

# IX. Sectores culturales. Especificidades. Lo que hay que saber

## Propiedad intelectual

Hay un conocido dicho entre los especialistas de propiedad intelectual adjudicado a Davis Guggenheim, cineasta e hijo de Marion Guggenheim. Al parecer, éste comentaba en sus clases a jóvenes estudiantes de cine lo siguiente: «sois totalmente libres de hacer lo que queráis». A continuación les facilitaba una larga lista de todo lo que no podrían hacer en sus películas sin la correspondiente autorización de los titulares de los derechos de propiedad intelectual. Y acababa rectificando su enunciado inicial: «sois totalmente libres para hacer una película siempre que sea en una habitación vacía y con dos amigos».

Sin caer en esta opinión exagerada, propia de la judicialización existente en el mundo del cine estadounidense, el GC debe tener presente que las creaciones y producciones intelectuales realizadas por terceros deben ser respetadas y no podemos utilizarlas sin la correspondiente autorización de los titulares. Esto no es un comentario voluntarista: la propiedad intelectual implica un conjunto de derechos transversales que afectan a la totalidad de la producción cultural. No hay elemento cultural alguno que no esté afectado de una manera u otra por esta materia.

El gestor cultural trabaja con contenidos protegidos por el sistema legal de propiedad intelectual y él y su equipo se convierten, a su vez, en creadores y titulares de derechos de pro-

propiedad intelectual cuando crean o elaboran obras o productos intelectuales originales. Es aconsejable, por tanto, que esté familiarizado con los principios básicos que deben regir el tráfico y la contratación de los derechos intelectuales.

Cuando los contenidos intelectuales no nos pertenecen, ya sea música, texto, fotografía, decorado, vestuario, diseño gráfico, material audiovisual, *software*... debemos, antes de incluirlos en un proyecto cultural, solicitar del titular de los derechos la correspondiente autorización o licencia. Con ello se evita la incómoda sorpresa de una demanda por posible infracción de derechos de propiedad intelectual. Dicha autorización, que puede ir o no acompañada de una contraprestación económica, debe siempre constar por escrito.

Por supuesto, el GC no es el productor aunque en muchos casos ejerza de tal y en gran número de ocasiones se encontrará con propuestas ya producidas que debe albergar en sus instalaciones. En otras, para editar un libro o para coordinar una muestra de arte su papel coincidirá con el de productor. En cualquiera de los dos casos deberá tener unas nociones muy claras de lo que significa la propiedad intelectual en nuestro tiempo.

Veamos los pasos a seguir antes de utilizar material cuyos derechos de propiedad intelectual no nos corresponden.

## Localización de los titulares

Uno de los problemas a la hora de conseguir la autorización de los derechos de las obras intelectuales es la localización de los autores o titulares de las obras que vamos a incluir en nuestro proyecto, que no siempre es tarea fácil. Ha de tenerse en cuenta que los contenidos a utilizar pertenecen a géneros distintos: de tipo literario, audiovisual, científico, musical... Ello significa que el gestor debe seleccionar y determinar la obra que le interesa, localizar a su titular y negociar con él la cesión de los derechos o su autorización para el uso.

El repertorio de las obras se halla muy disperso y no existe, por el momento, una entidad, ventanilla única o *clearing house* a la que poder acudir para obtener las autorizaciones de uso de todos los contenidos. El GC debe tener presente, por tanto, quién es el propietario de los derechos de autor de la obra con la que se va a trabajar. Lo habitual, en un centro cultural contemporáneo, es que conozca al artista, comisario o conferenciante, y que negocie directamente con ellos. En este

caso, no se debe cometer el error de manual que consiste en no especificar en contrato o recibo el alcance de lo que se está contratando. Ejemplo: si se trata de una conferencia que luego el centro va a utilizar para un libro o catálogo, esto debe especificarse en el contrato, aclarando que los honorarios satisfechos por la conferencia incluyen el derecho de publicación, en cuanto concepto de adelanto sobre derechos.

Pero muchas veces no puede hacerse lo anterior. Así, cuando no existe el contacto con el artista o autor a quien dirigimos para solicitar la autorización –caso de artistas extranjeros, fallecidos o cuando establecemos relaciones con un gran centro museístico– acudiremos entonces a las llamadas entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual. En España coexisten 8 entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual que, estando autorizadas por el Ministerio de Cultura, gestionan un amplio repertorio de obras literarias, musicales, visuales y cinematográficas. Son éstas: SGAE. Obras musicales, dramáticas y audiovisuales; AIE. Interpretaciones de artistas intérpretes y ejecutantes; AISGE. Interpretaciones de actores; DAMA. Obras cinematográficas (coincide con SGAE en esta categoría de obras); CEDRO. Obras escritas en libros o en publicaciones periódicas así como ediciones de libros, publicaciones y partituras musicales; VEGAP. Obras plásticas, fotografías y en general todas las obras visuales (expresadas mediante imágenes); AGEDI. Producciones fonográficas y videográficas (vídeos musicales); EGEDA. Producciones audiovisuales.

En la página web del Ministerio de Cultura ([www.mcu.es](http://www.mcu.es)) se encuentran todas las direcciones de las páginas web de las distintas entidades de gestión. El GC, en caso de duda, debe dirigirse a sus departamentos de tarifas y repertorio para conocer si gestionan la utilización de la obra que interesa de modo que se pueda negociar, antes de la programación de los actos, los posibles usos de las obras sujetas a reserva de derechos y sus precios.

## Autorización y cesión

Una vez identificado el titular o la entidad que gestiona los derechos es necesario obtener por escrito una autorización para el uso de la obra. La autorización consiste en un documento en el que se refleja el permiso del autor o de la persona que lo representa para el uso concreto que nos interesa (puesta a disposición en la red de textos o imágenes, reproducción de un texto o una foto en un catálogo, inclusión de

un extracto de una canción en un DVD, inclusión de un arreglo musical en un espectáculo...). En este documento es conveniente que aparezcan detalladas las condiciones a las cuales se sujetará el uso de las creaciones (identificación de la obra y el autor, identificación de la persona autorizada, modalidad de uso, tiempo y lugar en los que se autoriza, importe a pagar).

Cuando es una entidad de gestión colectiva la que tiene encomendada la administración de los derechos, es la entidad la que negociará con nosotros las condiciones para la explotación de la obra, facilitará la autorización y recaudará el importe de la recaudación acordada, haciéndosela llegar al titular.

En ocasiones, y dependiendo de la envergadura de la propuesta cultural, será necesario firmar un contrato de cesión de derechos de propiedad intelectual con los titulares. Ello sucederá en el caso, por ejemplo, de la edición de un libro, o de una producción audiovisual o cuando contratemos una campaña publicitaria. En estos casos, conviene, dada la multiplicidad de aspectos a tener en cuenta, acudir a un especialista en propiedad intelectual.

Si bien cada contrato tiene sus peculiaridades específicas, y estará gobernado por el principio de autonomía de la voluntad de las partes, a continuación se enumeran, a modo de lista abierta, una serie de elementos que deberían de tenerse en cuenta a la hora de la negociación de una cesión de derechos de propiedad intelectual y su reflejo en el contrato:

- la identificación de las partes
- la identificación del contenido a utilizar
- los derechos cedidos y las modalidades de explotación previstos
- el ámbito espacial (si no se especifica la cesión se limita al país en el que tiene lugar la cesión)
- el ámbito temporal (si no se especifica, la cesión queda limitada a cinco años)
- la contraprestación económica
- el compromiso de entrega del autor o titular de los contenidos objeto de la cesión
- el compromiso de difundir la obra por parte del cesionario
- el respeto a los derechos morales
- la legislación aplicable
- la jurisdicción competente
- la firma del documento por las partes
- la fecha del documento

## Reducción de las tarifas generales para instituciones culturales

Las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual disponen de unas tarifas generales que establecen el precio según el tipo de uso y la categoría de obra o prestación. Si el usuario es una entidad cultural sin ánimo de lucro, la ley obliga a las entidades de gestión a una reducción de sus tarifas<sup>17</sup>.

Aunque en algunas ocasiones encontramos que las entidades de gestión no tienen la previsión de reducir las tarifas en sus estatutos, está claro que es una obligación de las entidades facilitar su reducción. La ley, sin embargo, no aclara la cuantía o el alcance de la misma, por lo que dependerá del poder negociador de las partes.

La mejor manera de encarar una negociación de este estilo, por parte del GC, es manifestar la voluntad de renunciar a ese artista en el caso de que la entidad en gestión no quiera cooperar en el sentido de moderar sus tarifas. Un centro cultural es una entidad sin ánimo de lucro o con un objetivo crematístico muy moderado, de modo que cumple en realidad con el objetivo social de poner en contacto a escritores y artistas con su público, promocionando a los primeros. Las entidades de gestión no deben olvidar esa perspectiva, puesto que también tienen un mandato estatutario de promoción.

## Material de dominio público

Los derechos económicos de las obras y prestaciones protegidas por la propiedad intelectual, una vez que ha transcurrido el plazo de protección señalado en la ley, se extinguen y pasan al dominio público. En otras palabras, los contenidos antes protegidos pueden ser utilizados por cualquier persona de forma libre y gratuita.

En las utilizaciones de material de dominio público no es, por tanto, necesario solicitar la correspondiente autorización del titular, ni pagar una remuneración por el uso. La ley española establece distintos plazos de protección según la categoría de obra o prestación artística de que se trate.

En el caso de las obras de creación, la ley señala un plazo general, que coincide con el establecido en todo el territorio de la Unión Europea: los derechos económicos durarán toda la vida del autor y setenta años, después de la muerte o declaración de fallecimiento. Ahora bien, si se trata de autores falle-

<sup>17</sup> Artículo 157 b del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual (RD legislativo 1/1996, de 12 de abril).

cidos antes del 7 de diciembre de 1987 los derechos de explotación de las obras tendrán una duración de 80 años después de la muerte del autor<sup>18</sup>.

Si se trata de obras anónimas o seudónimas el plazo debe contarse a partir de la divulgación lícita. En el caso de obras en colaboración (cinematográficas, audiovisuales), los derechos económicos durarán toda la vida de los coautores y setenta años después a contar desde el fallecimiento del último coautor superviviente. Si se trata de obras colectivas, el plazo es de 70 años desde la divulgación lícita de la obra. Los plazos establecidos en la ley se computan desde el 1 de enero del año siguiente al de la muerte o declaración de fallecimiento del autor o al de la divulgación lícita de la obra.

Para las prestaciones y producciones que no son obras (interpretaciones y ejecuciones de artistas, ediciones, producciones fonográficas y audiovisuales) existen unos plazos de protección menor: 50 años. En el caso de los artistas, el plazo se empieza a contar desde la divulgación o desde la realización de la interpretación. Para las producciones fonográficas, el plazo empieza a correr desde la grabación, primera publicación lícita o primera comunicación lícita al público y en las producciones audiovisuales desde su realización o divulgación.

## **Diferenciación entre el soporte de una obra de arte y el objeto de propiedad intelectual**

El sistema legal de propiedad intelectual distingue entre el soporte, los objetos concretos que contienen las obras o la información (un CD-ROM, un disco duro, un ejemplar de un libro o un cuadro), y las obras intelectuales que contienen esos soportes (el programa informático, la obra literaria, la composición musical, la obra pictórica).

Por eso, el que adquiere la propiedad del soporte a que se haya incorporado la obra, no tiene, por este sólo título, ningún derecho de explotación sobre esta última. De acuerdo con la independencia y compatibilidad de los derechos de autor con los derechos que tengan por objeto la cosa material a la que se incorpora la obra, coexisten dos sistemas de adquisición y transmisión de derechos: el del derecho común para el soporte de la obra (objeto físico) y el de la propiedad intelectual para los derechos de explotación sobre la cosa inmaterial y espiritual que constituye la obra de creación.

<sup>18</sup> Disposición transitoria 4ª del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. (R.D. Legislativo 1/1996, de 12 de abril).

Veámoslo con un ejemplo del campo de las artes plásticas. El señor Mecenaz compra al señor Bohemio una obra de artes plásticas, creada por este último. Por el acto de compraventa de la obra, y si no se especifica otra cosa en el documento de compraventa, el señor Mecenaz se convierte únicamente en propietario del soporte, del ejemplar, del cuadro en el cual se contiene la obra intelectual. Sus facultades de disposición de la obra se limitan al derecho a exhibir la obra en su casa o cederla con el mismo propósito a un museo. Pero nada más. El señor Bohemio sigue siendo el titular de los derechos de propiedad intelectual.

De este modo, en virtud de la nítida separación entre los derechos sobre el soporte y sobre la creación intelectual, en nuestro ejemplo, el señor Mecenaz no es titular de los derechos de propiedad intelectual, ya que no han sido objeto de cesión en el acto de compraventa. En consecuencia, si el señor Mecenaz quiere reproducir la obra para realizar un catálogo, hacer un DVD sobre la misma, prestar la obra para que ésta se incluya como decorado en una producción audiovisual o producir *merchandising* basado en la obra, deberá solicitar nueva autorización del señor Bohemio, o de sus derechohabientes, en caso de haber este último expirado consecuencia de la vida acorde con su nombre.

## **¿Es necesario registrar las creaciones o prestaciones propias?**

Las creaciones se protegen por el mero hecho de su creación sin necesidad de cumplir con ninguna formalidad. Sin embargo, acudir al Registro para la inscripción de las obras o prestaciones protegidas por la propiedad intelectual es un trámite poco costoso (el pago de la tasa gira alrededor de unos 10 euros aproximadamente) y que ofrece alguna ventaja. La inscripción en el Registro otorga un medio de prueba que sirve para demostrar la existencia de un derecho prioritario y exclusivo sobre los contenidos que hemos creado. En caso de conflicto o pleito, la inscripción proporciona una prueba cualificada sobre la existencia y pertenencia de los derechos de propiedad intelectual. Para conocer a qué oficina dirigirse para inscribir las obras, la página web del Ministerio de Cultura ([www.mcu.es](http://www.mcu.es)) contiene información sobre las distintas oficinas del Registro, sus direcciones y teléfonos, así como la documentación a presentar.

## Los derechos patrimoniales y morales

Para terminar este apartado de propiedad intelectual que hemos llamado transversal, entre las facultades que integran la propiedad intelectual, el GC debe saber que existen derechos de naturaleza patrimonial, con un contenido económico y derechos personales o morales, vinculados a la personalidad del autor.

Los derechos económicos son susceptibles de transmisión y son, por tanto, objeto del tráfico jurídico. Básicamente son los derechos de reproducción, distribución, comunicación al público (incluida la puesta a disposición en redes de telecomunicación tipo Internet) y el derecho de transformación de la obra.

Los derechos morales son intrasmisibles, irrenunciables y perpetuos, destacando por su importancia el llamado derecho de paternidad (facultad del autor de exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra) y el derecho a la integridad de la obra. De acuerdo con estas prerrogativas, el GC como usuario o cesionario de las obras debe tener en cuenta que el nombre del autor debe figurar en la obra utilizada y que no es posible realizar alteraciones en la misma sin el consentimiento del autor. Por ejemplo, aunque estén muy de moda los hipertextos y las intervenciones, debemos evitar intervenir sobre una pieza ajena o suprimir u olvidar el nombre del autor de las carátulas o entresacados incluidos en una nueva composición. Esto antes se llamaba *homenajes*, algunos eran secretos, otros eran evidentes. La diferencia es que hoy, por ley, se hace preciso citar a los homenajeados, a todos, como si estuviéramos haciendo una tesis doctoral. La vida ha cambiado.

## ¿Qué es el ISBN?

Se trata de un código numérico que acompaña a cada libro para su identificación. Con ello se facilita su tratamiento automatizado y su control en el mercado editorial.

El GC como editor ocasional de libros y publicaciones debe solicitar el ISBN de la mencionada Agencia para cada uno de sus productos editoriales, no siendo obligatorio incluirlo en el caso de los folletos o programas culturales.

Este código, que obligatoriamente deberá aparecer en el libro o publicación, normalmente en la parte dedicada a los créditos, es facilitado por la Agencia Española del ISBN, entidad dependiente del Ministerio de Cultura, de forma gratuita. La Agencia Española de ISBN se encuentra en Madrid, en la calle Santiago Rusiñol, 8, 28040 Madrid<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> Teléfonos de información general del ISBN: 91 536 88 88/  
91 536 88 54/  
91 536 88 60.  
Correo electrónico: [agencia.isbn@ccl.mcu.es](mailto:agencia.isbn@ccl.mcu.es)

## El agente literario

Es aquella persona o agencia que funciona como intermediario entre el autor y las editoriales. Se ocupa, en primer lugar, de buscar y convencer al editor adecuado para que publique al autor al que representa, para después negociar el contrato de edición y representar al autor en todo aquello relacionado con la publicación de su obra. Una vez publicada la obra, se encarga de la búsqueda de traducciones a través de los contactos con editores extranjeros.

Esta figura, ya consolidada en el mundo anglosajón, donde difícilmente las editoriales publican a un autor que no ha pasado por el filtro de un agente literario, empieza a ser cada vez más frecuente en España y en América Latina.

Lo habitual es enseñar el manuscrito u original al agente literario y si a éste le gusta lo defenderá ante los editores. Sus ingresos por la representación oscilarán entre un 10% y un 15% de los ingresos que se obtengan por las ventas del libro publicado.

En España fue Carmen Balcells la pionera de esta figura, que poco a poco comienza a ser una realidad consolidada en nuestro país. La mayoría de las agencias literarias tienen su sede en Barcelona y Madrid, existiendo también algunas direcciones virtuales<sup>20</sup>.

## Las industrias culturales

En este tema debemos distinguir al menos dos aspectos: el de la gestión cultural moderna y lo que esto significa desde el punto de la propia industria y su agilización, y el de la definición genérica de lo que son las industrias culturales. Las industrias culturales desde una concepción moderna incluyen el conjunto de la actividad pública y privada generada en este sector, representando actualmente un 2,8% del empleo total en nuestro país y habiendo sufrido un incremento en términos absolutos de un 20% desde el año 2000<sup>21</sup>. Haremos un breve repaso de las más importantes. El GC, en su tarea diaria, debe actualizarse cada cierto tiempo acerca de la marcha de cada uno de los sectores y conocer las preocupaciones y estrategias de los mismos. Será información útil a la hora de establecer programaciones y alianzas.

Tenemos en primer lugar la industria del libro (revistas, gráficos, libros) que ocupa el cuarto lugar en el mundo en cuanto a volumen de negocio. España exporta por valor de 241.741 (miles de euros) e importa por valor de 39.276 (miles

<sup>20</sup> Adjunto algunas direcciones al día de la fecha de los agentes literarios más importantes de España. Esta es una información cambiante, en un panorama ahora agitado por la emergencia de pequeñas editoriales que tratan de hacerse un hueco entre las grandes ofreciendo un perfil de sello y de línea precisa, buscando un lector minoritario pero fiel. Los agentes más importantes son: Agencia Literaria Transmit. Christian Martí-Menzel. Muntaner 267, Ppal. 1º, 381. 08021 Barcelona. Tel. 93 2096184. AMV AGENCIA LITERARIA. Anne-Marie Vallat. Maldonadas, 9 - 2º dcha. 28005 MADRID. Tel: 91 365 25 16. Fax: 91 364 07 00. Carmen Balcells S.A. Diagonal, 580. 08021 Barcelona. Tel: 93 200 89 33. Fax: 93 200 70 41. Internacional Editors C.O. Provenza 276, 1º. 08008 Barcelona. Tel: 93 215 88 12. Julio F. Yáñez. Vía Augusta, 139, 6º. 08021 Barcelona. Tel. 93 2007107. Kerrigan Miro (Antonia Kerrigan) Travesera de Gracia, 22 4º. 08021 Barcelona Tel: 93 209 38 20. Mercedes Casanovas. Iradier, 24, bajos. 08017 Barcelona. Tel: 93 212 47 91. Mercedes Ross. Castell, 28. 08329 Teià Tel.: 93 5401353 Sant Jordi Asociados. Passeig Garcia Fària, 73-75, Torre A 7º 5º. 08019 Barcelona Tel: 93 224 01 07. Silvia Bastos. Gerona, 24, 3º, 2ª. 08010 Barcelona.

Tel. 93 2654165. Utte  
Corner Literary Agent.  
Aragón 224, Principal 2º.  
08011 Barcelona.  
Tel. 93 4550414. En Madrid:  
Andrés de Kramer.  
Castelló, 30 - 5º dcha.  
28001 Madrid.  
Tel: 91 431 63 05.  
Bookbank S.A. (Alicia  
González Sterling). San  
Martín de Porres, 14. 28035  
Madrid. Tel: 91 373 35 39  
R.D.C. Fernando VI, 15,  
3º dcha. 28004 Madrid.  
Tel: 91 308 55 85 / 91 En  
Bilbao: IKEDER. Hurtado de  
Amézaga, 3, 1º. 48008  
Bilbao. Tel. 94 4160555. En  
Málaga: Lennart Sane  
Agency A.B. Paseo de  
Méjico, 75. Las Cumbres.  
Elviria. 29600 Marbella  
(Málaga). Tel: 952 83 41 80.  
En Granada: Iwe Agencia  
Literaria. Hilleras, 1, 3º E.  
18001 Granada.  
Tel 676882112/958 523097.  
En Cádiz: Aya. Avda. de la  
Marina, 8-4º A. 11007  
Cádiz. Tel: 678 721 311 /  
662 08 16 37.

<sup>21</sup> Anuario de Estadísticas  
Culturales 2005. Ministerio  
de Cultura.

<sup>22</sup> Datos extraídos del  
informe de la Federación  
Española de Cámaras del  
Libro. «Evolución de la  
exportación e importación  
del sector del libro». Datos  
a julio de 2006.

<sup>23</sup> Durante el año 2005 se  
produjeron  
142 largometrajes, de  
acuerdo al Instituto de  
Cinematografía de las Artes  
Audiovisuales. Estos datos  
y los siguientes sobre la  
industria del cine provienen  
del citado ICAA.

de euros) lo que da un saldo a favor de esta industria de unos 202.465 (miles de euros) de excedente neto. De esos 241.741 (miles de euros) de exportación 78.101 (miles de euros) se corresponden a la exportación a Iberoamérica, casi el 33% de la exportación total<sup>22</sup>. Argentina, es el segundo país destinatario de la exportación española, siendo México el primero. Pero el primer país receptor a nivel global sigue siendo Francia.

En segundo lugar, la industria del cine que se ha visto revitalizada desde la aplicación de la Ley de Protección y Fomento de la Cinematografía. En el 2005 se produjeron en España casi 150 largometrajes y 165 cortometrajes<sup>23</sup>, alcanzándose la cifra más elevada de los últimos años. Aumenta significativamente la forma de coproducción con otros países, destacando en cuanto a número las realizadas con Francia, Italia y Reino Unido, y entre los países latinoamericanos, las coproducciones con Argentina y Chile. Otro dato alentador, con matices, es la cuota de mercado del cine español. Fue durante el 2005 de un 16,7% lo que comparada con el 60% de cuota de mercado que sigue alcanzando el cine estadounidense muestra las debilidades del sector español. Ahora bien, existe un cierto crecimiento con respecto a los valores del año 2004, cuya cuota de mercado fue del 13,4%. Si atendemos al cine europeo en su conjunto, incluido el español, la cuota de mercado en 2005 alcanzó un 37%, aumentando con respecto al año anterior en casi 10%. Las cifras, sin embargo, más desfavorables y que son comunes a toda la industria, la nacional y la extranjera, son las que se refieren al número de espectadores, observándose una tendencia a la baja en cuanto a número de personas asistentes a salas, produciéndose un descenso en la recaudación con respecto a años anteriores. En este aspecto también hay que señalar que el cine comienza a consumirse masivamente, pero de otra forma diferente, en casa, mediante el uso del DVD o mediante los recursos que proporcionan las terminales informáticas avanzadas. Todo ello supone un enorme reto para esta industria.

El Proyecto e Informe *Calimera*, un estudio independiente y periódico financiado por la Comisión Europea, es una herramienta de consulta muy útil a la hora de contrastar y conocer el estado de la red de bibliotecas, archivos y museos, sobre todo en relación con los recursos de digitalización que cuentan esos centros. Su información puede ser complementada con la que ofrecen el Ministerio de Cultura y las distintas Consejerías de las Comunidades Autónomas. España cuenta con 51 Bibliotecas de titularidad pública dependiente del Estado, más de 170 dependientes de las Comunidades Autónomas y

unas 3.500 dependientes de corporaciones locales. Todos estos centros organizan actividades culturales y tienen distintas políticas de colaboración con otros centros culturales. Son, en todo caso, una excelente fuente de recursos. Para trabajar en estos centros es preciso aprobar una oposición e ingresar en el Cuerpo Superior Facultativo de Bibliotecarios, Archiveros y Museólogos.

En España, en los últimos quince años se ha desarrollado y especializado el campo de estudios oficiales de Biblioteconomía y Documentación. Existen dos niveles de estudios: carreras superiores de cinco años y diplomatura de tres años. Algunos de estos estudios se pueden realizar a través de Internet. El informe *Calimera* recomienda consultar el *Portal de Travesía*, en la red. Las universidades imparten diplomaturas son las de Valencia, León, Vic, A Coruña, Carlos III de Madrid, Zaragoza y Complutense; las que imparten licenciaturas de cinco años son las de Extremadura, Granada, Murcia, Alcalá de Henares, Salamanca, Barcelona, Autónoma de Barcelona, Universidad Oberta de Catalunya, Politécnica de Valencia y Carlos III de Madrid. También existen academias y centros privados donde se pueden cursar estudios en la materia. El portal de la Biblioteca Nacional informa de este capítulo.

Otra fuente interesante de recursos y de posibles colaboraciones son los distintos archivos que hay en España. Hay archivos nacionales, como el de Indias en Sevilla o el Histórico Nacional, Históricos Provinciales, de colecciones privadas y fundaciones, de ayuntamientos, de universidades y dependientes de los propios ministerios. Todos ellos, de nuevo, pueden ser abordados a la hora, no sólo de trabajar, sino de buscar sinergias de colaboración con los centros culturales.

En el capítulo de museos, España cuenta con unos 1.400, de los que 150 son de titularidad estatal si bien la gestión de unos 70 ha sido transferida a las Comunidades Autónomas. Los más importantes forman parte del Sistema Español de Museos y las distintas regulaciones pueden ser consultadas en la página web del Ministerio de Cultura. A la hora de estudiar no se ofrecen en España licenciaturas en museología, pero a nivel de máster sí existen cursos de postgrado en distintas universidades como las de Granada o la Complutense de Madrid. Se puede consultar el portal *Universia*, donde se ofrecen, además, distintos cursos sobre restauración y conservación de bienes culturales. Además de estos estudios, en nuestro país existen siete Escuelas Superiores de Conservación y Restauración de Bienes Culturales, aunque asignaturas de conservación también se imparten en varias facultades de Historia del Arte y de restauración en las de Bellas Artes.

Al margen de este sector oficial, el GC puede consultar en su ciudad o comunidad el listado de galerías privadas de arte contemporáneo, contrastar su calidad comprobando si éstas asisten a ferias de arte consolidadas como ARCO u otras internacionales y buscar acuerdos de colaboración con las mismas. En muchos casos, son los profesionales a pie de calle los primeros interesados en colaborar con los centros culturales a la hora de promocionar a sus artistas. Es un tipo de recurso que en ocasiones, por puro desconocimiento de la materia no se emplea. Sin embargo, las galerías de arte suelen estar saturadas de oferta de artistas y establecen programaciones a largo plazo que dificultan la rotación de los mismos, y por tanto se pueden sentir muy felices de colaborar y aportar recursos a centros culturales locales, aunque sepan que durante la exposición concreta las obras de arte no estarán en venta.

En el ámbito de la danza y la música reglada, creo que el mejor estudio escrito y fuente de consulta es el que ofrece la Revista *Doce Notas*, que publica la Guía de Conservatorios y Escuelas de Música y Danza en España, en formato libro y CD-ROM, que ya va por su tercera edición. Aparecen allí censados más de 1.800 centros, de enseñanza reglada y no reglada, destacándose la *explosión* de disciplinas y centros sobre todo en el ámbito municipal. También puede consultarse su página en [www.docenotas.com](http://www.docenotas.com).

En formato accesible desde Internet, en este último ámbito, el mejor portal es el Portal de la Danza, [www.danza.es](http://www.danza.es), dependiente del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música, organismo autónomo dependiente del Ministerio de Cultura, con secciones de actualidad, revista, coreografías, tablón de anuncios, enlaces y guías de recursos. Este portal recoge toda la actividad del Centro Nacional de Documentación de la Danza así como aquella generada por el Ballet Nacional de España y la Compañía Nacional de Danza. Es realmente una página muy hermosa, llena de sugerencias. En ella, el profesional puede encontrar toda la información útil para su trabajo, incluso la posibilidad de entrar en contacto con otros profesionales para encontrar trabajo o integrarse en proyectos. Y los aficionados o los GCs pueden acercarse a este mundo fascinante, que ofrece una enorme posibilidad de proyectos creativos distintos.

Junto al Anuario de Estadísticas Culturales 2005, editado por el Ministerio de Cultura, acaba de publicarse otro texto de referencia importante. Se trata de un estudio publicado en forma de libro por este mismo ministerio que lleva por título «El valor económico de la cultura en España», coordinado por la División Estadística y acompañado de un estudio elaborado

por Ezequiel Uriel Jiménez. Este estudio complementa los datos anteriormente ofrecidos y revela algo ya sabido: el creciente significado económico de las actitudes culturales y de aportación al PIB y el valor añadido de dinamismo y de riqueza a una economía como la española, caracterizada por la fortaleza de su sector de servicios. Así, la aportación de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual ronda el 4% anual como media del último quinquenio, y, de aquí, por motivos de orden instrumental, se excluyen aportaciones como la arquitectura o el diseño tan interconectadas con el hecho cultural en sí.