e con baixa taxa de emprendedores que, en 2002, correspondía só 1,4% do total do emprego en Portugal⁷⁸.

De xeito similar á Unión Europea, en Portugal, as novas configuracións do traballo cultural e artístico correspondem á:

“emerxencia de empresas micro que, á vez que fan viables proxectos que, nalgúns casos, doutro modo non se realizarían, por outra banda, sofren, en xeral, de subcapitalización e falta de acceso ao mercado⁷⁹”.

O mercado cultural caracterízase por ser un mercado de proximidade que en primeira instancia, vive da demanda local. Polo tanto, é moi dependente das accesibilidades ao lugar de consumo e á eficacia das canles de distribución e comunicación utilizados.

A importancia económica da captación de demanda externa reside non só nos fluxos de entrada que representan as divisas, se non tamén, no feito de estimar que o turista cultural efectúa un gasto dúas veces superior ao do consumidor local de cultura⁸⁰.

A internacionalización das actividades e dos axentes culturais portugueses asúmese como unha panacea porque eles mesmos non dispoñen de “información específica e sistemática sobre a súa propia actividade de internacionalización⁸¹”. Esta internacionalización é, moitas veces, efectiva a partir da participación en proxectos internacionais (considerándose os de maior rendemento, os que son liderados por terceiros) sendo, con todo, difícil atopar socios internacionais que viabilizen esta forma de internacionalización⁸².

⁷⁷ Santos (2009), p. 3.

⁷⁸ Santos (2009), p. 3.

⁷⁹ Santos (2009), p. 3.

⁸⁰ Americans for the Arts (n.d.), p. 1.

⁸¹ Observatório das Atividades Culturais (2010), p. 9.

⁸² Observatório das Atividades Culturais (2010), p. 61.

España, como mercado de proximidade, xurde como o principal comprador externo de espetáculos portugueses⁸³.

Na rexión Norte de Portugal, o mercado é limitado polo reducido poder financeiro que lle é inherente, pola inexistencia de investidores activos, e pola ausencia da práctica de mecenado cultural.

O tecido cultural rexional no seu conxunto é discontinuo e pouco consistente, máis do 40% das empresas culturais e creativas existentes no Norte de Portugal corresponden a servizos de enxeñería e arquitectura, contra preto de 20% de empresas dedicadas a actividades creativas, artísticas e de espectáculos⁸⁴ empregando, o total do sector, máis de 43 mil persoas⁸⁵.

A última década rexistrou, no contexto rexional, unha crecente afirmación da importancia das empresas culturais e creativas (maioritariamente microempresas), que careceren dunha estratexia promotora de escala, a través da cooperación, así como de apoios específicos tanto para o acceso ao financiamento, como para a internacionalización . Neste contexto, a ADDICT tense convertido en promotor destas escalas a través da creación do cluster rexional das industrias creativas e culturais.

Neste mercado, o emprego non pode ser tipificado, xa que abarcar a case totalidade das súas formas: dos contratados aos profesionais liberais, pasando polos produtores independentes. O mesmo sucede con respecto á relación capital-traballo que asume tamén distintas formas: desde as grandes empresas aos microempresários⁸⁶.

Ao mesmo tempo, como mercado de traballo, o mercado cultural portugués caracterízase por abarcar activos cualificados e altamente cualificados pero, en contrapartida, fortemente marcados pola precaridade dos vínculos laborais⁸⁷.

Por exemplo, o subsector do deseño (deseño de moda, de xoias, industrial e de equipamento, de comunicación e de webs), desenvólvese maioritariamente por profesionais liberais, que conxugan proxectos individuais, con traballos por conta allea ⁸⁸. E no caso da arquitectura, asístese a un aumento da precaridade dos vínculos laborais, consecuencia da crise que atravesa o mercado inmobiliario ⁸⁹.

⁸³ Observatorio das Actividades Culturais (2010), p. 8.

⁸⁴ Datos relativos a 2009, in AECT (n.d.).

⁸⁵ Ibid., p. 190.

⁸⁶ Santos (1999), p. 2.

⁸⁷ Ibid., p. 3.

⁸⁸ Costa et al (2009), p. 54.

⁸⁹ Ibid..

É na xestión e produción cultural onde Portugal rexistra un maior déficit de profesionais, acentuado pola precaridade laboral asociada, a falta de especializacións, e cualificación nesta área⁹⁰.

No caso portugués, o grupo de empresas máis numeroso no ámbito das industrias culturais e creativas corresponde aos servizos de arquitectura e enxeñaría, con 45% do total de empresas, seguido, con 17% do total, polo comercio a venda polo miúdo de artigos culturais e creativos en tendas especializadas. Con 10% do total atópanse as empresas dedicadas a actividades de creación artística e de espectáculos, e preto desa porcentaxe, con 9%, as empresas de publicidade ⁹¹.

Como é característico das industrias culturais e creativas, tamén en Portugal, a maior parte das empresas que os integran son microempresas: o autoemprego representa o 65% do seu total, e 32% corresponde a empresas con entre 1 e 9 traballadores (datos referidos a 2011) . Só un 2,4% das empresas integradas nas industrias culturais e creativas teñen entre 10 e 49 traballadores, e só un 0,3% teñen máis de 50 traballadores⁹².

En España, segundo a División de Estadísticas Culturais, do Ministerio de Educación, Cultura e Deporte (2011), a evolución entre o ano 2000 e 2009, do Valor Engadido Bruto (VEB) e do Produto Interior Bruto (PIB) das actividades culturais non deixou de medrar. A contribución do VEB da cultura á economía española nese período supuxo un 3,2% de media, e un 3% o PIB, contribucións que se fan maiores se lle suman as actividades vinculadas coa propiedade intelectual. Neste caso o VEB ascende o 4,1% de media, e un 3,9% o PIB⁹³.

No Goberno de España, a toma de conciencia do papel que desempeñan as industrias culturais e creativas no fornecemento da innovación socioeconómica, das tecnoloxías da información, da comunicación, e do turismo, levou ao deseño de plans de fomento das industrias culturais e creativas. De 2009 a 2011 estableceríase unha serie de axudas:

“orientadas á formación de recursos humanos, ao apoio de emprendedores, a mellora da xestión empresarial, á oferta legal de contidos culturais en Internet, e ao aumento da produtividade, favorecendo o asociacionismo, a concentración empresarial e a actuación conxunta”⁹⁴.

No 2012, o recorte nos orzamentos públicos restou forza o apoio do Goberno ás ICC, máis mantivéronse diversas liñas das axudas contempladas nos planos de fomento das industrias culturais e creativas dos anos anteriores.

⁹⁰ Costa et al (2009), p. 77.

⁹¹ Ibid., pp. 47-48.

⁹² Ibid.

⁹³ División de Estadísticas Culturais (2011), p. 7.

⁹⁴ Ministerio de Cultura (2011), p. 9.

No que se refire ao emprego, tomando en consideración só os empregos directamente vinculados á cultura, a serie da última década tivo una clara liña ascendente en España ata a chegada da crise financeira. En 2008 o emprego cultural chegou a ter unhas 562 mil persoas (2,8% da poboación empregada). Con posterioridade, nos catro anos seguintes, perdeu 109 mil empregos (o 19,4% respecto 2008), aínda que mantén o seu peso no conxunto do emprego⁹⁵.

No caso galego o comportamento do emprego cultural ten un ritmo diferente a do conxunto do Estado, máis dibuxa a mesma liña de tendencia ascendente. No caso galego o cenit da serie atópase no 2009, con 33 mil empregos (2,9% do emprego). O descenso do emprego a partir dese ano vai ser máis importante en termos relativos que no conxunto do Estado, ou que no conxunto do emprego galego: 12 mil empregos menos (o 35,6% respecto 2009)⁹⁶.

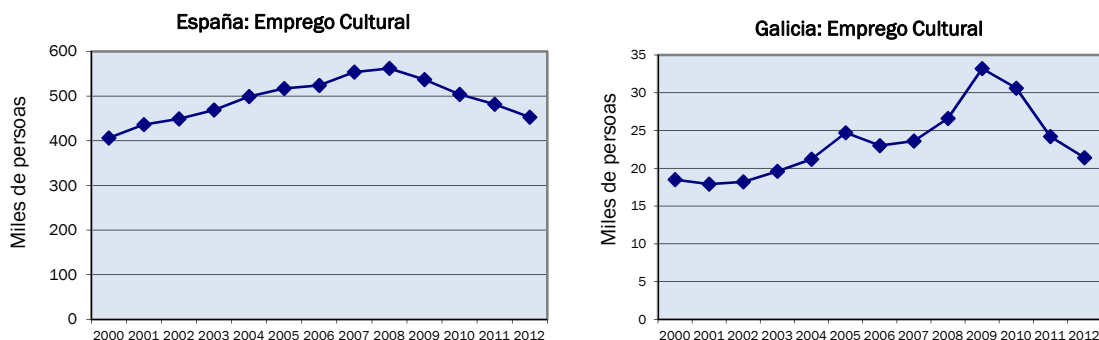


Figura 16 – Liña de evolución do emprego cultural en España e Galicia⁹⁷.

Os recursos humanos empregados na cultural posúen un importante nivel de cualificación como se pode observar na seguinte figura, que recolle a situación en España en 2011.

Nivel de estudos (Miles de persoas)			2011		Nivel de estudos (porcentaxe)		
Primario	Secundario	Superior ou equivalente	TOTAL	TOTAL	Primario	Secundario	Superior ou equivalente
15,4	166,4	299,9	481,7	100,0	3,2	34,5	62,3

Figura 17 – Emprego cultural por nivel de estudos⁹⁸.

⁹⁵ INE (2012), EPA (média anual), e Observatorio da Cultura Galega do Consello da Cultura Galego.

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid. Como se advirte na nota metodolóxica do INE, dende o ano 2008 os datos empregan a nova Clasificación de Actividades Económicas de 2009, de tal xeito que os datos ata ese ano son produto dunha estimación que tomou en consideración as taxas anteriores. E a partir de 2011, producíuse unha ruptura na serie pola adopción da nova Clasificación Nacional de Ocupacións 2011.

Con datos proporcionados polo Directorio Central de Empresas (DIRCE) do 2011, “o número de empresas en Galicia que desenvolvía as súas actividades dentro das industrias culturais e creativas ascendía a 13 543”, cunha tendencia positiva dende 2008 dun 3,4%, a contra do que estaba a suceder no resto do tecido empresarial⁹⁹.

A crise económica e financeira está a afectar o sector das ICC; a pesar de que os datos deixan entrever un potencial que non teñen outros sectores produtivos (renovación do seu tecido cara a incorporación de innovación, tecnoloxía, recursos humanos altamente cualificados, e alto valor engadido ás producións). Pero máis alo dos datos cuantitativos hai elementos cualitativos que están actuando na súa contra.

En Galicia a diferenza do acontecido no Norte de Portugal, non hai unha política cultural que procurase a integración do sector das ICC. A atomización caracterizará non só as empresas, senon tamén ás asociacións profesionais que velan por intereses que parecen moi alonxados. Existen moitas dificultades para acceder a financiamento, e as axudas públicas están a ter un importante retroceso. Isto ten unha importante repercusión nun sector no que as axudas públicas teñen sido a principal fonte de financiamento.

Ademáis, hai importantes dificultades para desenvolver mercados, tanto no mercado galego, como no mercado español ou internacional, en gran medida polas deficiencias na distribución e comercialización das producións das ICC galegas.

A figura seguinte presenta, de forma resumida, as principais características do setor cultural da Rexión Norte de Portugal e do sector cultural de Galicia.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Agrupación Europea de Cooperación Territorial (2012), p. 47.

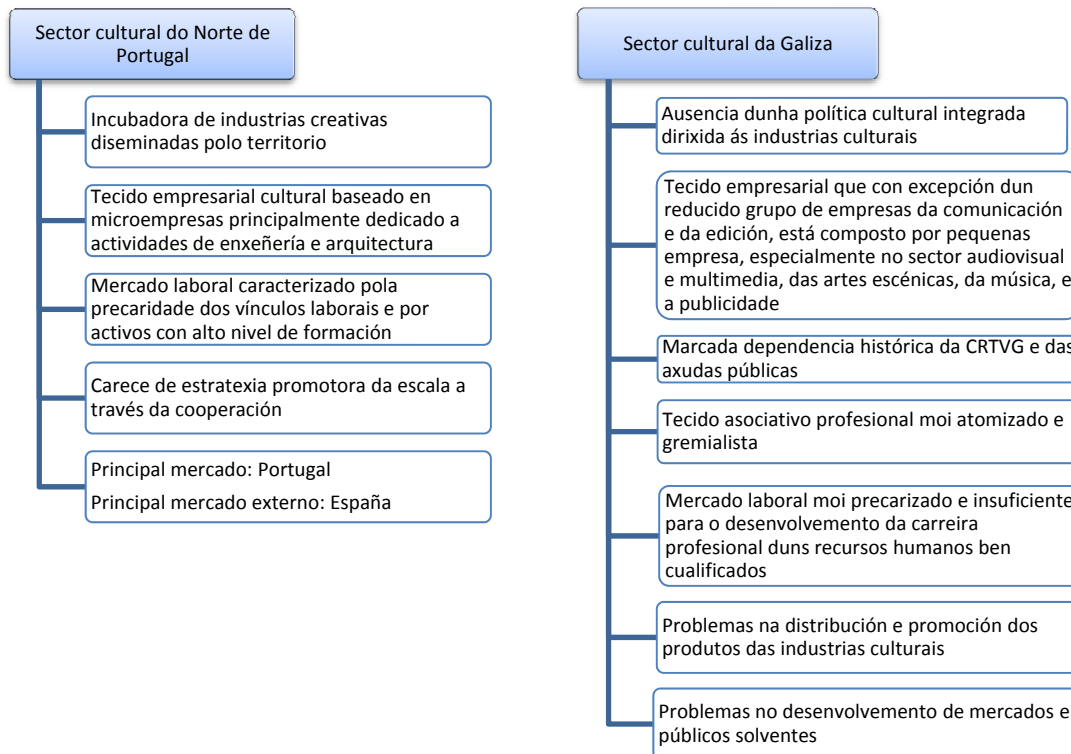


Figura 18 – Principais características do sector cultural da Rexión Norte de Portugal e de Galicia

Propostas de accións para un desenvolvemento local e rexional con base nas políticas culturais

8

I. Orientacións Estratexicas

Segundo ADDICT¹⁰⁰, na actualidade, estamos ante un novo paradigma de relación entre a economía e a cultura que aínda non se atopa totalmente recoñecido polos axentes da Eurorrexión.

A economía de hoxe é a economía do coñecemento, na que é imprescindible conciliar a produción e comercialización de produtos e servizos con actividades culturais como o deseño, ou a produción dixital. Esta nova económica, baseada na xeración de valor nun mundo global e dixital, e a súa cadea de produción, son máis que nunca unha cadea de produción de valor.

Así, o cambio do paradigma económico vén cambiar a propia filosofía de incorporación de valor engadido por parte dos recursos humanos implicados no proceso produtivo, xa que os vínculos laborais pasan a establecerse por proxecto, e non por profesión ou competencias profesionais.

Por outra banda, o propio sector cultural actual asiste a unha progresiva desmaterialización dos seus contidos, e desenvólvese nun ambiente rexido por fluxos de información e posta en común de coñecemento.

A unha cultura globalizada únese unha economía local e rexional globalizada e composta por novos negocios, que son desenvolvidos por recursos humanos cada vez máis cualificados, aos que lles falta ser transformados en empresas globais.

Estes cambios do contexto económico actual, no que as empresas e a cultura se desenvolven, crean a necesidade de concienciación de todos os axentes económicos, sociais e culturais, sobre esta modificación e as súas implicacións nas súas atribucións e tarefas (incluíndose, neste grupo de actores, as entidades locais).

Esta necesidade é, tamén, asumida pola Comisión Europea que apela ao desenvolvemento de accións concretas que teñan por finalidade promover o desenvolvemento dos sectores culturais e creativos, moi especialmente, a nivel do desenvolvemento de competencias, de facilitación do acceso ao financiamento, da implantación de novos modelos de empresa, da captación de

¹⁰⁰ Información recollida en entrevista persoal realizada ao presidente da ADDICT (29 de agosto de 2012).

audiencias, do máis fácil acceso aos mercados internacionais, e na mellora das conexións con outros sectores¹⁰¹, así como ao desenvolvemento de contidos para as aplicacións das tecnoloxías de información e comunicación, incrementando a procura ou o incremento do valor engadindo a áreas como o turismo, a industria da moda e dos bens de luxo¹⁰².

Para dar resposta a estes desafíos, e capacitar aos concellos e a Eurorrexión para o cambio e a globalización da súa economía, o presente estudo, define cinco áreas prioritarias de actuación, con vista ao desenvolvemento da cultura, e profundar na relación entre a cultura e a economía, sendo o principal obxecto, contribuir ao establecemento das sinerxias necesarias para transformar a cultura e as políticas culturais, en motores de creación de emprego.

A identificación das áreas prioritarias de actuación ten por base as conclusións do informe final do *Estudo sobre a contribución da cultura ao desenvolvemento local e rexional - evidencia dos fondos estruturais*¹⁰³ e a *Guía sobre como utilizar de forma estratéxica os programas de apoio da UE, incluídos os Fondos Estruturais, co fin de impulsar o potencial da cultura no desenvolvemento local, rexional e nacional, e propagar os seus efectos en toda a economía*¹⁰⁴, conxugados cos resultados das entrevistas realizadas no ámbito do presente traballo, así como as conclusións das actividades realizadas no marco do proxecto IMAXINA ATLANTICA.

Preténdese, desta forma, que as actuacións previstas en cada área prioritaria maximicen os impactos identificados no apartado anterior, e ao tempo, poidan dar resposta aos desafíos expostos pola *Estratexia 2020*, asegurando que a actuación das cidades e vilas asociadas ao Eixo Atlántico se realice segundo a prescrición da Política Cultural Europea.

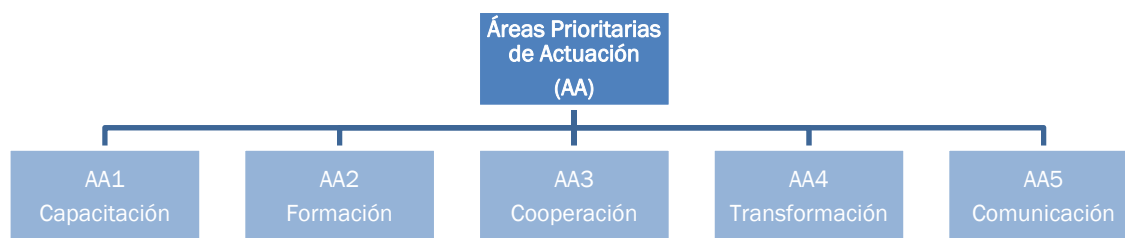


Figura 19 – Identificación das áreas prioritarias de actuación para o desenvolvemento local e rexional baseado na cultura.

As áreas de actuación identificadas como prioritarias pretenden capacitar aos concellos na utilización da cultura como indutor económico con base nos recursos xa existentes, a través da

¹⁰¹ Comisión Europea, 2012 a).

¹⁰² Comisión Europea, 2012 b).

¹⁰³ Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

¹⁰⁴ Unión Europea (2012).

formación e cualificación dos recursos humanos, a través do desenvolvemento de redes de cooperación da máis diversa natureza, transformando vilas e cidades en territorios creativos, e apostando pola correcta comunicación deste posicionamento e estratexia.

Area Prioritaria de Actuación	Descrición
AA1 Capacitación	<p>Engloba propostas de accións baseadas nos recursos endóxenos (naturais e construídos existentes nas áreas xeográficas dos municipios), partindo da identificación previa dos recursos culturais do territorio (lugares, actividades, institucións e persoas).</p> <p>As actividades creativas non son un fin en si mesmo, son antes unha ferramenta para potenciar o que xa existe.</p>
AA2 Formación	<p>Agrega propostas de acción con incidencia directa na formación e cualificación dos recursos humanos e culturais, así como aquelas que contribúen ao aumento das competencias culturais do territorio.</p> <p>Inclúe, ademais, propostas de accións que teñan como obxectivo garantir a renovación dos talentos creativos locais, tanto na perspectiva da formación continua, como na perspectiva que garanta unha resposta puntual á evolución das demandas do mercado de traballo.</p> <p>Sendo o sector cultural un sector de traballo impulsor da correlación entre educación e cultura, constitúe un factor crítico de éxito do proceso de desenvolvemento local e rexional.</p> <p>Preténdese garantir o desenvolvemento das competencias no ámbito da creatividade, do espírito empresarial, do pensamento crítico, e ata da asunción de riscos ¹⁰⁵.</p>
AA3 Cooperación	<p>Agrupa accións de cooperación entre concellos, rexións e institucións (públicas e privadas da máis diversa natureza).</p> <p>Enténdese que a cooperación configúrase como un elemento fundamental da área cultural, <u>é transversal a todas os demais eixes</u> e contribúe á creación de "ecosistemas creativos nos que son decisivos a calidade e a diversidade de socios entre diferentes sectores e tipos de axentes"¹⁰⁶.</p> <p>Para a maioría dos axentes entrevistados a cooperación é fundamental na xeración de beneficios de escala, na monetización de investimentos e no desenvolvemento de audiencias.</p>
AA4 Transformación	<p>Engloba propostas de acción especificamente deseñadas para a transformación das cidades e vilas da Eurorrexión en territorios creativos.</p> <p>A cultura é unha actividade económica para a que é especialmente relevante a innovación ao nivel dos modelos de negocio do sector cultural e creativo.</p>
AA5 Comunicación	<p>Agrega ás accións de comunicación e mercadotecnia consideradas indispensables na creación da imaxe, e á consolidación do sentimento de pertenza a os territorios, en tanto territorios creativos.</p> <p>Por conseguinte, cultura é identidade son valores diferenciadores que deben ser potenciados ao nivel do marketing territorial</p>

Figura 20 – Descrición das áreas prioritarias de actuación.

¹⁰⁵ Comisión Europea, 2012b).

¹⁰⁶ Ibid.

II. Catálogo de Acciões

As propostas de acción que se enumeran e expresan a continuación derivan do contexto antes descrito, así como dos referentes consultados, materializando e concretando as cinco áreas prioritarias de actuación establecidas no punto anterior.

Aínda que definidas dunha forma xenérica, e moitas veces complementaria entre elas, buscan asegurar a especificidade e autenticidade identitaria de cada cidade e vila, sen esquecer a necesidade de establecer formas de cooperación que aseguren a posta en común e discusión de estratexias e metodoloxías.

Ademáis, supón considerar que o investimento en cultura e a súa transformación nunha actividade creadora de emprego e de riqueza, non corresponde a un investimento de retorno inmediato ou a curto prazo, sendo, polo tanto, dependente da existencia dunha estratexia política de longo prazo coherente e xenericamente aceptada polos axentes e a comunidade local/ rexional.

Sublíñase que a dimensión patrimonial e artística (Local/Rexional/Eurorrexional) non é en si mesma lucrativa. Con todo, pode ser sempre mellor xestionada, polo que moitas das accións propostas asumen a forma de intervencións a nivel de mellora das competencias e procesos de xestión patrimonial e artística.

NOTA 1 [Área Prioritaria de Actuación 3]

A Comisión Europea¹⁰⁷ afirma que o “éxito de estratexias para os sectores culturais e creativos asenta na identificación e na mobilización de recursos culturais e creativos dun determinado territorio "requirindo a" creación de asociacións "que impliquen" a todas as partes interesadas pertinentes, públicas e privadas, co fin de reforzar nelas o sentimento de apropiación". Parece fundamental aplicar este concepto á política cultural, ben ao nivel municipal, ben ao nivel da Eurorrexión.

Por outra banda, ao contrario do que sucede noutras áreas, a “escala” recoñecese como característica fundamental para a cultura, non só polas elevadas taxas de fracaso na penetración de mercado (inherente aos procesos innovadores e de proba de creacións), senón tamén, pola necesidade de ampliar as audiencias (público-obxectivo), máis alá da realidade local. Esta escala pode ser xerada a través da cooperación entre cidades e de estruturas asociativas, moi especialmente, coas que congreguen a actividade cultural da Eurorrexión.

A pesar das oportunidades xeradas pola cooperación transfronteiriza, actualmente, a cooperación Galicia-Norte de Portugal tense concretado pola vía das relacións persoais, a través da comunicación de artistas e creativos. O Eixo Atlántico como entidade supramunicipal e de ámbito Eurorrexional, pode contribuír de forma relevante a capacitación da Eurorrexión ao nivel do desenvolvemento das industrias culturais e creativas. A participación en proxectos de cooperación europea como o IMAXINA ATLANTICA é un exemplo do seu compromiso nesta tarefa, compromiso este que pode ser consolidado mediante accións complementarias ás anteriormente identificadas.

NOTA 2:

A execución e implementación dun conxunto de accións como as que se presentan a continuación, deben ter, como punto de partida a definición dunha estratexia municipal para a cultura. Esta estratexia debe ser previamente consensada cos axentes culturais locais (públicos e privados). Ten que ser divulgada polos restantes sectores económicos locais, así como por todos os departamentos/divisións municipais, de forma que se creen as sinerxías necesarias para a xeración dunha dinámica sostida de desenvolvemento local (no que os produtos culturais se asumen como integrante esenciais do proceso produtivo das restantes actividades). Preténdese que as accións seguintes, despois de debidamente adaptadas á realidade concreta do concello, formen parte integrante dunha estratexia global de desenvolvemento intelixente.

¹⁰⁷ Comisión Europea 2012 b), p. 5.

CATÁLOGO DE ACCIONES

AA1.1

Desenvolver industrias creativas de base local

Obxectivos:

Os municipios xa teñen identificadas as súas actividades tradicionais, e as actividades produtivas locais que foron/son as máis relevantes para o crecemento e xeración de riqueza e emprego. Partindo desta identificación, deben ser establecidas liñas de coordinación estratéxica entre elas eo sector cultural, de xeito que os produtos e servizos creativos manteñan "o sentimento local e distinto, no mundo globalizado"¹⁰⁸.

Implantación:

Realización de reunións de grupo cos axentes a implicar para definir cales son os produtos e actividades a desenvolver segundo patróns artísticos e creativos, e a prioridade polo que deben ser desenvolvidos.

Resultados esperados:

- Aumento do valor engadido dos produtos locais e das actividades tradicionais
- Valoración da identidade local como activo comercial
- Recuperación e conservación do patrimonio etnográfico
- Fortalecemento do sentimento de pertenza por parte da comunidade local

Axentes a implicar:

- Concello
- Empresarios
- Artesáns
- Creativos

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

AA1

Capacitación

AA1.2

Dotar de novos usos ao patrimonio edificado local

Obxectivos:

Grazas aos diversos programas de financiamento estatal e comunitario rexistrouse, nos últimos anos, unha forte revalorización do patrimonio edificado local. Moitas destas infraestruturas constitúen actualmente unha importante responsabilidade financeira para os gobernos autónomos, no que se refire a súa conservación e mantemento.

Estes custos poden ser compartidos con creadores, autores e artistas que aí se establezan.

Implantación:

Selecciónanse os usuarios do espazo recuperado mediante regulamento que estableza, como condición principal de acceso ao mesmo, a presentación dun proxecto de valoración económica da actividade cultural que se desexa instalar, ou dun proxecto de creación do propio emprego baseado no desenvolvemento de actividades de cariz cultural.

Resultados esperados:

- Establecemento dun proceso colaborativo de xestión sostible dos recursos patrimoniais, a través do cal se reparten os custos de conservación e mantemento do edificado entre o concello e os usuarios
- Creación e desenvolvemento de actividades produtivas a nivel local
- Promoción do emprendemento e da creación do propio posto de traballo, a través da "disponibilidade" dun espazo para a instalación dos novos negocios, propiciando a redución dos seus custos fixos

Axentes a implicar:

- Concello
- Creativos
- Emprendedores

Grao de implicación:

Medio

Observacións:

¹⁰⁸ BOP Consulting (2012), p. 8.



**AA1.3
Revitalizar os centros históricos**

Obxectivos:

Un dos principais constrinximentos e retos que as entidades locais afrontan hoxe, é a recuperación dos seus centros históricos (que, no caso portugués, estáse a cubrir cos investimentos municipais en rehabilitación urbana), así como a respectiva dinamización social. Neste último caso, é urxente atraer persoas e actividades para crear experiencias significativas nos centros históricos.

A recuperación e dinamización pode ser desenvolvida facilitando o acceso de autores, artistas e creadores, a estas áreas.

Implantación:

Facilitar o acceso de autores, artistas e creadores, a estas áreas mediante o establecemento de acordos de cooperación.

A cambio do espazo cedido, estes profesionais comprométense a desenvolver a súa rehabilitación e adaptación ás actividades que aí se propoñen desenvolver.

A asignación de espazos realizase de acordo cun regulamento municipal creado a tal efecto e mediante a presentación de proxecto¹⁰⁹.

Resultados esperados:

- Desenvolvemento da urbandade necesaria para a consolidación da demanda cultural
- Rehabilitación do patrimonio dos centros históricos
- Dinamización social dos centros históricos tomando en consideración os atractivos a visitar e a vivenda

Axentes aimplicar:

- Concello
- Creativos
- Emprendedores

Grao de implicación:

Medio

Observacións:

¹⁰⁹ A avaliación dos proxectos gañadores debe encadrarse como o proposto polo Ministerio de Cultural (2010, p. 1.26) nun "sistema de incentivos baseado no mérito relativo, na masa crítica e na [súa] valía económica".

AA1.4

Transformar ás bibliotecas municipais en espazos de creación de coñecemento

Obxectivos:

As bibliotecas municipais constitúen un dos principais elementos de conexión entre a cultura e a economía.

Elas proporcionan, a través da súa constante actualización, e grazas á desmaterialización dos contidos culturais, importantes fontes de información —maioritariamente libre e gratuita—, dispoñibles para o desenvolvemento da investigación nos máis diversos campos.

Neste ámbito, elas deben ser entendidas como espazos de creación, de coñecemento á sociedade, á comunidade e, fundamentalmente, ao desenvolvemento económico.

Implantación:

En colaboración coas entidades de ensino (escolas, universidades, institutos...), e centros de investigación, elaboraranse programas de promoción do acceso e uso para a investigación das fontes bibliográficas dispoñibles nas bibliotecas municipais, para crear hábitos e competencias no ámbito da investigación.

Estes programas deberán ser capaces de xerar proxectos innovadores de promoción económica e social de base cultural.

Resultados esperados:

- Identificación e uso das bibliotecas como centros de coñecemento
- Potenciación dun novo modelo de xestión para as bibliotecas municipais
- Implantación dun modelo construtivista de adquisición de coñecementos e habilidades con vistas á innovación e ao emprendemento
- Desenvolvemento de proxectos de base cultural

Axentes a implicar:

- Concello
- Escolas
- Universidades
- Investigadores
- Creativos

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

Os recursos humanos responsables da posta en marcha destes programas deben ter formación específica para o seguimento e control dos seus resultados

AA1.5

Dotar aos museus municipais dunha xestión máis eficiente

Obxectivos:

Os museos municipais son, probablemente, os espazos municipais culturais que máis carencias denotan a nivel de implantación dunha xestión eficiente dos recursos que posúen. Non sendo equipos que, por natureza deban ou poidan chegar a ser lucrativos, pasa a ser fundamental que se transformen en máis que unha mera mercancia ou nunha atracción turística, a través da diversificación das actividades que facilitan. Imporíta, pois, revisar o paradigma de xestión, e da xestión para a acción, deixando de centrarse só no consumo, apostando pola produción de bens e servizos culturais que permitan unha maior monetización dos seus recursos (materiais e inmateriais).

Implantación:

En colaboración cos axentes culturais locais establecerase a estratexia de diversificación da actividade dos museos. Entre elas deben incluírse:

- Cesión de áreas específicas dos museos para espazos de creación (temporal ou permanente)
- Cesión de áreas específicas dos museos para espazos de exposición temporal e comercialización de obras de autores e creadores locais
- A definición, dentro da zona museolóxica, de espazos de venda de artigos de promoción (incluídos os relativos á arte dixital), preferentemente desenvolvidos en colaboración cos autores e creadores locais

O acordo de colaboración establecerá os pagos/ou dereitos de autor, relativos ao retorno monetario xerado polas actividades de cesión do espazo, e pola venda de obras e artigos de promoción.

Resultados esperados:

- Mellora dos resultados de xestión dos museos municipais
- Transformación dos museos municipais en espazos creativos e de contacto con diversas expresións artísticas
- Desenvolvemento de negocios creativos
- Promoción de novas áreas de emprendedores cultural
- Sensibilización da comunidade local para as diversas formas de arte
- Desenvolvemento do sentimento de pertenza

Axentes a implicar:

- Concello
- Empresarios
- Artesáns
- Creativos

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

Os recursos humanos responsables da xestión dos museos deben ter formación específica na área da xestión dos recursos culturais.

En función das necesidades locais, a presente acción pode ser adaptada a outros equipamentos culturais como as bibliotecas, os auditorios ou teatros municipais.

AA1.6

Transformar os museos municipais en elementos de cambio para da cidade creativa

Obxectivos:
 Tal como se indica na acción anterior, importa capacitar aos museos municipais para actividades novas e diferenciadoras.
 Estes equipos poden servir de referencia para o desenvolvemento e promoción de redes de cooperación entre os creativos interesados en desenvolver as súas actividades neses espazos.

Implantación:
 Propónse un novo paradigma de xestión dos museos municipais abrindo á comunidade e transformándoos en lugares de encontro e de convivencia, en espazos de experimentación e de diálogo, un lugar aberto e participativo.
 As actividades desenvolvidas polo e no museo estarán centradas no visitante/usuario, garantindo que non haxa perda da memoria colectiva e valorando a historia.
 O museo asumese, en primeira instancia, como unha institución promotora da reflexión e análise crítica do futuro.

Resultados esperados:
 - O museo asume a centralidade do proceso de reflexión sobre a sostibilidade e crecemento da cidade
 - Definición de novos usos para os museos municipais
 - Desenvolvemento de novos públicos e audiencias para os museos municipais
 - Desenvolvemento de redes de cooperación e de posta en común de coñecementos entre os axentes privados, e entre axentes públicos e privados

Axentes a implicar:
 Concello
 Comunidade local
 Creativos

Grao de implicación:
 Elevado

Observacións:
 O éxito da implantación desta acción depende da capacidade do municipio de implicar os creadores de opinión locais, e o tecido cultural e creativo existente

AA1.7

Racionalizar a selección dos investimentos a desenvolver en eventos de elevado potencial

Obxectivos:

Dunha forma xeral, as entidades locais teñen apostado polo desenvolvemento de eventos de cariz cultural que, moitas veces, admitense como iconos dos seus territorios. Estes eventos atraen aos máis diversos públicos, pero o sostemento e continuidade a longo prazo depende esencialmente do financiamento local, a pesar do retorno directo e indirecto que poidan xerar para a comunidade local.

Atendendo á forte redución de recursos financeiros a que se atopan actualmente suxeitos os concellos, é preciso racionalizar opcións e desenvolver investimento en eventos que mostren ter, a longo prazo, a capacidade de consolidarse e autofinanciarse.

Implantación:

O goberno local debe concentrar os recursos dispoñibles só nos acontecementos que demostren xerar maior retorno en termos de atractivo, creación de riqueza, e creación de emprego.

Por esa razón deben ser elaborados estudos comparativos sobre a rendibilidade, co fin de estimular o investimento realizado en eventos/megaeventos, de forma que se poida identificar aqueles que mellor cumpren as necesidades da comunidade local, e que máis contribúen ao desenvolvemento da economía local.

Para os eventos seleccionados créanse equipos de profesionais (internos ou subcontratados) que, ano tras ano, se especialicen na súa concreción (organización, divulgación, promoción, seguimento ...). Estes equipos desenvolven a súa actividade de acordo cun plan plurianual de acción previamente concertado, debidamente encadrado nos obxectivos, tanto da política cultural, como da política de desenvolvemento económico municipal, responsabilizándose do cumprimento de obxectivos cuantitativos e cualitativos que lle son previamente asignados.

Resultados esperados:

- Consolidación dos eventos máis relevantes para o municipio e para a comunidade local
- Maior rendibilidade do investimento realizado nos eventos municipais

Axentes a implicar:
Concello

Grao de implicación:
Elevado

Observacións:

AA2.1

Incluir ao sector creativo na formación para o emprendemento

Obxectivos:

En varios municipios teñense realizado accións de formación (organizados polas entidades locais, asociacións de comerciantes e/ou empresariais, axencias de desenvolvemento local, ...), seminarios e obradoiros dedicados á promoción do emprendemento e dos novos emprendedores, que interesa ampliar ao sector das industrias culturais e creativas co fin de incluír aos seus axentes e traballadores no tecido empresarial local.

Implantación:

O municipio asume, nesta acción, un papel fundamental, non só como organizador de eventos de promoción e formación do emprendemento e de novos emprendedores, que inclúan e/ou habiliten a creadores, autores e artistas como empresarios, senón tamén, como sensibilizador da importancia da inclusión deste público nos eventos de formación para emprendedores que promoven outras institucións local ou rexionalmente.

Este tipo de eventos contribúen á sostenibilidade da empresa artística ou cultural privada, e prepara e facilita que autores e artistas establezan relacións de cooperación con outros empresarios, para que os debates se realicen sobre un mesmo nivel de coñecemento de xestión económico-financeira.

Resultados esperados:

- Cualificación dos actores culturais conferíndolles competencias de xestión
- Capacitación dos axentes culturais para emprendedores
- Promoción e apoio á creación de empresas culturais e creativas
- Maior implicación dos axentes culturais co tecido empresarial local/rexional

Axentes a implicar:

Concellos
Asociacións de comerciantes
Asociacións/axencias representativas do sector das industrias culturais e creativas
Escolas e centros de formación

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

AA2
Formación



AA2.2

Facilitar a presentación do traballo cultural e creativo ao tecido empresarial

Obxectivos:

Ao nivel do emprendemento, cabe aínda que os concellos faciliten información que permita o desenvolvemento de novos negocios que enmarquen e valoren a Política Cultural Municipal, polo que se propón o desenvolvemento de seminarios/obradoiros dedicados á presentación dos valores culturais locais aos mozos investidores e/ou emprendedores.

Implantación:

En colaboración coas asociacións de comerciantes locais, as escolas e centros de formación, as asociacións/oficinas representativas do sector das industrias culturais e creativas (en especial, coa colaboración da ADDICT e AGADIC), organizaranse seminarios/obradoiros dedicados á presentación dos valores culturais aos novos investidores e/ou emprendedores.

Estes seminarios poden propor temas como por exemplo, o patrimonio arquitectónico municipal (histórico ou actual), nos que os participantes son invitados a realizar aportacións de ideas sobre posibles usos e empresas con base/orixe nese patrimonio (desenvolvemento de percursos guiados para turistas ou para estudantes de arte, desenvolvemento de películas promocionais sobre/ou con referencia aos elementos patrimoniales presentados, identificación de usos alternativos para o edificado, ...)

Resultados esperados:

- Cualificación dos actores culturais aportandolles máis e mellor información sobre os valores culturais e identitarios do municipio
- Capacitación dos axentes culturais para emprendedores
- Promoción e apoio á creación de empresas culturais e creativas
- Difusión do patrimonio cultural municipal
- Implicación da comunidade local na definición dos usos a atribuír ao patrimonio cultural e a súa posta en valor
- Creación/desenvolvemento de masa crítica local

Axentes a implicar:

Concellos
Asociacións de comerciantes
Asociacións/axencias representativas do sector das industrias culturais e creativas
Escolas e centros de formación

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

AA2.3

Capacitar os profesionais culturais para facilitar a integración dos negocios culturais e creativos no tecido empresarial

<p>Obxectivos: Ocuparse de capacitar aos empresarios culturais (sexan eles autores, creadores e/ou artistas) na xestión da empresa e na actividade comercial propiamente dita, propondo “un dobre perfil de competencias: formal e informal, cultura e economía, especialista e interdisciplinar”^{110 111}.</p> <p>Implantación: Esta capacitación pode ser conseguida co apoio das universidades da Eurorrexión, actores locais que coñecen a realidade socioeconómica onde se atopan inseridos, e que dispoñen dun corpo docente apto para o desenvolvemento de proceso formativos nesta área, adecuados á realidade e tecido empresarial local. Estes axentes desenvolven cursos, graduacións ou post-graduacións, dedicadas á xestión cultural, incluíndo temáticas de xestión comercial, xestión financeira, e xestión económica de bens, servizos e empresas culturais. Neste ámbito, os concellos asumen un papel de colaborador e divulgador, contribuíndo á creación dos cursos pero, esencialmente, divulgandoos e facilitando o acceso dos axentes culturais locais aos mesmos.</p> <p>Resultados esperados: - Cualificación de nivel superior dos actores culturais conferíndolles competencias de xestión - Adaptación da oferta formativa ás necesidades do mercado</p>	<p>Axentes a implicar: Concellos Asociacións de comerciantes Asociacións/axencias representativas do sector das industrias culturais e creativas Escolas e centros de formación</p>
	<p>Grao de implicación: Medio</p>
	<p>Observacións:</p>

¹¹⁰ ADDICT (2009), p. 44.

¹¹¹ De acordo co CCDR-N (2008, p. 37) os empresarios culturais e creativos posúen “reducidas competencias de xestión e dificultade en transformar as súas ideas en produtos comercializables”.

AA2.4

Capacitar aos xestores públicos dos espazos culturais

Obxectivos:

Pola súa propia natureza, non todas as actividades creativas e culturais desenvolvidas polo municipio son susceptibles de ser identificadas como lucrativas ou comerciais. Neste contexto, é esencial dotar aos xestores culturais municipais de competencias de xestión dos recursos culturais (facendoa máis eficiente).

Os xestores públicos dos espazos culturais deben ser conscientes de que é a súa competencia buscar a mellor forma de xestionar os equipos ao seu cargo (buscando sempre utilizar da mellor forma os recursos dispoñibles para a súa concreción).

Implantación:

Esta capacitación pode ser garantida a través de formación específica, de ser incluída nos plans anuais de formación dos gobernos locais.

Esta formación debe asegurar as competencias necesarias para a mellor xestión dos recursos culturais municipais co fin de racionalizar, e rendibilizar, o investimento municipal en cultura, así como as competencias relacionadas coa creación do «gozo» cultural e o desenvolvemento de audiencias, apostando pola creación do hábito de consumo cultural (especialmente entre os máis novos), como forma de incrementar a demanda de medio e longo prazo de bens e servizos culturais, e garantir a inclusión cultural da poboación local.

Debe ser orientada á preparación destes axentes públicos para "o establecemento de contratos de prestación de servizo por obxectivos".

Resultados esperados:

- Mellora da xestión cultural municipal
- Mellora das cualificacións e competencias dos funcionarios municipais da área cultural
- Racionalización dos gastos municipais
- Creación/desenvolvemento de audiencias

Axentes a implicar:
Concello

Grao de implicación:
Elevado

Observacións:

AA2.5

Apostar pola formación artística cualificada

Obxectivos:

A pesar dos numerosos cursos superiores existentes na Eurorrexión na área cultural, e industrias culturais e creativas, púidose indagar que non se atopa suficientemente desenvolvida unha formación artística cualificada, que eleve o nivel dos bens e servizos culturais aquí producidos a nivel internacional, permitindo deste xeito, ampliar o abano de mercados compradores da cultura producida na eurorrexión.

Implantación:

No marco desta acción corresponde aos concellos, apoiar a creación de cursos de formación artística cualificada, en especial nas escolas (incluíndo as de ensino superior), e centros de formación que xa imparten formación artística.

O apoio prestado debe ir máis aló da mera divulgación e apoio á promoción dos cursos, pódese apoiar a acollida de profesores/formadores con currículos recoñecidos internacionalmente, ou conceder bolsas de estudos para alumnos que demostren potencialidades por riba da media na área artística na que se realiza a formación.

Resultados esperados:

- Promoción da creación artística
- Capacitación de alto nivel e de recoñecemento internacional dos recursos humanos culturais
- Atracción de mozos profesionais
- Mellora da oferta cultural local

Axentes a implicar:

Escolas e centros de formación
Asociacións/axencias representativas do sector das industrias culturais e creativas
Concellos

Grao de implicación:

Baixo

Observacións:

<p>AA3 Cooperación</p>	<p>AA3.1 Crear un catálogo de cursos e profesiones sobre as industrias creativas</p> <p>Obxectivos: A Eurorrexión posúe unha ampla variedade de cursos universitarios que forman profesionais para as industrias creativas pero cuxas saídas profesionais e contidos curriculares son descoñecidos da sociedade en xeral, e do tecido empresarial en particular. Por outra banda, a entrada no mercado de traballo destes profesionais non ten contribuído para o rexuvenecemento do tecido económico, social e cultural das cidades. Importa pois, facilitar esta información de xeito sistematizado. Implantación Propónse a elaboración dun catálogo de cursos e profesións sobre as industrias creativas, que os relacione coas saídas profesionais reais que os mesmos atribuen.¹¹² A produción deste catálogo debe efectuarse en cooperación coas universidades e as asociacións empresariais, debendo ser de acceso doado e xeneralizado, así como de fácil actualización, e preferentemente, facilitado a través de internet. Resultados esperados: - Facilidades do acceso dos profesionais da cultura ao mercado de traballo - Difusión, entre o tecido empresarial, dos cursos culturais existentes na Eurorrexión - Difusión, entre o tecido empresarial, das potencialidades que os profesionais culturais formados na Eurorrexión poden representar para a súa empresa - Retención, na Eurorrexión, de cadros culturais cualificados</p>	<p>Axentes a implicar: Eixo Atlántico Concellos Asociacións de comerciantes ADDICT AGADIC Dirección Rexional de Cultura do Norte Institucións de ensino superior</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións: Acción de cooperación con influencia directa na AA1</p>
----------------------------	---	--

¹¹² De acordo coa CCDR-N (2008, p. 60) existen máis de 90 cursos, que acollen anualmente máis de 3 500 alumnos. na Rexión Norte de Portugal, no ámbito da cultura e das industrias creativas.

AA3.2

Crear complementariedades entre cidades (1)

Obxectivos:

Como xa se indicou anteriormente, é nas áreas metropolitanas da Eurorexión nas que se ten concentrado o investimento no desenvolvemento das industrias culturais e creativas, feito xustificado polas dinámicas sociais e de poboación destas áreas que lle otorgan escala aos negocios e actividades culturais aplicadas.

Tal feito impón a creación de redes entre cidades e vilas, que doten de escala aos espazos intermedios mediante a posta en valor da complementariedade que poden desenvolver entre todos eles.

Implantación:

Esta acción debe iniciarse polo estudo das potencialidades e estado de desenvolvemento das industrias culturais e creativas nas cidades asociadas ao Eixo Atlántico.

Con base nos resultados aí obtidos, deberá ser delineada a estratexia de integración da (s) rede (s) entre cidades e vilas.

Estas redes son desenvolvidas tendo como obxectivo principal o establecemento de escalas para as actividades culturais desenvolvidas por cada unha das cidades por si mesma, ou polo seu conxunto.

A estratexia a desenvolver debe ser capaz de implicar ás áreas metropolitanas da eurorexión, atopando complementariedades que doten a todos os implicados de máis atractivos fronte aos públicos internos e externos, buscando establecer e promover os valores culturais da Eurorexión.

Esta actividade deberá ser liderado polo Eixo Atlántico como entidade representativa das cidades implicadas.

Resultados esperados:

- Fortalecemento das relacións de cooperación entre vilas e cidades no nivel cultural
- Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na esfera cultural
- Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional
- Desenvolvemento de escalas de nivel intermedio
- Establecemento e afirmación dos valores identitarios comúns da Eurorexión
- Aumento da atractiva cultural das vilas e as cidades medias

Axentes a implicar:

Eixo Atlántico
Concellos

Grao de implicación:

Moderado

Observacións:

O desenvolvemento desta acción deberá, tamén, ter en conta os resultados obtidos para a acción AA1.7

Acción de colaboración con influencia directa na AA1 e AA5

AA3.3

Crear complementariedades entre cidades (2)

Obxectivos:

Como complemento da actividade anterior, destácase que a colaboración entre cidades, especialmente entre as cidades pertencentes á(s) rede(s) intercidades, atinxe tamén a programación, para evitar a duplicación de eventos ou a competencia directa polos mesmo público/audiencias, nas mesmas datas.

Implantación:

Debe ser realizado un catálogo exhaustivo das infraestruturas culturais existentes na Eurorrexión, así como da programación cultural municipal relevante que se realiza neses espazos.

Trala clasificación dos eventos e actividades incluídas na programación, agrúpanse aos municipios e/ou as infraestruturas en función de tipoloxías.

Para estas agrupacións establécese unha rede de programación que potencie o uso eficiente dos recursos, maximice audiencias, e garanta á comunidade un servizo cultural de maior calidade.

Nota 1: a agrupación por tipo de equipo debe incluír todos os equipos con funcións culturais similares. Por exemplo, a rede de teatros debe incluír non só aos teatros municipais, se non tamén todos aqueles equipamentos culturais onde se desenvolvan actividades similares aos que ofrecen os teatros, sexan eles auditorios ou espazos multiusos.

Nota 2: a axenda cultural do Eixo Atlántico é un dos exemplos de actividades a incluír no presente acción

Resultados esperados:

- Mellora da xestión dos equipamentos culturais eurorrexionais
- Aumento do atractivo cultural das vilas e cidades medias
- Fortalecemento das relacións de cooperación entre vilas e cidades na área de cultural
- Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas en cultural
- Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional
- Desenvolvemento da proporción dos recursos (escalas) no nivel intermedio
- Establecemento e afirmación dos valores identitarios comúns da Eurorrexión

Axentes a implicar:
Eixo Atlántico
Concellos

Grao de implicación:
Moderado

Observacións:
Acción de
cooperación con
influencia directa na
AA1

AA3.4

Desenvolver a rede de film commissions da Eurorrexión

Obxectivos:

A actuación das *film commissions* acontece, na maioría das veces, desencadrada da política municipal da mercadotecnia territorial, e sen conexión cos responsables da política cultural municipal.

Sendo evidente a unidade e relevancia dos lugares e do patrimonio (histórico e edificado) da Eurorrexión, a acción das *film commissions* é decisiva para a afirmación deste territorio, e para a difusión da súa cultura e recursos culturais.

A actuación destas entidades pode ser fundamental para por exemplo, a difusión, información, sobre os lugares Patrimonio da Humanidade existentes na Eurorrexión mediante canles de distribución de ancho espectro.

A maximización das actuacións das *film commission*, e o seu nivel de desempeño e alcance na captación de curtametraxes, longametraxes, películas, documentais ou outros, será posible se entre todas desenvolven un traballo de colaboración na divulgación da Eurorrexión, para a captación de eventos cinematográficos e televisivos de ámbito internacional.

Implantación:

A consolidación da cooperación entre as vilas e cidades da Eurorrexión debe implicar, o establecemento dunha rede de *film commissions* dedicada, non só para a posta en común de experiencia, coñecemento e contactos, se non tamén, e principalmente, para ocuparse do desenvolvemento e implantación dunha política de acción de atracción de produtores cinematográficos e de televisión; tense que poder garantirarlles non só unha ampla diversidade de escenarios únicos, se non tamén, o potencial humano aquí existente (actores, figurantes, escritores...).

A implantación desta acción iniciase coa definición conxunta das áreas de cooperación e das posibles actividades colaborativas a desenvolver. É importante, ademais, establecer unha bolsa de posibles patrocinadores, así como cualificar os recursos humanos destas institucións para a realización de vendas e desenvolvemento de accións de mercadotecnia rexional a nivel internacional.

É fundamental que todas as accións desenvolvidas establezan formas de control do reembolso por elas xerado (incluídos os relativos á notoriedade do territorio e ao impacto no turismo).

Resultados esperados

- Reforzo da identidade da Eurorrexión
- Desenvolvemento de novas formas de mercadotecnia territorial, tamén dedicada á potenciación do atractivo do territorio
- Fortalecemento das relacións de cooperación entre vilas e cidades de nivel cultural
- Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas a nivel cultural
- Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional

Axentes a implicar:

- Eixo Atlántico
- Concellos
- Film commissions*
- Patrocinadores

Grao de implicación:

Moderado

Observacións:

Acción de cooperación con influencia directa na AA1 e AA5

AA3.5

Ampliar as áreas de complementariedade entre vilas e cidades nos diversos ámbitos da cultura

<p>Obxectivos:</p> <p>Unha das áreas culturais de maior impacto comercial céntrase na compra e venda de obras de arte das máis diversa natureza.</p> <p>Moitas cidades afirmanse e diferéncianse, a nivel internacional, como centros especializados na comercialización de arte e antigüidades, atraendo autores e creadores (con recoñecemento internacional, e debido a isto, novos talentos).</p> <p>Atendendo á forte competencia comprobada neste mercado específico, considérase fundamental a creación dunha economía de escala que garanta a competitividade necesaria.</p> <p>Implantación:</p> <p>Así, e co fin de crear condicións de competitividade da Eurorrexión no mercado das artes, propónse que a rede de cooperación entre as cidades inclúa unha rede de galerías de arte.</p> <p>Esta rede desenvolverá, para as cidades asociadas ao Eixo Atlántico un calendario único de exposicións e poxas como forma de crear mercado, fluxos financeiros e atracción, desenvolvendo novas canles de distribución e ampliando os mercados potenciais para os creadores da Eurorrexión.</p> <p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Afirmación da Eurorrexión como mercado internacional da arte - Penetración en novos mercados culturais - Potenciación do atractivo do territorio - Desenvolvemento de novas formas de mercadotecnia territorial - Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidades de nivel cultural - Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas a nivel cultural - Mator afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional 	<p>Axentes a implicar:</p> <p>Concellos Eixo Atlántico Galerías de arte Salas de subasta</p> <hr/> <p>Grao de implicación:</p> <p>Elevado</p> <hr/> <p>Observacións:</p>
---	---

AA3.6

Desenvolver programas de intercambios profesionais

<p>Obxectivos:</p> <p>A consolidación da actividade cultural, como actividade potenciadora do desenvolvemento e afirmación da Eurorrexión, debe basearse na xeneralización de programas de intercambios profesionais de carácter duradeiro, que permitan o efectivo desenvolvemento de competencias profesionais en contexto real de traballo (<i>learn by doing</i>).</p> <p>Implantación:</p> <p>O Eixo Atlántico, como rede de cooperación de municipios da Eurorrexión garante as condicións necesarias para a posta en marcha de programas de intercambios de profesionais e de axentes culturais.</p> <p>Esta práctica é xa realizada, aínda que de forma desarticulada, por varias entidades e municipios da Eurorrexión (en especial, entidades privadas), carecendo dunha organización que potencie a súa consolidación e facilite o acceso do maior número posible de axentes e profesionais .</p> <p>As entidades locais deben colaborar nesta acción, asumindo o papel de axentes emisores e receptores dos profesionais implicados nos programas de intercambio.</p> <p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cualificación dos actores culturais aportandolles máis e mellor información sobre os valores culturais e identitarios da Eurorrexión - Capacitación dos axentes culturais - Apoio ao emprego cultural - Divulgación das competencias dos profesionais culturais da Eurorrexión - Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidades na área da cultura - Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na área da cultura - Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional 	<p>Axentes a implicar:</p> <p>Eixo Atlántico Concellos Axentes culturais</p>	<p>Grao de implicación:</p> <p>Elevado</p> <p>Observacións:</p> <p>Esta acción pode ser profundada a través da creación de programas asociados ás residencias de artistas</p> <p>Acción de colaboración con influencia directa na AA2</p>
---	---	---

<p>AA3.7 <i>Estabelecer o día Eurorrexional do Patrimonio</i></p>	<p>Obxectivos: A afirmación da Eurorrexión como territorio cultural esixe a posta en marcha de accións concretas que teñan por finalidade a creación e consolidación da identidade Eurorrexional. Este recoñecemento parte, en gran medida, do coñecemento e recoñecemento dos elementos culturais compartidos, en especial, o da comunidade que lle dá vida ao territorio.</p> <p>Implantación: Considérase que a creación do sentimento de pertenza e de identidade se pode alcanzar a través de actividades como establecemento do día Eurorrexional do Patrimonio. Neste día, a través dunha estratexia de actuación conxunta das cidades do Eixo Atlántico, realizaríanse actividades comúns/idénticas en todos os equipamentos culturais das cidades do Eixo Atlántico (por exemplo, ese día os equipamentos culturais accesible ao público abriríanse de forma gratuíta e en horarios ampliados).</p> <p>Resultados esperados: - Reforzo da identidade da Eurorrexión - Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidades na área da cultura - Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na área da cultura - Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional</p>	<p>Axentes a implicar: Concellos Eixo Atlántico</p>	<p>Grao de implicación: Elevado</p>	<p>Observacións: Acción de cooperación con influencia directa na AA1 e AA4</p>
<p>AA3.8 <i>Desenvolvemento da feira do libro da Eurorrexión</i></p>	<p>Obxectivos: Como mencionou a acción anterior, a afirmación da Eurorrexión como territorio cultural esixe a posta en marcha de accións concretas que teñan por finalidade a creación e consolidación da identidade Eurorrexional. A creación e consolidación do emprego cultural neste territorio depende do desenvolvemento de canles de comunicación e distribución eficiente e apropiados. A Eurorrexión conta cun amplo número de autores e obras literarias reconecidas internacionalmente, así como cunha relevante produción literaria anual (facilmente verificable polo número de presentacións de novas obras que constan nas axendas culturais das cidades do Eixo Atlántico).</p> <p>Implantación: De cara a poñer en valor e difundir esta produción, propónse a creación da Feira do Libro da Eurorrexión. Ademais de dotar de escala a un evento de recoñecido valor cultural (e que ocorre en todas as cidades asociadas do Eixo Atlántico), podería proporse como un evento de nivel Ibérico, impulsando o reembolso do investimento realizado coa súa organización a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación dun espazo exclusivamente dedicado aos autores do Norte de Portugal e de Galicia • Organización de seminarios, obradoiros e faladoiros, como actividades paralelas, coa presenza de nomes consagrados da cultura da Eurorrexión • Presentación de obras de novos talentos, comentadas por autores consagrados <p>Resultados esperados: - Apoio á consolidación e desenvolvemento das profesións culturais relacionadas coa literatura - Atracción de novos públicos aos que se dá a coñecer a cultura da Eurorrexión - Reforzo da identidade da Eurorrexión - Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidades na área da cultura - Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na área da cultura - Maior afirmación do Eixo Atlántico como entidade eurorrexional</p>	<p>Axentes a implicar: Concellos Eixo Atlántico Autores Editoras</p>	<p>Grao de implicación: Elevado</p>	<p>Observacións: Acción de cooperación con influencia directa na AA5</p>

AA3.9

Crear gabinetes de apoio ás indústrias culturais e creativas – observatório

Obxectivos:

A maioría das cidades asociadas ao Eixo Atlántico teñen gabinetes de atención ao empresario/cidadán, facendo relativamente rápido e con baixo custo adaptalo, tamén, para a prestación de servizos de apoio aos negocios (industrias) culturais e creativos.

Nalgunhas cidades parece, inclusive, accesible crear despachos específicos de apoio ás industrias creativas.

En ambos casos deben tratarse de despachos dedicados a fomentar e incrementar o emprendemento empresarial e a innovación, asumindo ao mesmo tempo a función de observatorios do seu desenvolvemento na Eurorexión.

Implantación:

En primeira instancia, estes despachos (sexan adaptacións de oficinas de apoio ao empresario xa existentes, ou gabinetes de apoio ás industrias culturais e creativas), deben ser dotados de ferramentas e recursos humanos capaces de apoiar aos empresarios creativos no desenvolvemento dos seus propios proxectos de financiamento.

En especial deben estar preparados para responder a necesidades tan específicas como fundamentais, no ámbito dos negocios e profesións culturais, como son o rexistro de patentes ou os procesos de protección da propiedade intelectual.

Proponse que se impliquen como socios preferenciais na implantación desta acción, as asociacións rexionais das industrias culturais e creativas ADDICT e AGADICT polo coñecemento que teñen do sector, dos seus axentes e pola dinámica de actividade cooperativa que demostran.

Estes gabinetes deben funcionar e formar en rede co fin de compartir experiencias, puntos de referencia, e solucións de negocio, potenciándose a través deles o establecemento dunha rede de contactos que inclúan potenciais clientes e potenciais provedores.

Ainda que non integrados na rede, como unidades de apoio ao emprendedor creativo, deben ser capaces de ofrecer información, facilitando a entrada no mercado laboral, como por exemplo, o apoio á elaboración de carteiras, ou a xa mencionada publicación dunha bolsa de provedores especializados, ou dunha bolsa de contactos para a colaboración.

Resultados esperados:

- Apoio á creación de empresas culturais
- Fomento do emprendemento empresarial cultural e da creación do propio posto de traballo
- Integración do sector cultural no tecido empresarial/económico local rexional
- Creación dun instrumento comúns de seguimento da actividade cultural, en tanto que actividade económica
- Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidades na área da cultura
- Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na área da cultura

Axentes a implicar:

- Eixo Atlántico
- Concellos
- Asociacións de comerciantes
- ADDICT
- AGADIC

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

Os recursos humanos responsables da posta en marcha destes programas deben ter formación específica para o seguimento e control dos seus resultados

Acción de colaboración con influencia directa na AA1

AA3.10

Dinamizar a rede de incubadoras das indústrias creativas – observatório

Obxectivos:

Como foi explicado no capítulo 6, existe actualmente un número significativo de incubadoras de industrias culturais e creativas que cobren unha parte significativa do territorio da Eurorexión. Neste contexto e no mesmo enfoque da acción anterior, debe ser avaliada a posibilidade de creación dunha rede de incubadoras de empresas e/ou de industrias creativas que afiance esas unidades (con beneficios xerados por economías de escala, e potenciando o intercambio de experiencias e boas prácticas):

- A interacción con especialistas
- A facilitación do acceso a redes de contacto e negocio
- A aproximación a oportunidades de converxencia con outros sectores, evitando o illamento dos xoves emprendedores
- O acceso ao mercado
- A definición de modelos de emprendemento

Implantación:

A implantación desta acción é similar á implementación da acción anterior, adaptándose o contido á creación e desenvolvemento dunha rede de incubadoras que, a ser posible, deben albergar os despachos de apoio indicados na acción anterior.

Do mesmo xeito, esta rede debe ser incluída, e contribuír, á concreción de accións de seguemento, asumir a función de observatorio Eurorexional, recollendo, tratando e diseminando, informacións de natureza empresarial e económica, describindo a evolución do sector cultural e creativo como sector económico.

Trátase dunha acción colaborativa que implica non só aos municipios, senón tamén as asociacións de comercio e posibles investidores para o negocio (incluíndo entidades bancarias, entidades de capital risco ou mecenax^{11,3}), e garantir que o investimento en emprendemento e incubadoras culturais e creativas poida ter un reembolso efectivo.

Resultados esperados:

- Apoio ao desenvolvemento de industrias culturais e creativas
- Fomento do emprendemento cultural e da creación do propio posto de traballo
- Integración do sector cultural no tecido empresarial/económico local/rexional
- Creación de un instrumento común de seguemento da atividade cultural, en tanto actividade económica
- Fortalecemento das relacións de cooperación entre cidadades na área de cultural
- Desenvolvemento de actividades colaborativas e cooperativas na área de cultural

Axentes a implicar:

- Eixo Atlántico
- Concellos
- Asociacións comerciais
- ADDICT
- AGADIC
- Investidores locais e rexionais

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

- Os recursos humanos responsables da posta en marcha destes programas deben ter formación específica para o seguimento e control dos seus resultados
- Acción de colaboración con influencia directa na AA1

^{11.3} A propia Comisión Europea (2012 b), p. 4) asume a importancia de garantir o acceso das empresas culturais ao financiamento por parte de entidades bancarias, que analicen os respectivos plans de negocio, valorando axeitadamente os activos incorporeos que lles son inherentes (como é o capital intelectual ou a creatividade).

<p>AA4 Transformación</p>	<p>AA4.1 Concienciar ao tecido empresarial local das oportunidades de negocio creativas</p> <p>Objetivos: A creación de "emprego culturais" non debe estar, únicamente, asociada á creación de novos postos de traballo. Correspóndelle ao municipio promover unha maior concienciación do empresario local sobre as plusvalías que poden resultar da integración de creadores, autores e artistas, nos seus cadros de persoal¹¹⁴, particularmente, na orde da innovación e diferenciación que poden aportar aos seus produtos e servizos.</p> <p>Implantación: Unha das formas de apoiar os empregos culturais existentes (en especial, os asociados ás industrias culturais e creativas) é a creación dunha bolsa de empresas dispostas a acoller estes profesionais de xeito cofinanciado (a través de fondos municipais, fondos nacionais, ou fondos procedentes das empresas integradas na bolsa). A candidatura a estadia ofrecido a través da bolsa de empresas será efectiva a través da presentación previa dun proxecto¹¹⁵ de intervención para a mellora, innovación e diferenciación dos produtos e servizos producidos pola empresa, á que o traballador en prácticas presenta a candidatura. Durante o período da estadia, o profesional seleccionado, obrígase a aplicar o proxecto presentado, eo empresario obrígase a garantir o seu exame no mercado.</p> <p>Resultados esperados: - Aumento do valor engadido aos produtos locais e ás actividades tradicionais - Capacitación dos axentes culturais para emprendedores - Promoción e apoio ao desenvolvemento de empresas culturais e creativas - Maior implicación dos profesionais/empresarios culturais co tecido empresarial local</p>
	<p>Axentes a implicar: Eixo Atlántico Concellosos Asociacións de comerciantes Empresarios locais/regionais</p>
	<p>Grao de implicación: Elevado</p>
	<p>Observacións: Esta acción complementa e debe ser desenvolvida de forma integrada coas accións AA3.1, AA3.9 e AA3.10</p>

¹¹⁴ Segundo a Comisión Europea (2012 b) "as empresas que invisten o dobre dos gastos medios en contribucións creativas teñen un 25% máis probabilidade de xerar produtos innovadores", incremento derivado, por exemplo, do "uso máis amplo do deseño nas industrias transformadoras , engadindo valor a produtos, servizos, procesos e estruturas de mercado "

¹¹⁵ A avaliación dos proxectos gañadores debe encadrarse, como propon o Ministerio de Cultural (2010, p. 126) nun "sistema de incentivos baseado no mérito relativo, na masa crítica e na [súa] valía económica".

AA4.2

Abrir os espazos culturais municipais á economía cultural e creativa

Obxectivos:

A creación de «empregos culturais» pode acadarse, tamén, mediante a apertura dos espazos culturais municipais a iniciativas creativas de carácter comercial, de promoción ou pedagóxicas. Autores, creadores e artistas deben atopar nos gobernos locais, un compañeiro para a súa empresa, a cambio do fornecemento de bens ou servizos.

Esta colaboración debe ampliarse a outros ámbitos: son necesarios espazos onde se poidan desenvolver as capacidades e talentos de novos creadores, é importante apoiar os incondicionais das actividades artísticas (especialmente os afeccionados máis novos), poden constituír recursos cos que promover circuitos de actuación, e ata intercambios na rede das cidades do Eixo Atlántico.

Implantación:

Os equipamentos culturais municipais (museos, teatros, galerías de arte, auditorios, ...) , deben estar abertos á realización de actividades de promoción e difusión da oferta de produtos e servizos culturais existentes no municipio.

Son exemplos a:

- Realización de obradoiros cuxa temática relacionada co espazo cedido, promovendo non só profundar na temática por parte dos participantes, senón tamén capacitar aos profesionais na realización de actividades alternativas que garantan a sostibilidade da súa empresa/posto de traballo
- Realización de exposicións de obras e producións co obxectivo de promover e comercializar obras e producións
- Produción de obxectos de mercadotecnia a venda, alusivos aos espazos culturais cedidos

Estas actividades deben asumir carácter comercial, e ser integradas nas estratexias de mellora da eficiencia da xestión dos recursos e equipamentos culturais municipais.

Resultados esperados:

- Potenciación dun novo modelo de xestión para os equipamentos culturais
- Transformación dos equipamentos culturais en espazos creativos, e contacto con formas de arte diversas
- Apoio a empresas culturais e creativas
- Desenvolver novas canles de distribución dos bens e servizos culturais
- Sensibilización da comunidade local nas diversas formas de arte

Axentes a implicar:
Concellos
Axentes culturais

Grao de implicación:
Elevado

Observacións:

<p>AA4.3 Desenvolver sinerxías entre a cultura/industrias creativas e o turismo (1)</p>	<p>Objectivos: O desenvolvemento de sinerxías entre a cultura, as industrias culturais e creativas, e outros sectores, debe ser encarada dende unha óptica integral. Esta relación é especialmente relevante co turismo pola súa complementariedade, non só porque é unha actividade económica que emprega traballadores culturais (por exemplo, historiadores e arqueólogos contratados como guías, ou produtores de audiovisual que producen filmes de promoción de destinos e recursos), senón porque a súa combinación permite diversificar e innovar a experiencia turística. incrementar os fluxos turísticos e, en consecuencia, activar a economía local no seu conxunto.</p> <p>Implantación A actividade cultural municipal debe desenvolverse tendo en conta, tamén, a misión de proporcionar aos turistas experiencias de desenvolvemento persoal¹¹⁶, correspondendolle ao turismo vendas, acrescentándolles valor. Se a cultura debe preocuparse da creación das experiencias destinadas aos turistas, o turismo pola súa parte, ten que divulgarlas a través das súas canles de distribución, entre o seu público-objectivo. Un dos exemplos de como tal conciliación de intereses pode ser desenvolvida reside, por exemplo, na forma de distribución das axendas culturais municipais. Estas deben destinarse non só aos residentes, teñen que estar dispoñibles en postos de turismo, unidades de aloxamento, e outros equipos turísticos.</p> <p>Resultados esperados: - Potenciación das sinerxías existentes entre a cultura eo turismo - Desenvolvemento de experiencias turísticas únicas, sobre a base do patrimonio cultural local - Diferenciación do municipio, en tanto destino turístico, fronte á competencia</p>	<p>Axentes a implicar: Concellos Axentes culturais Axentes turísticos</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións:</p>
<p>AA4.4 Desenvolver sinerxías entre a cultura/industrias creativas e o turismo (2)</p>	<p>Objectivos: No ámbito das sinerxías existentes entre a cultura (englobando as industrias culturais e creativas), é primordial establecer ámbitos de colaboración intersectoriais xeradores de novos negocios culturais, que potencien o emprendemento, asociando cultura e turismo.</p> <p>Implantación A riqueza cultural (en termos de patrimonio inmaterial, etnográfico, histórico, arquitectónico), e a existencia de múltiples equipamentos culturais municipais, deben construír materia prima para novos produtos e servizos turísticos. Constitúe un exemplo, o desenvolvemento de aplicacións interactivas (software), xeradoras de experiencias turísticas innovadoras e únicas, polo coñecemento e deleite da cultura municipal que proporcionan. O municipio asume nesta acción, a función de impulsor da introdución das novas tecnoloxías da información e comunicación na experiencia turística, debendo dar relevancia ás artes dixitais e o multimedia.</p> <p>Resultados esperados: - Potenciación das sinerxías existentes entre a cultura eo turismo - Desenvolvemento de novos negocios culturais - Desenvolvemento de experiencias turísticas únicas sobre a base do patrimonio cultural local</p>	<p>Axentes a implicar: Axentes e empresarios culturais Axentes e empresarios turísticos Concellos</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións:</p>

¹¹⁶ CCDR-N (2008), p. 34.

AA4.5

Complementar as incubadoras de empresas con incubadoras de industrias creativas

Obxectivos:

A creación de plataformas loxísticas, a creación e recalificación de parques empresariais, está normalmente asociada á creación de niños ou incubadoras de empresas. Como sector económico, a integración da actividade cultural pasa pola igualdade de oportunidades de acceso dos distintos negocios e emprendedores a estes espazos. Por outro lado, é importante que as actividades económicas tradicionais se acheguen a coñecer a actividade cultural, eo seu potencial de innovación e diferenciación.

Implantación:

As incubadoras de empresas deben incluír espazos dedicados ás industrias creativas, proponendo igual oportunidade de acceso e instalación.

En caso de necesidade, debe adaptarse a normativa municipal de acceso aos espazos nas incubadoras de empresas, á entrada de empresas culturais.

Resultados esperados:

- Integración dos negocios culturais nos circuitos de desenvolvemento das restantes actividades económicas
- Desenvolvemento de novos negocios culturais
- Divulgación das competencias dos profesionais e empresas culturais entre o tecido empresarial local

Axentes a implicar:

- Concellos
- Empresarios locais
- Axentes culturais

Grao de implicación:

Elevado

Observacións:

Esta acción complementa e debe ser desenvolvida integralmente coas accións AA2.1. AA2.2, AA3.9 e AA3.10

AA4.6

Desenvolver un paquete de incentivos fiscais para a economía cultural e creativa

Obxectivos:

O apoio e impulso á creación de empregos culturais que os municipios poden facilitar aos empresarios e emprendedores deste sector pasa, esencialmente, pola desburocratización da relación entre o municipio e estes actores, e pola concesión de incentivos e beneficios fiscais.

Implantación:

Para reducir a burocracia propónse axilizar a tramitación das licenzas municipais necesarias para a realización de espectáculos, exposicións, eventos, así como a simplificación dos procesos administrativos de instalación de empresas culturais. Esta simplificación pode conseguirse a través da diminución dos prazos de obtención das licenzas, así como dos procedementos inherentes (preferentemente, conseguida a través do uso das tecnoloxías de información e comunicación).

Ao nivel da fiscalidade, os concellos dispoñen de instrumentos de apoio á instalación e consolidación do sector económico cultural.

Propónse a súa adecuación mediante o establecemento dun marco fiscal específico de apoio á instalación de empresas culturais, e indústrias culturais e creativas que estableza; dunha parte, normas de acceso ás vantaxes fiscais que se definan, e doutra, a gradación dos apoios determinada en función da plusvalía socioeconómica da actividade a apoiar (por exemplo, atendendo ao número de postos de traballo a crear).

Entre as medidas fiscais de apoio ao sector económico cultural poden constar as seguintes xa referidas:

- Taxas reducidas no ámbito dos impostos municipais sobre o patrimonio (podendo ser definidos caso especiais de exención en función do retorno esperado do proxecto).
- Taxas preferenciais de acceso aos servizos de abastecemento público de auga, saneamento e tratamento de residuos.
- Taxas reducidas de licenzas de inmobles e/ou actividades (podendo ser definidos caso especiais de exención en función do reembolso esperado do proxecto).
- Acceso preferente (facilitado a través de taxas reducidas), a mercados e feiras (semanais, mensuais ou anuais), a exposición e venda dos produtos das empresas culturais e creativas.
- Taxas reducidas para uso de espazos públicos, para exposición e venda dos produtos dos negocios creativos (podendo ser definidos caso especiais de exención en función do retorno esperado do proxecto).

Resultados esperados:

- Captación de empresarios e empresas culturais para o municipio.
- Desenvolvemento do tecido empresarial cultural local.
- Impulso á creación neta de postos de traballo.

Axentes a implicar:
Concellos

Grao de implicación:
Elevado

Observacións:

AA5 Comunicación	<p>AA5.1 <i>Premiar o mérito</i></p> <p>Obxectivos: A comunicación e difusión das actividades culturais, como motor de creación de emprego, é en si mesma, unha das principais formas de consolidar a actividade cultural local como actividade económica. O mercado, a demanda, e as propias comunidades, deben ser informados sobre os elementos auténticos e realmente diferenciadores do territorio, así como, da realización das actividades, e dos resultados obtidos a través delas, salientándose sempre a súa contribución á comunidade (informándose sobre o reembolso das estratexias para a xente, as actividades, e o territorio).</p> <p>Implantación: O municipio asume un papel central na difusión das boas prácticas locais entre industrias culturais e creativas, e profesionais da cultura, que desenvolven a súa actividade no municipio, a través da institución dun premio (anual ou bianual) de recoñecemento do mérito das iniciativas culturais que maior contribución deron/dan a creación de emprego e da creación de riqueza no concello.</p> <p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción e difusión dos negocios e profesións culturais. - Difusión dos negocios culturais entre o tecido empresarial local. - Sensibilización da comunidade local hacia os axentes culturais, e difusión dos bens e servizos que producen e facilitan. - Desenvolvemento do sentimento de pertenza á comunidade local. 	<p>Axentes a implicar: Concello</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións:</p>
AA5.2 <i>Consolidar o porfolio de clientes</i>	<p>Obxectivos: A potenciación dos negocios culturais pasa, tamén, por reunir e consolidar a carteira de clientes dos empresarios e empresas culturais. Por outro lado, o recoñecemento público da carteira de clientes dun determinado provedor/empresa constitúe, en si mesmo, unha importante ferramenta de mercadotecnia e posicionamento no mercado.</p> <p>Implantación: Os municipios poden asumirse como «primeiro» cliente, moi especialmente, para os «novos» negocios culturais e para aqueles que xurdan das incubadoras municipais. Este apoio ten lugar no cumprimento estrito da lexislación de contratos públicos aplicable a cada caso, polo tanto, é esencial recoñecer aos creadores, artistas, autores e outros profesionais culturais como potenciais provedores do goberno autónomo.</p> <p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoio á consolidación dos negocios culturais locais. - Apoio á penetración en novos mercados para os negocios culturais locais. 	<p>Axentes a implicar: Concellos Empresarios locais Asociacións de comerciantes</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións:</p>

AA5.3

Desenvolver unha plataforma electrónica de distribución e comercialización dos produtos culturais

Obxectivos:

Os axentes rexionais consideran que un dos grandes impedimentos para o desenvolvemento das industrias, e empresas culturais e creativas, é a inexistencia de canles de comunicación e distribución adecuados aos seus produtos.

Por outra banda, a mercadotecnia e o comercio electrónico son considerados como ferramentas esenciais no establecemento efectivo destas canles.

Implantación:

Unha forma de dar resposta a esta necesidade é a creación dunha plataforma electrónica de distribución e comercialización de bens e servizos culturais - sexa autónoma ou integrada noutras plataformas municipais xa existentes- (preferentemente plataformas electrónicas de cariz comercial como, por exemplo, a plataforma electrónica de comercialización de produtos tradicionais desenvolvida no marco do proxecto POCTEP Eixo Interior).

Outra alternativa (complementaria á primeira) é o uso das redes sociais, moi especialmente, a través do establecemento de relacións preferentes con creadores de opinión do sector cultural.

Resultados esperados:

- Desenvolvemento e consolidación das canles de comunicación e distribución para o sector cultural local.
- Apoio á consolidación dos negocios culturais.
- Apoio á penetración en novos mercados para as empresas culturais.
- Difusión da cultura local e atracción de novos públicos.

Axentes a implicar:

- Concellos
- Axentes culturais locais
- Creadores de opinión

Grao de implicación:

Moderado

Observacións:

<p>AA5.4 Promover misións empresariais</p>	<p>Obxectivos: Ao ser o sector cultural un sector que se está a desenvolver grazas a mercados de proximidade (maioritariamente nacional), é pertinente iniciar esforzos na internacionalización das actividades culturais, e de exportación dos bens e servizos culturais producidos localmente.</p> <p>Implantación: A promoción da internacionalización das empresas culturais de base local pode ser efectuada a través da promoción de misións empresariais e espectáculos itinerantes. Saliéntase a importancia do mercado da «saúde» para o sector cultural, indicado como prioritario para a concreción das misións empresariais e espectáculos itinerantes entre as comunidades emigrantes. Outro público potencial, por afinidade xa desenvolvida, coñecemento dos recursos e atributos municipais, son as cidades xeminadas. Desta forma, maximízase o potencial de penetración en novos mercados a través dos lazos identitarios compartidos, e da cooperación de medio e longo prazo previamente existente.</p> <p>Resultados esperados: - Desenvolvemento e consolidación das canles de comunicación e distribución para o sector cultural local - Apoio á consolidación dos negocios culturais - Apoio á penetración en novos mercados para as empresas culturais - Apoio á internacionalización do sector cultural local - Difusión da cultura local e atracción de novos públicos</p>	<p>Axentes a implicar: CCDR-N / Xunta de Galicia Concellos Asociacións de comerciantes ADDICT AGADIC Investidores locais e rexionais</p> <p>Grao de implicación: Moderado</p> <p>Observacións: Esta acción poderá ser integrada no desenvolvemento dunha estratexia máis ampla dedicada á captación de investimento estranxeiro/privado, preferentemente integrada na AA3</p>
--	--	--

III. Fontes de Financiamento

Como quedou dito, a Unión Europea aposta polo desenvolvemento da cultura como un dos elementos fundamentais que permitirán alcanzar a meta establecida para 2020: lograr un crecemento intelixente, sostible e inclusivo.

Esta aposta deriva nunha crecente conciencia da necesidade de utilizar de xeito efectivo as potencialidades e recursos de Europa, así como explorar a creatividade no desenvolvemento da economía do coñecemento¹¹⁷.

Moitas estratexias sectoriais da UE constituirán oportunidades de desenvolvemento, e ata de financiamento para as actividades culturais e creativas.

Destacar a *Axenda Dixital para Europa* que se espera veña a constituír un soporte de consolidación da propia Unión; permitirá no campo da cultura a realización de accións como as bibliotecas dixitais, que supón a preservación dixital fronte o espolio cultural, a par de garantía de acceso universal (en liña) a bens e servizos culturais aos que se facilite acceder a través das tecnoloxías da información e comunicación. Neste ámbito, a cultura xorde como un importante fornecedor de contidos.

No ámbito da educación inclúese a «concienciación e expresión cultural» conxuntamente co emprendemento, como factores clave para a promoción da formación continua.

E non se pode esquecer os efectos da política de cohesión para o período 2014-2020. No documento *Elements for a Common Strategic Framework* (Elementos para un Marco Estratéxico Común), identifícanse oportunidades para a cultura no ámbito das accións clave desa política comunitaria (moi especialmente, para as industrias culturais e creativas):

¹¹⁷ Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

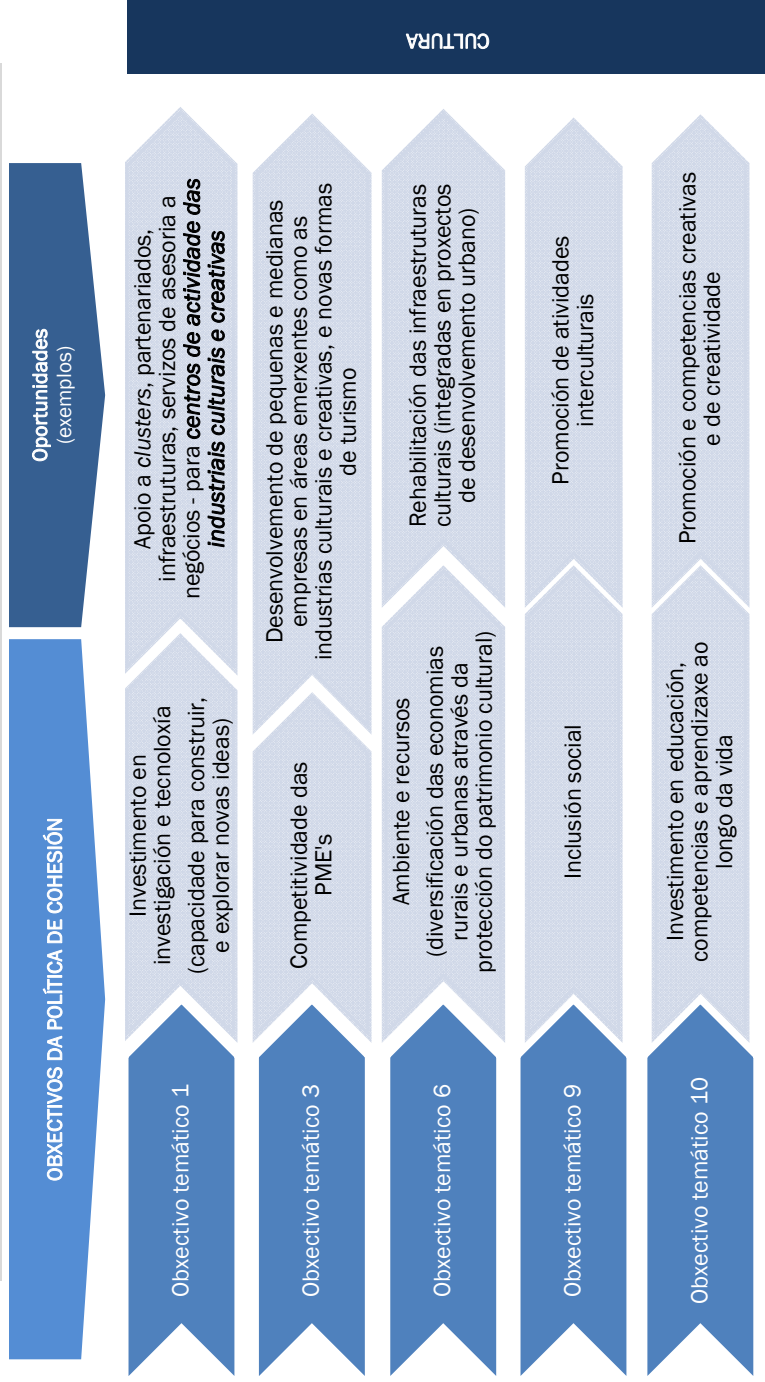


Figura 21 – Cultura: oportunidades no ámbito da Política de Coesión 2014-2020

Neste contexto, xa enmarcadas no período de programación da UE 2014-2020, e aínda que se atope en curso a definición das respectivas prioridades, é posible identificar posibles fontes de financiamento europeo para o desenvolvemento de políticas culturais locais/rexionais que cumpran os obxectivos da estratexia Europa 2020.

Os programas nacionais e rexionais, tanto en Portugal ou en España, están aínda pendentes da definición completa (e final) do próximo Marco Comunitario de Apoio, polo que nesta data, só é posible identificar fontes de financiamento no contexto do presente período de programación ou cuxas convocatorias se atopen abertas.

A figura seguinte resume estas fontes de financiamento.

Programas Europeos	Programa Europa Creativa (2014-2020)
	<p>Obxectivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio ao sector audiovisual e cultura • apoio a promoción da creación de postos de traballo e de crecemento sostible, ao reforzo da cooperación política, e ao fomento de abordaxes innovadoras para a constitución de audiencias e novos modelos comerciais • contribuír a maximizar as oportunidades creadas pola globalización e pola transición á era dixital • facilitar o acceso a novos mercados (europeos e non europeos) • contribuír a unha mellor definición de políticas de posta en común de coñecementos e experiencia • apoiar o establecemento de redes transfronteirizas <p>Máis información en: http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm</p>
	Programa Erasmus para Todos
	<p>Obxectivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoiar a formación e educación con base na mobilidade, na cooperación para a innovación, e no establecemento de alianzas (no caso concreto, entre os sector cultural e creativo, eo sector educativo e formativo) <p>Máis información en: http://ec.europa.eu/education/erasmus-for-all/index_en.htm</p>
	Programa Horizonte 2020
<p>Obxectivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoiar as actividades de investigación e innovación, en especial as relacionadas coas tecnoloxías innovadoras, para a creación e utilización de contidos creativos e materiais innovadores para as industrias culturais e creativas, así como o apoio a novas formas de innovación como a innovación e a creatividade social <p>Máis información en: http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm?pg=home&video=none</p>	
Programas de Cooperación Territorial 2014-2020	
<p>Moito antes de que estes programas se atopen en fase de avaliación e en consulta pública, para definir as súas prioridades e liñas estratéxicas, aceptouse publicamente que apoiarán a innovación, a creación de emprego, e a dinamización da economía.</p>	

Programas Nacionais Portugal	Apoio ás Artes (Dirección Xeral das Artes)
	<p>1- Apoios Cuadrianuais, Bienais e Anuais 2013-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio ás áreas artísticas da arquitectura, artes dixitais, artes plásticas, deseño, fotografía, danza, teatro, música e combinacións interdisciplinares <p>2- Apoios Tripartidos 2013-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio ás áreas artísticas da arquitectura, artes dixitais, artes plásticas, deseño, fotografía, danza, teatro, música e combinacións interdisciplinares <p>3 –Apoios Puntuais 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio á creación, programación, interpretación, experimentación, formación, estadias, mobilidade nacional e internacional de artistas e producións artísticas, formación e desenvolvemento de públicos, rexisto, documentación, edición e divulgación <p>Máis información en: http://www.dgartes.pt/news_details.php?month=12&year=2012&newsID=24224&lang=pt</p>
	Programa Estratéxico para o Emprendemento e a Inovación
	<p>1 - Vale ao Emprendedor (+E)</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio a empresas creadas fai menos dun ano a través da adquisición de servizos de consultoría, nomeadamente na protección e comercialización de dereitos de propiedade intelectual e industrial <p>2- Proxectos de Emprendemento Cualificado</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio a proxectos de investimento de creación de empresas e actividades nos primeiros anos de desenvolvemento (ata 3 anos), dotadas de recursos cualificados ou que desenvolvan actividades en sectores con fortes dinámicas de crecemento <p>Máis información en: http://www.ei.gov.pt/noticias/detalhes.php?id=40</p>
Programas Rexionais Norte de Portugal	Apoio ao Asociacionismo Cultural (Dirección Rexional de Cultura)
	<p>Obxectivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio ao asociacionismo cultural, ás bandas de música e filarmónicas <p>Máis información en: http://www.culturanorte.pt/pagina,3,33.aspx</p>
	Fondos de Investimento Invicta Angels – Industrias Creativas
<p>Obxectivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • apoio ás industrias creativas, en especial ás pequenas e medianas empresas innovadoras dos subsectores do cine, vídeo e audiovisual, software educativo e de entretemento, software e servizos informáticos, televisión e radio, servizos e proxectos especiais, coherente e aliñada con outras áreas, e coa aposta estratéxica da Rexión Norte no Cluster das Industrias Creativas e no Polo da Moda. <p>Máis información en: http://www.invictaangels.pt/index.php?id=70</p>	

Ministerio de Educación, Cultura e Deporte, Instituto da Cinematografía e das Artes Audiovisuais (ICAA). 2006-2012

1 - Axudas á creación e desenvolvemento

- axudas ao desenvolvemento de filmes cinematográficos de longametraxes
- axudas ao desenvolvemento de guións para filmes de longametraxes

2 - Axudas á produción

- axudas á produción e á amortización de longametraxes
- axudas á produción de curtametraxes
- axudas á produción de séries de animación sobre proxecto
- axudas á produción de filmes e documentais para televisión sobre proxecto

3 - Axudas á redución de xuro de empréstitos bancarios

- axudas á exhibición cinematográfica e para a adecuación e mellora de equipamentos de produción cinematográfica
- axudas para o financiamento das producións
- axudas para a realización de obras audiovisuais con recurso ás novas tecnoloxías
- axudas á distribución das películas cinematográficas comunitarias
- axudas á conservación de negativos e soportes orixinais
- axudas á participación e promoción de películas en festivais internacionais
- axudas ao desenvolvemento e á realización de proxectos culturais e de formación non regulada
- axudas á organización de festivais e certames cinematográficos en España.

Máis informacións en:

<http://www.mcu.es/cine/MC/MAC/index.html>

<http://www.mcu.es/cine/SC/becasAyudasSubvenciones/index.html>

Ministerio da Educación, Cultura e Deporte, Subdirección Xeral de Promoción das Industrias Culturais e Mecenado, da Secretaría de Estado de Cultura. 2009-2012

Plan de Fomento das Industrias Culturais:

- apoio á dixitalización de contidos e ao desenvolvemento, consolidación e internacionalización das industrias culturais e creativas
 - axudas ao investimento para concreción da oferta legal de contidos culturais a través de Internet, e para a promoción da modernización, innovación e adaptación tecnolóxica das industrias culturais e creativas
 - liña de financiamento do Instituto de Crédito Oficial - Industrias Culturais
 - axudas ao custo dos avais para as institucións culturais e creativas a través da entidade Audiovisual Aval, Sociedade de Garantía Recíproca
 - programa de formación e consolidación empresarial do Ministerio de Cultura, Fundación do Instituto cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE), da Fundación do Consello Superior de Cámaras de Comercio para emprendedores e empresarios do ámbito cultural
- mellora da formación e fomento da creatividade
 - premios "CreArte" ao fomento da creatividade e a innovación no ensino infantil, básico, especial e secundaria en centros financiados con fondos públicos
 - bolsas "FormArte" de especialización en actividades e materias da competencia das institucións do Ministerio de Cultura e do colexio de España en París
 - bolsas "CULTUREX" de formación práctica en xestión cultural para mozos españois no exterior en institucións culturais e en embaixadas e consulados de España
 - axudas á formación de profesionais iberoamericanos no sector cultural
 - bolsas do Ministerio de Cultura Fulbright para a ampliación de estudos artísticos e de xestión cultural nos Estados Unidos de América
- apoio ás entidades sen fins lucrativos para proxectos de acción, promoción e turismo cultural
 - axudas para a acción e promoción cultural
 - axudas á promoción do turismo cultural

	Máis información en: http://www.mcu.es/industrias/index.html
	Agência Galega de Industrias Culturais (AGADIC) 2012
Programas Regionais Galicia	1 - Subvencións para producións ou coproducións audiovisuais en lingua galega con relevante contido artístico e cultural <ul style="list-style-type: none"> • modalidade longametraxe cinematográfico (animación, ficción ou documental) • modalidade primeira ou segunda longametraxe de ficción • modalidade de películas para televisión • modalidades longametraxes documentais de creación • modalidades longametraxes documentais de difusión cultural
	2 - Subvencións ás indústrias culturais <ul style="list-style-type: none"> • modalidade para actividades escénicas • crédito cultural • modalidade subvencións á distribución • modalidade subvencións ao asociacionismo profesional • subvencións a festivais de música ou artes escénicas
	3 - Subvencións a festivais <ul style="list-style-type: none"> • gastos de publicidade e edición de material, en calquera medio; • espazos de aparcamento e equipos técnicos; • grupos e empresas cachés; • gastos de viaxe e aloxamento dos participantes; • subvencións para festivais de música ou artes escénicas.
	Máis información en: http://www.agadic.info/axudas

Figura 22 – Oportunidades de financiamento para iniciativas culturais

V. Limitacións

O éxito das accións propostas, como foi dito, non poderá ser contrastado a curto prazo, e será sempre dependente, en primeira instancia, da asunción e coñecemento das limitacións que a súa implementación pode afrontar.

Asúmese como principal factor crítico do seu éxito, a maior ou menor concienciación por parte dos concellos da importancia da cultura como elemento fundamental para a economía e o desenvolvemento local, xa que diso depende a súa implicación na consecución das accións antes descritas (adaptadas á súa realidade territorial). Este compromiso deberá comprobarse non só a nivel de libramento de medios económicos para a súa concreción, senón tamén e sobre todo, a través da dotación dos necesarios recursos técnicos (incluíndo os humanos).

Unha das máis importantes limitacións da afirmación da cultura como sector económico, limitación que terá tamén influencia na eficacia de moitas das accións propostas no catálogo anteriormente presentado, é o reducido recoñecemento da importancia económica da actividade cultural do tecido empresarial local e rexional.

Outro constrinximento, identificado polas asociacións do sector, refírese á case inexistente rede de socios. O éxito das accións colaborativas propostas implica un compromiso engadido, por parte dos concellos e do Eixo Atlántico, no fomento e consolidación dos procesos cooperativos en cuestión. Aplicado a dimensión das actuais empresas culturais e creativas que traballan na Eurorrexión, o recoñecemento internacional e a capacidade de competencia no mercado exterior, depende da eficacia e solidez das redes de asociacións interinstitucionais creadas.

A definición dun eixe estratéxico dedicado á formación e cualificación dos recursos humanos para as industrias creativas, ven recoñecer a importancia que estes asumen no proceso produtivo cultural, ao ser un sector onde non se aplican as regras xerais de funcionamento do mercado. De feito, nas industrias culturais e creativas non é posible establecer unha estratexia de competencia de prezos a baixa porque, por definición, trátase dun sector baseado na innovación e na diferenciación e, en consecuencia, no valor engadido que se lle ofrece a demanda. Segundo a ADDICT¹¹⁸ ata o momento, as políticas culturais rexionais, e as políticas de desenvolvemento local, na Eurorrexión, non se mostraron capaces de fixar profesionais cualificados formados no territorio. Esta incapacidade resulta un importante constrinximento para a execución das accións propostas, xa que contribúe a unha redución da calidade do produto cultural ofrecido ao mercado.

É importate, tamén, que as áreas metropolitanas (e as súas dinámicas culturais) se estendan ao restante territorio da Eurorrexión, substituíndo a actual competencia entre territorios por unha complementariedade que xere valor engadido para o consumidor, e redunde en economías de escala para o territorio creativo no seu conxunto.

As actividades relativas aos medios e ás tecnoloxías revelan ter un papel fundamental na creación do valor dos produtos/servizos no desenvolvemento de contidos e plataformas dixitais. Así a todo, e a pesar de que estas actividades demostran capacidade de penetración en mercados internacionais, isto non se traduce na efectiva creación/aumento do número de postos de traballo ao tratarse, comunmente, de empresas de pequena dimensión e escala.

Outro factor limitador (especialmente sentido na Rexión Norte de Portugal), é a inexistencia dun enfoque rexional que favoreza o afondamento e consolidación de asociacións entre as entidades e os axentes do sector¹¹⁹.

¹¹⁸ Información recollida en entrevista persoal realizada ao presidente de ADDICT (29 de agosto de 2012).

¹¹⁹ CCDR-N (2008), p. 141.

Recomendacións Finais 9

A realización do presente traballo supón, non só o catálogo de accións presentado no capítulo anterior, senón tamén, un conxunto de conclusións que se consideran relevantes para a toma de decisións (a nivel municipal e ao nivel rexional), no marco da definición e aplicación da política cultural.

Como principal recomendación (recorrente ao nivel dos estudos de impacto do desenvolvemento e consolidación do sector cultural no desenvolvemento local e rexional), sublíñase a necesidade de concienciar os responsables públicos sobre a importancia de non perder a oportunidade actual de empregar a cultura como unha importante vantaxe competitiva social e económica.

A pesar de non haber unha única forma de definir unha estratexia de desenvolvemento local baseada na cultura, identifícanse a recoñecidos factores críticos do seu éxito ¹²⁰:

- Compromiso claro de inclusión da cultura como elemento do desenvolvemento local e rexional;
- Aposta polo desenvolvemento de infraestruturas culturais en paralelo ao desenvolvemento das respectivas capacidades e competencias;
- Sostenibilidade dos resultados e oportunidades inicialmente creadas, no longo prazo;
- Aproveitamento e maximización das vantaxes culturais específicas do territorio;
- Apoio efetivo aos negocios culturais e creativos;
- Implantación dun seguimento e avaliación permanente dos resultados da actividade cultural e creativa local.

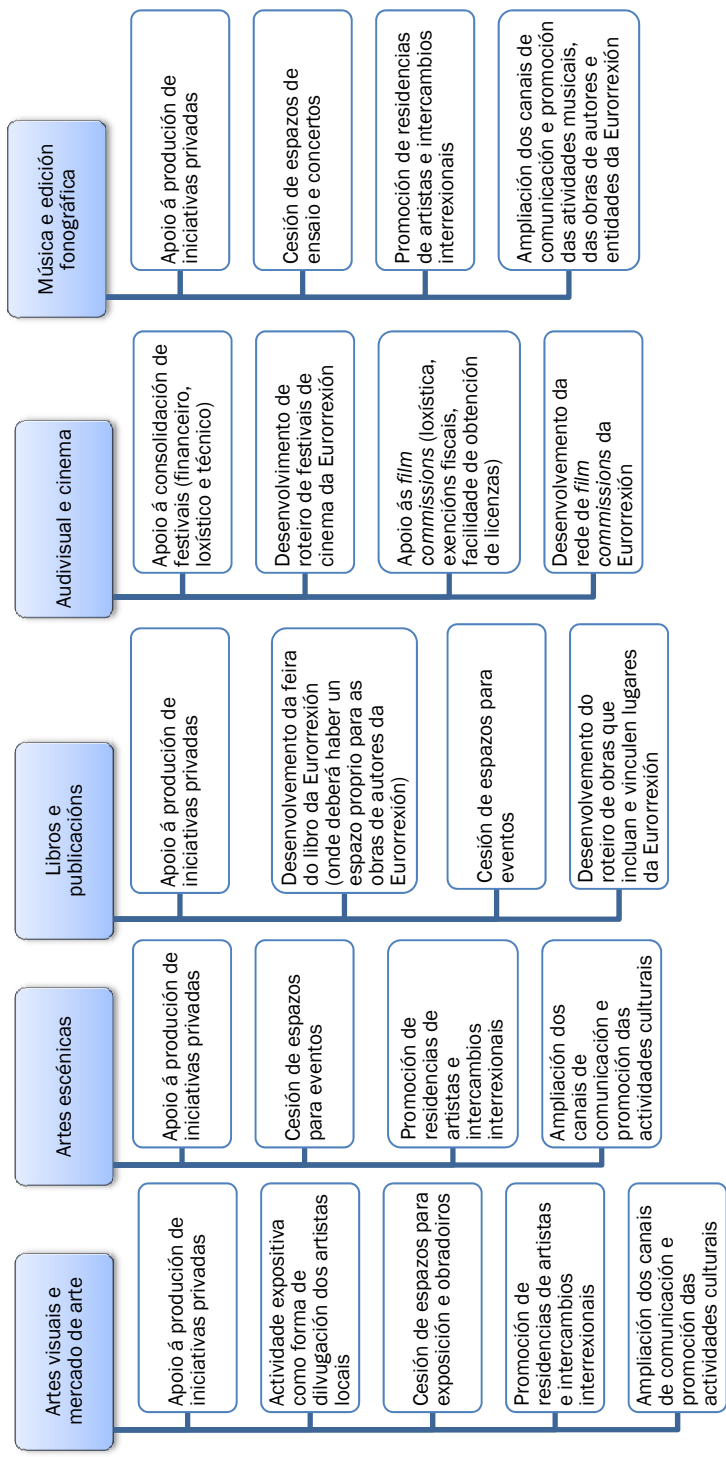
O investimento en cultura debe afrontarse como unha forma de comunicación do posicionamento do concello/cidade con respecto a súa aceptación do fomento de novas actitudes na redefinición dos centros históricos e do espazo público. Con todo, é fundamental pensar a cultura a través dunha estratexia non só de cariz urbano, debe ser adecuada ao desenvolvemento e dimensión das zonas rurais.

¹²⁰ Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

Por outra lado, as estratexias de desenvolvemento baseadas na cultura non se poden limitar á construción de infraestruturas. Cómpre asegurar que as novas infraestruturas constitúan atractivos diferenciadores do territorio, sostibles a longo prazo. É necesario, tamén, garantir a formación e o desenvolvemento de competencias capaces de promover a competitividade.

O modelo de gobernanza da cultura municipal é para a gran maioría dos axentes culturais, fundamental para o desenvolvemento e consolidación da cultura como sector económico. Factores como a redución da burocracia na relación co municipio, a definición dunha estratexia compartida e transparente –establecida preferentemente de abaixo-arriba–, a consideración da maior autonomía na xestión dos equipamentos culturais –en especial dos museos–, a eliminación da duplicación de funcións, ou a integración da estratexia de desenvolvemento cultural na estratexia de desenvolvemento global do municipio, son recoñecidas como contribucións fundamentais para a atracción de profesionais e empresas culturais e creativas.

Na figura seguinte atópanse resumidas as recomendacións base, que se entenden necesarias para a consolidación da actividade cultural a nivel municipal, e ao nivel do Eixo Atlántico como asociación de concellos, agrupados en función das características específicas dos subsectores culturais. Estas recomendacións deben contribuír á afirmación da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal como Rexión Cultural e Creativa, no mantemento dunha oferta cultura de calidade, sostible e continua.



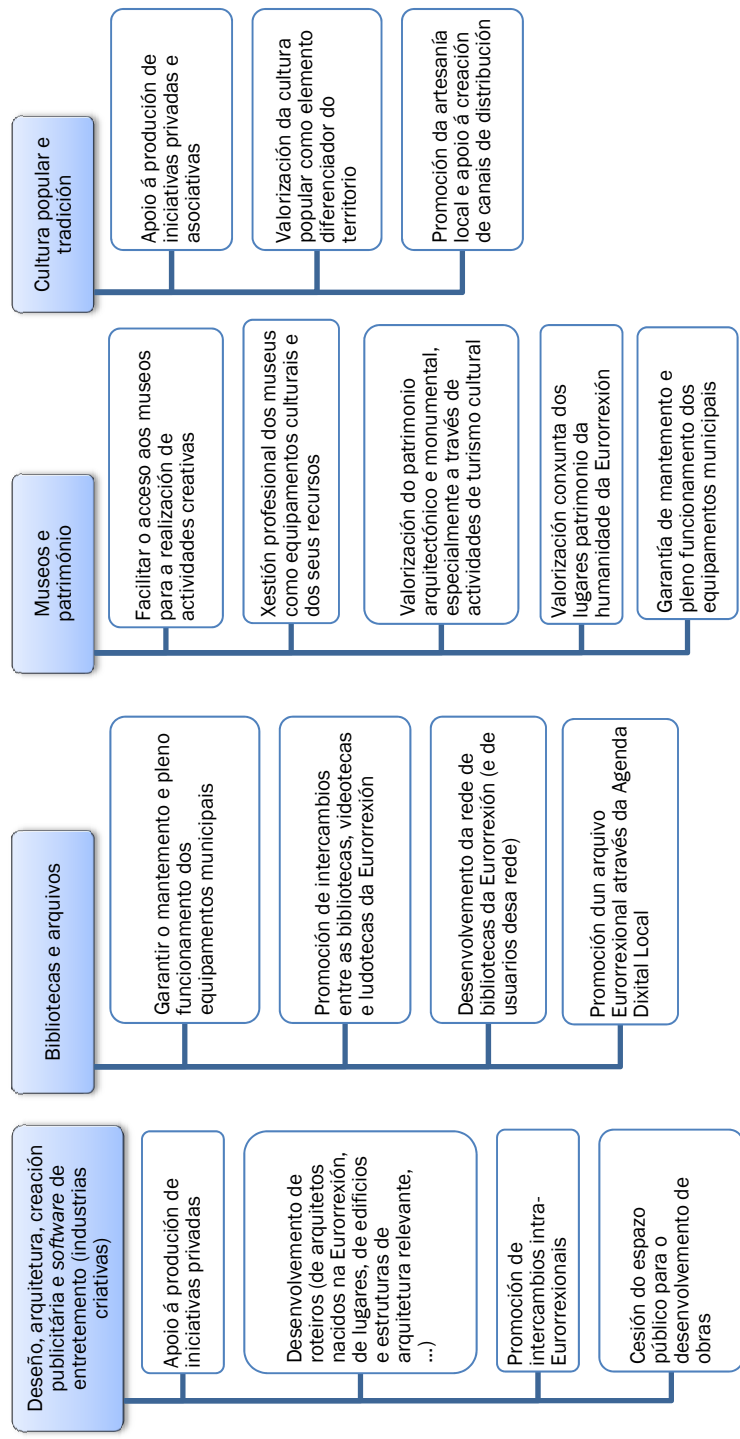


Figura 23 – Resumo das accións base para a consolidación da actividade cultural

Transversalmente ás accións propostas debe conseguir:

- reducir a distancia de comunicación entre os órganos decisores e os subordinados, así como entre as unidades orgánicas responsables da posta en marcha da política cultural municipal e as unidades responsables de áreas que lle son conexas (especialmente, o turismo e o planeamento urbanístico);
- unha maior especialización dos recursos humanos municipais que desempeñan funcións en equipamentos culturais (non só a nivel de xestión económica e financeira dos recursos ao seu cargo, senón tamén, no ofrecemento dun trato máis profesional e personalizado);
- unha mellor comunicación da relevancia económica e social do investimento municipal realizado en cultura, así como unha maior concienciación do valor económico da actividade dos axentes culturais locais.

O seguimento e avaliación da actividade cultural municipal é outra actividade fundamental para á súa sostibilidade, non só ao nivel do coñecemento dos públicos efectivos de cada un dos subsectores, senón tamén, no que respecta ao cumprimento (ou necesidade de revisión) dos obxectivos definidos no marco da estratexia de desenvolvemento cultural local/ rexional.

A creación de redes internacionais interprétase, tamén, como esencial para á diversificación da oferta cultural destinada á comunidade, e á valoración e cualificación dos recursos humanos do sector.

A mediación cultural como factor clave de achegamento entre a oferta e demanda no mercado cultural, debe ser repensada e desenvolvida máis alá da axenda cultural. Neste ámbito, recoméndase especial atención ás oportunidades xeradas polo uso das redes sociais, blogs de creadores de opinión e portais especializados.

Bibliografía 10

ADDICT (2009). *Estratégia de Eficiência Colectiva para o Desenvolvimento do Cluster das Indústrias Criativas*. Porto.

Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial (AECT) (2012). *Estudo das indústrias culturais e criativas en Galicia e o Norte de Portugal realizado pola Agrupación Europea de Coperación Territorial*. Vigo: AECT. Editado em CD.

Americans for the Arts (n.d.). *Arts & economic prosperity III: the economic impact of nonprofit arts and culture organizations and their audiences*. Disponível em:
<http://www.artsrochester.org/artisttools/Innovation%20Conference/EIS%20-%20National%20Study%20for%20web.pdf>

Baudrillard, Jean (1981) *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. 1972. St. Louis, Mo.: Telos Press.

Bell, Daniel (1976) *El Advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*, e.o. 1973. Madrid: Alianza Editorial.

BOP Consulting (2012). *World Cities Culture Report*. Londres.

Bouzada, X. (dir)(2007) *Situación e perspectivas sociolaborais dos técnicos de cultura dos concellos galegos*. Observatorio da Cultura Galega. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

Bouzada, X. (2007) *La gouvernance de la culture en Espagne*. En: BONET, LL.; NEGRIER, E. (eds.). *La politique culturelle en Espagne*. Paris: Karthala, 2007.

Castells, Manuel (1997) *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial, volume 2º de *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

Centre for Strategy & Evaluation Services (2010). *Study on the contribution of culture to local and regional development - evidence from the structural funds final report*. Disponível em: http://ec.europa.eu/culture/documents/final_report_sf_en.pdf

CDDR-N (2008). *Agenda Regional das Industrias Criativas: Desenvolvimento de um Cluster de Industrias Criativas na Região Norte*. Porto.

Cape Cod Commission (2009). *A Practical Guide for Municipal Investment in Arts & Culture on Cape Cod*. Disponível em: <http://www.capecodcommission.org/resources/economicdevelopment/ArtsGuide122309.pdf>

Centeno, M. (2009). *A política cultural em Portugal na entrada do novo século*. Comunicação. Disponível em: http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/235/206

Comissão das Comunidades Europeias Política de Coesão e Cultura (2006). *Una contribución al empleo*. Bruselas. COM (96) 512 final.

Comisión das Comunidades Europeas. Política de Cohesión y Cultura (2007). *Comunicación sobre la Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización*. Brusela. COM (2007) 242 final.

Comissão das Comunidades Europeias Política de Coesão e Cultura (2010). *Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas. COM (2010) 2020 final.

Comissão Europeia (2010). *Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. Bruxelas. Disponível em: http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pt.pdf

Comissão Europeia (2012a). *Nota de Imprensa: Comissão lança estratégia para fomentar o crescimento e o emprego nos setores culturais e criativos*. Bruxelas

Comissão Europeia (2012b). *Comunicação da comissão ao parlamento europeu, ao Conselho, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões: Promover os setores culturais e criativos ao serviço do crescimento e do emprego na EU*. Bruxelas. Disponível em: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537_pt.pdf

Committee of the Regions (n.d.). *Delivering on the Europe 2020 Strategy: Handbook for Local and Regional Authorities*. Bruxelas.

Costa, P.; Magalhães, M.; Teixeira, T.; Teixeira, G.; Vasconcelos, B. (2009). *Estratégias para a Cultura em Lisboa*. Câmara Municipal de Lisboa. Lisboa

Decreto-lei n.º 126-A/2011, de 29 de Dezembro

División de Estadísticas Culturales (2011) *Cuentas Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados*. Madrid: Secretaria General Técnica del MEC. Nipo: 551-11-122-4. Disponível em: http://www.mcu.es/estadisticas/docs/CSCCE/avance_resultados_csce-2011.pdf

Fayard, Pierre (2003) “Comunidades Estratégicas de Conhecimento: uma proposta ocidental para o conceito japonês de Ba”. En: *Famecos* (Porto Alegre), nº 21, pp. 20-29. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/347>

Florida, Richard L. (2002). *The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books

Folgado, C. (2008). *As empresas municipais como instrumentos de gestão cultural nas cidades em Portugal: Parte I*. Disponível em: http://www.revistaautor.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=325:as-empresas-municipais-como-instrumentos-de-gestcultural-nas-cidades-em-portugal-parte-i&catid=103:cultura-e-sociedade&Itemid=60

Gaffard J-L (2008) « Localisation, globalisation et action publique », *Revue de l'OFCE*, 2008, nº 104, pp. 271-290.

Gertler, Meric S. (2004) “Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Built Them?” En: *Canadian Policy Research Networks. Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques*. Nº F/48. Disponível em: <http://www.cprn.org/doc.cfm?doc=1083&l=en>

Himanen, Pekka (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Bajo licencia Creative Commons. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/handle/10760/12851#.TyBI6IF17da>

Himanen, Pekka (2006) *La ética hacker como cultura de la era de la información*. En: Castells (ed.) *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 505-518.

Henriques, E.(2002). *Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades do caso português*. Comunicação. Disponível em: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2002-73/73_03.pdf

Lage, X.; Trabada, E.; Fernández, M. (2011) *A situación sociocultural dos concellos galegos de menos de 50 000 habitantes. II Mapa cultural de Galicia*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

Lash, S. & Urry, J. (1994) *Economies of signs and space*. London: Sage.

Lei 4/2008, do 23 de maio, de creación da Axencia Galega das Industrias Culturais

Lorentzen, Anne (2009) “Las redes de conocimiento en el espacio. Reflexiones de una geógrafa sobre la literatura de los sistemas regionales de innovación”. En: *Ekonomiaz*, nº 70, pp. 170-183. Disponible en: http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=965

Ministério da Cultura (2010). *O Sector Cultural e Criativo em Portugal: Relatório Final*. Disponível em: <http://www.mincultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/Imprensa/SCC.pdf>

Ministério da Cultura (2011). *Guia de Apoios à Cultura e Criatividade*. Lisboa

Nonaka, Ikujiro; Teece, David (Eds.) (2001) *Managing industrial knowledge: Creation, transfer and utilisation*. London: Sage Publication.

Observatorio da Cultura Galega. Consello da Cultura Galego (CCG) (2007) *As Políticas culturais nas sete principais cidades galegas*. Santiago de Compostela : CCG.

Observatório das Artes Culturais (2010). *Mobilidade internacional dos artistas e outros profissionais da cultura: Relatório final*. Disponível em: <http://www.oac.pt/menuobservatorio.htm>

Porter, Michael E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.

Power, D.; Nielsén, T. (2010) *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. Stockholm: European Cluster Observatory. Disponível em:

<http://creativebusiness.org/images/CreativeAndCulturalIndustries.pdf>

Presidência do Conselho de Ministros (2011). *Programa do XIX governo constitucional*. Disponível em: http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf

KEA European Affairs (2006) *The economy of culture in Europe*. Bruxelles: Study prepared for European Commission (Directorate-General for Education and Culture), p. 2. Disponível em:

http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_en.pdf

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (2004). *La Política Cultural en España*. Madrid: Documento de Trabajo nº 24. Disponível em:

<http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/109/040428-JaimeEsp.pdf>

Santos, M. (1999). *Indústrias criativas: especificidades e precaridades*. Disponível em:

<http://www.oac.pt/menubobservatorio.htm>

Santos, M. (2009). *Políticas Culturais no Espaço Ibero-americano*. Comunicação. Disponível em:

http://www.oac.pt/pdfs/OAC_Comunica%C3%A7%C3%A3o_MLLS_VCampusEuroamericano.pdf

The Corporate Research Group (2005). *Leveraging Growth and Managing Change: Prince Edward County Strategic Cultural Plan*. Disponível em:

http://www.creativecity.ca/database/files/library/prince_edward_county_strategicculturalplan.pdf

União Europeia (2012). *Policy handbook on how to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?* Disponível em:

<http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/120505-cci-policy-handbook.pdf>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) & United Nations Development Programme (UNDP) (2010) *Creativity Economy. Report 2010*. Génova: ONU. Disponível em:

http://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf

Villarroya, A. (2011). Country Profile, en Council of Europe/ERICarts: *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*, 13th edition. Disponível em:

http://www.culturalpolicies.net/down/spain_ol_112011.pdf

Zallo, R. (2011) *Análisis comparativo y tendencias de la políticas culturales en España, Cataluña y el País Vasco*. Madrid: Fundación Alternativas, documento de trabajo 10. Disponible em:

<http://www.falternativas.org/occ-fa/documentos/analisis-comparativo-y-tendencias-de-las-politicas-culturales-de-espana-cataluna-y-el-pais-vasco>

Touraine, Alain (1993) *Crítica de la modernidad*, Madrid: Temas de hoy, 1993, 2ª edição

Urry, J.; Lash, S. (1996) *Economies of signs and space*. Londres: Sage.

Websites visitados:

<http://www.axenciaaudiovisualgalega.org/public/index.php>

<http://www.addict.pt>

<http://www.cm-barcelos.pt>

<http://www.cm-braga.pt>

<http://www.cm-braganca.pt>

<http://www.cm-chaves.pt>

<http://www.cm-gaia.pt>

<http://www.cm-guimaraes.pt>

<http://www.cm-macedodecavaleiros.pt>

<http://www.cm-matosinhos.pt>

<http://www.cm-mirandela.pt>

<http://www.cm-penafiel.pt>

<http://www.cm-pesoregua.pt>

<http://www.cm-porto.pt>

<http://www.cm-viana-castelo.pt>

<http://www.cm-viladoconde.pt>

<http://www.cm-vnfamalicao.pt>

<http://www.dgartes.pt>

<http://www.novonorte.qren.pt>

Anexos 11

Anexo I

Guión de Entrevista a Decisores Políticos Rexionais

1. Política Europea e Política Nacional de Cultura.
 - a. Ao seu entender, a Política Europea de cultura é promotora de desenvolvemento económico e de creación de emprego?
 - b. Na súa opinión, cales son as liñas da Política Europea que máis contribuen a creación de emprego?
 - c. A Política Nacional de Cultura, engloba estas liñas de actuación?
 - d. Cales son as principais accións permanentes promotoras de emprego da Política Nacional de Cultura?
2. Política Rexional de Cultura.
 - a. A creación de emprego é unha prioridade da Política Rexional de Cultura?
 - b. Que accións están a ser concretadas neste ámbito?
 - c. A Dirección Rexional de Cultura fai seguemento dos resultados destas accións?
 - d. Que resultados lle gustaría destacar (da súa evolución positiva ou negativa nos últimos 5 anos)?
 - e. Cal é o grao de implicación dos municipios nestas accións?
 - f. A Dirección Rexional de Cultura apoia, neste contexto, accións da iniciativa dos municipios? Fale dalgún exemplo.
 - g. A nivel da cooperación (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participan/participaran destacaría no ámbito da creación de emprego a través da cultura?
 - h. Que iniciativas concretas lle gustaría destacar como exemplo de boas prácticas de accións culturais (nacionais ou internacionais) promotoras de desenvolvemento local/rexional de emprego?

i. No futuro, que accións considera se poden concretar atendendo á actual conxuntura económica? Introduza os recursos necesarios para concreción destas accións.

3. Políticas Municipais de Cultura.

a. A Política Rexional de cultura é definida conxuntamente cos concellos?

b. A Dirección Rexional de Cultura coñece a política/a actuación cultural dos concellos?

c. Considera que hai unha boa integración entre as políticas municipais e a Política Rexional de Cultura?

d. Considera suficiente o investimento efectuado en cultura polos concellos?

e. Considerada que a cultura é entendida polos concellos como motor de creación de emprego?

f. Que municipio(s) destacaría como exemplo de boas prácticas, de accións culturais promotoras de desenvolvemento local/rexional de emprego?

g. Que suxestións de actuación deixaría aos concellos para que rendabilizasen mellor o investimento efectuado en Cultura?

4. Territorios creativos.

a. Considera que o Norte de Portugal/Galicia, ou alguma parte específica desta Rexión, é na actualidade un “territorio creativo”?

b. Por que?

c. Que características dos territorios creativos considera que son os mais relevantes para o desenvolvemento local e a creación de emprego?

5. Catálogo de accións.

a. Por favor, indique dous exemplos de accións que considera que os municipios deberan concretar no ámbito de:

i. O emprego e o desenvolvemento local e rexional através da rendabilización das actividades e equipamentos existentes, con vista á transformación das vilas e cidades en territorios creativos.

- ii. A formación e cualificación dos recursos humanos.
- iii. A cooperación e creación de redes colaborativas (rexional e transfronteiriza).
- iv. A facilitación da transformación das cidades en territorios creativos.
- v. A comunicación e a mercadotecnia.

b. Na súa opinión, cales son as principais limitacións que se lle presentan ao desenvolvemento de territorios creativos, e á potenciación da cultura como motor de desenvolvemento económico e de creación de emprego?

6. Outras informacións:

- a. Que outras entidades considera deberan ser entrevistadas no ámbito do presente traballo?
- b. Na súa opinión, cales son os principais equipamentos culturais da Rexión Norte/Galicia?
- c. Na súa opinión, cales son os principais axentes culturais da Rexión Norte/Galicia (públicos e/ou privados)?

Anexo II

Guión de Entrevista a Representantes das Asociacións das Industrias Creativas

1. Política Europea, Política Nacional de Cultura, Política Rexional de Cultura.
 - a. Ao seu entender, a Política Europea de cultura é promotora de desenvolvemento económico e de creación de emprego?
 - b. Na súa opinión, cales son as liñas da Política Europea que máis contribuen a creación de emprego?
 - c. A Política Nacional de Cultura, engloba estas liñas de actuación?
 - d. Cales son as principais accións permanentes promotoras de emprego da Política Nacional de Cultura?
 - e. E a nivel rexional, considera que creación de emprego é unha prioridade da Política Rexional de Cultura?
 - f. Cales son os ámbitos máis relevantes nos que a Asociación está a desenvolver un papel activo no cumprimento da Política Rexional/Nacional de Cultura?
 - g. Indique, por favor, accións que ilustren a procura deses obxectivos, e de que forma se concreta o papel da Asociación.
 - h. Cal é o grao de implicación e cooperación da Asociación coas organizacións nacionais e rexionais de política cultura?
 - i. Que grao de implicación e cooperación ten establecido co sector privado no ámbito da concreción dos obxectivos da Política Cultural (Rexional/Nacional).
2. Políticas Municipais de Cultura.
 - a. A Asociación coñece a política/a actuación dos concellos en cultura?
 - b. Considera que hai unha boa integración entre as políticas municipais e a actuación da Asociación.

- c. Considera suficiente o investimento efectuado en cultura polos concellos?
 - d. Considerada que a cultura é entendida polos concellos como motor de creación de emprego?
 - e. Que concello(s) destacaría como exemplo de boas prácticas de accións culturais promotoras de desenvolvemento local/ rexional e de emprego?
 - f. Que suxestións de actuación daría aos municipios para rendabilizar mellor o investimento efectuado en cultura?
3. Actividade e estratexia da Asociación.
- a. Como é interpretado o binómio cultura/emprego na estratexia da Asociación?
 - b. Que accións concretas se realizan (o está previsto realizar) neste ámbito?
 - c. Cal é a participación/ implicación dos concellos na definición da estratexia de acción da Asociación?
 - d. Cal é a participación/ implicación dos concellos na concreción/ aplicación das accións da asociación?
 - e. Na esfera da cooperación (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participan/participaran destacaría no ámbito da creación de emprego através da cultura?
 - f. Que iniciativas concretas lle gustaría destacar como exemplo de boas prácticas de acción cultural (nacionais ou internacionais), promotoras de desenvolvemento local/ rexional, e de emprego?
 - g. No futuro, que accións considera poden ser concretadas atendendo á actual conxuntura económica? Por favor, indique os recursos necesarios para concretar esas accións.
4. Territorios creativos.
- a. Considera que o Norte de Portugal ou algunha parte específica desta Rexión é na actualidade un “territorio creativo”?
 - b. Por que?

- c. Que características dos territorios creativos considera son os máis relevantes para o desenvolvemento local e a creación de emprego?
 - d. Através dos datos que posúe a Asociación é posible coñecer a importancia económica das indústrias creativas na Rexión? (volume de negocios, postos de traballo, ...)
 - e. O actual contexto económico e financeiro (Nacional e Europeo) tivo repercusións sobre as indústrias creativas como sector económico?
 - f. Por favor, especifique as repercusións máis relevantes.
5. Catálogo de accións.
- a. Por favor, indique dous exemplos de accións que considera que os concellos deberían concretar no ámbito de:
 - i. O emprego e o desenvolvemento local e rexional através da rendabilización das actividades e equipamentos existentes, con vista á transformación das vilas e cidades en territorios creativos.
 - ii. A formación e cualificación dos recursos humanos.
 - iii. A cooperación e creación de redes colaborativas (rexional e transfronteiriza).
 - iv. A facilitación da transformación das cidades en territorios creativos.
 - v. A comunicación e a mercadotecnia.
 - vi. Na súa opinión, cales son as principais limitacións que se lle presentan ao desenvolvemento de territorios creativos, e á potenciación da cultura como motor de desenvolvemento económico e de creación de emprego?
6. Outras informacións:
- a. Que outras entidades considera deberían ser entrevistadas no ámbito do presente traballo?
 - b. Na súa opinión, cales son os principais equipamentos culturais da Rexión Norte?
 - c. Na súa opinión, cales son os principais axentes culturais da Rexión Norte (públicos e/ou privados)?

Anexo III

Guión de Entrevista a Representantes dos Concellos

1. Política Europea, Política Nacional de Cultura, Política Rexional de Cultura
 - a. Ao seu entender, a Política Europea de cultura é promotora de desenvolvemento económico e de creación de emprego?
 - j. Na súa opinión, cales son as liñas da Política Europea que máis contribuen a creación de emprego?
 - k. A Política Nacional de Cultura, engloba estas liñas de actuación?
 - l. Cales son as principais accións permanentes promotoras de emprego da Política Nacional de Cultura?
 - m. E a nivel rexional, considera que creación de emprego é unha prioridade da Política Rexional de Cultura?
 - n. Considera que hai unha boa integración entre a política municipal e a Política Rexional/Nacional de Cultura?
 - o. Que grao de implicación e cooperación do municipio con organismos nacionais e rexionais de Política Cultura?
2. Políticas municipais de cultura
 - a. Ten o concello unha Política Cultural estruturada (obxectivos, actividades, indicadores de avaliación, ...)?
 - b. De ser así:
 - i. Esta política establece accións e metas no ámbito da creación de emprego (ou da súa contribución para)?
 - ii. Establece incentivos para a creación de empresas e empregos culturais?

- c. Considera suficiente o investimento realizado en cultura polo concello? (aproximadamente, canto representa o investimento municipal en cultura no total do orzamento local?)
- d. Que accións municipais destacaría como exemplo de boas prácticas de accións culturais promotoras de desenvolvemento local/ rexional e de emprego?
- e. Na súa opinión, que outras accións poderían ser concretadas polo concello para rentabilizar mello o investimento efectuado en cultura? Por favor, indique dous exemplos de accións que considera que os concellos debería concretar no ámbito de:
- i. O emprego e o desenvolvemento local e rexional através da rendabilización das actividades e equipamentos existentes, con vista á transformación das vilas e cidades en territorios creativos.
 - ii. A formación e cualificación dos recursos humanos.
 - iii. A cooperación e creación de redes colaborativas (rexional e transfronteiriza).
 - iv. A facilitación da transformación das cidades en territorios creativos.
 - v. A comunicación e a mercadotecnia.
- f. Que limitacións enfrenta o concello na concreción da súa política municipal, en xeral, e na aplicación das accións antes mencionadas, en particular?
- g. No nivel da cooperación:
- i. Que grao de implicación e cooperación ten establecido co sector privado no ámbito da cultura?
 - ii. Que grao de implicación e cooperación ten establecido con outros concellos no ámbito da cultura?
 - iii. Que grao de implicación e cooperación ten establecido con Galicia no ámbito da cultura?
 - iv. Que grao de implicación e cooperación ten establecido con ADDICT no ámbito da cultura?

- v. Que grao de implicación e cooperación ten establecido coa Dirección Rexional de Cultura no ámbito da cultura?
- h. No nivel da cooperación (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participan/participaran destacaría no ámbito da creación de emprego através da cultura?
- i. Que iniciativas concretas lle gustaría destacar como exemplo de boas prácticas de accións culturais (nacionais ou internacionais), promotoras de desenvolvemento local/rexional e de emprego?

3. Territorios creativos.

- a. Considera que o Norte de Portugal/Galicia, ou algunha parte específica desta Rexión é na actualidade un “território creativo”?
- b. Por que?
- c. Que características dos territorios creativos considera son os máis relevantes para o desenvolvemento local e a creación de emprego?

4. Outras informacións:

- a. Que outras entidades considera deberan ser entrevistadas no ámbito do presente traballo?
- b. Na súa opinión, cales son os principais equipamentos culturais da Rexión Norte?
- c. Na súa opinión, cales son os principais axentes culturais da Rexión Norte (públicos e/ou privados)?

