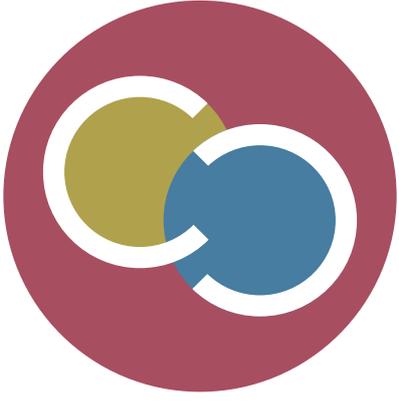


Cooperativismo y cultura: una alianza necesaria



Cooperativismo y cultura: una alianza necesaria

Cristina González
Marcos Lorenzo

Xunta de Galicia
Consellería de Traballo e Benestar
Dirección Xeral de Traballo e Economía Social
2015

1ª ed. 2015

XUNTA DE GALICIA

Consellería de Traballo e Benestar

Dirección xeral de Traballo e Economía Social

Subdirección Xeral de Cooperativas e Economía Social

Nova Xestión Cultural, S.L.

ÍNDICE

1. Introducción	7
2. Cultura hoy	9
2.1. Algunos datos	9
2.2. Principales características del sector cultural	9
2.3. Dinámicas recientes	11
2.4. Entidades empresariales y profesionales de la cultura en Galicia	11
3. El cooperativismo como fórmula de emprendimiento	12
3.1. Algunos datos	13
3.2. Principales características del sector cooperativo	13
4. Buenas prácticas en el cooperativismo cultural	16
4.1. Enfoque metodológico	16
4.2. Resultados del análisis	19
4.3. Aspectos más significativos del cooperativismo cultural	46
5. Cooperativas culturales en Galicia	48
6. Otras buenas prácticas	65
6.1. Iniciativas de promoción del cooperativismo en cultura	65
6.2. Experiencias de colaboración entre agentes culturales y cooperativas	70
7. Recomendaciones	77
8. Agradecimientos	81
Anexos	
A. Directorio	83
B. Fuentes de información	88

1. Introducción

800 millones de hombres y mujeres son socios y socias de cooperativas en el mundo

Este informe ha sido realizado a demanda de la Dirección Xeral de Traballo e Economía Social, perteneciente a la Consellería de Traballo e Benestar de la Xunta de Galicia. En él se pretende **analizar el potencial campo de colaboración entre las empresas cooperativas y el ámbito cultural o artístico**, y más en concreto identificar:

- Cooperativas culturales que puedan destacar a modo de buenas prácticas,
- Iniciativas públicas y privadas de fomento del cooperativismo en la cultura y que hayan producido resultados destacables,
- Experiencias de colaboración comercial mutuamente beneficiosa entre artistas y cooperativas.

A lo largo del informe partimos de dos constataciones. Por una parte, el crecimiento sostenido, incluso en época de crisis, en la creación de nuevas cooperativas en Galicia, y en particular en el sector de la cultura. También las empresas culturales (de economía social o no) venían creciendo ininterrumpidamente en las últimas dos décadas, sea en número, en empleo o en facturación, confirmando su papel ascendente en una economía de servicios orientada al conocimiento. Esa trayectoria se ha visto atenuada últimamente por efecto de la recesión económica y otros factores que expondremos con detalle en el informe.

La otra constatación es la de la complementariedad del sector cultural con las fórmulas de la economía social. Si el sector cultural, fuertemente atomizado, puede enriquecerse con el bagaje de gestión empresarial mancomunada del cooperativismo, este necesita las dosis de innovación y creatividad que le pueden facilitar los profesionales de la creación.

Con estos supuestos comenzamos una investigación en la que rápidamente se manifestó una dificultad: la de la delimitación conceptual, derivada de una casuística enorme y dispar. En el trabajo de campo encontramos:

- Empresas cooperativas que prestan servicios muy diversos, algunos de ellos ligados a la cultura o al ámbito sociocultural.
- Multitud de proyectos culturales colectivos (sean asociaciones o bajo otras formas) inspirados en los valores del cooperativismo y que acaban por promover (o no) entidades de economía social.
- Nuevas formas de concebir el trabajo creativo basadas en la revolución digital y en sus principios (código abierto, procomún, software libre, remezcla, educación expandida, etc.), que conforman una especie de **economía social 2.0**, muy dinámica y en permanente reformulación, y que está

dando lugar a realidades como el *coworking*, el *crowdfunding* o las llamadas "comunidades autofinanciadas" (cooperativas de ahorro y crédito informales). Algunos de los promotores en España de estas propuestas colaborativas son Medialab Prado, Platoniq, www.amaste.com, y en ocasiones se trata de cooperativas, como Zemos 98 o TeamLabs.

Otras iniciativas sustentadas en valores sociales pero que contribuyen a alimentar una cierta confusión terminológica, como el "emprendimiento social" (proyectos empresariales con finalidad social), la "cooperación social" (proyecto europeo Cooperland) o incluso el espacio de *coworking* La Cooperativa, en la ciudad de Cádiz, citado solo a modo de anécdota significativa.

Ante esta nebulosa de iniciativas, formales e informales, digitales o presenciales, optamos por diferenciar entre dos modelos, el de la **economía social**, entendido este en su sentido clásico, y el de la **cultura colaborativa**, o si se prefiere el formato *coop* frente al formato *crowd*, si bien da la impresión de que esa distinción es ociosa o tiene una pronta caducidad cuando la tendencia general es justamente la contraria, la de la fusión e hibridación de ambas fórmulas (que no son dos sino múltiples).

Algunos de los ejemplos más patentes de esa convergencia los encontramos en las experiencias de La Tabacalera (Madrid) y de Fora do Eixo (Brasil). La Tabacalera es un centro social autogestionado a partir de métodos assemblearios y cooperativos, y que, entre muchas otras iniciativas, ha constituido una cooperativa de consumo (Metabólicos). Y el circuito cultural Fora do Eixo, de promoción de talentos emergentes en la música y en las artes, combina redes colaborativas centradas en el software libre con cooperativismo, economía solidaria, trueque y moneda propia. Con esa estructura de funcionamiento, organiza alrededor de 6.000 espectáculos anuales en 200 ciudades, para una audiencia aproximada de 8 millones de personas. Dispone además de un banco propio y de una universidad libre.

Sirvan ambos casos para subrayar un proceso de confluencia y de contaminación mutua que se está dando entre el mundo del cooperativismo y las nuevas iniciativas culturales y creativas. No en vano, ambos comparten la apuesta por la participación y el trabajo en red, y la primacía de la realización personal de sus miembros sobre la generación de beneficios.

2. Cultura hoy

A lo largo de las últimas décadas y debido a su expansión industrial, la cultura se ha convertido en un relevante sector de actividad económica. Bajo el paraguas del sector cultural se esconden actividades muy heterogéneas y dispares, sea en términos disciplinares (artes escénicas y musicales, audiovisual, libro, bibliotecas y archivos, patrimonio y museos) o en lo relativo a la cadena de valor (formación, creación, producción, distribución, exhibición, consumo y conservación).

2.1. Algunos datos¹.

Así, en el 2012 había en **Galicia 5.440 empresas culturales** (101.342 en España, un 3,2% del total de empresas del Estado) y el empleo sectorial ascendía entre nosotros a **21.300 trabajadores** (457.600 para el conjunto de España, un 2,6% del empleo total). Si comparamos estos datos con los inicios de la crisis económica, vemos cómo el número de empresas se mantuvo constante o decreció levemente, mientras que el empleo sufrió un impacto más acusado. En el 2009 contábamos en Galicia con 5.439 empresas, y en España con 102.945. Sin embargo, y para el 2007, el empleo cultural se situaba en nuestra Comunidad en 23.300 personas (un 9,4% más que en la actualidad) y en España en 556.600 (un 21,6% por encima de las cifras de hoy). Con todo, en el año 2012 el sector cultural representaba un 2,7% del PIB español, con una facturación de 28.661 millones de euros, lo que lo confirma como uno de los de mayor peso de la economía del Estado.

Algunos de los datos más significativos para la descripción interna del sector cultural tienen que ver con el tamaño de sus empresas y con el perfil de sus trabajadores. También en el año 2012 y para el conjunto de España (no disponemos de datos desagregados para Galicia), un **61,5% de las empresas culturales no disponían de asalariados**, y otro 31,1% solo contaban con de 1 a 5 personas contratadas. Por lo tanto, en la estructura empresarial de la cultura predominan los **autónomos y las microempresas**. En lo que se refiere a sus empleados, un 41,5% son mujeres y casi un 64% posee estudios superiores.

2.2. Principales características del sector cultural.

A continuación, señalamos las principales características que definen el tejido empresarial y profesional de la cultura en Galicia y en su contexto circundante:

1. **Atomización sectorial.** El sector cultural está configurado por una densa malla de microempresas y profesionales independientes, combinado por un número muy limitado de empresas de gran dimensión e instituciones que condicionan el funcionamiento del mercado. La **dependencia de los fondos públicos** y la **estacionalidad** intrínseca del mercado cultural redundan en una notable temporalidad del empleo. Con frecuencia, para los artistas y profesionales de la cultura, la creación es apenas una segunda actividad y un ingreso

¹ Extraídos de los Anuarios de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura de España.

complementario de otros que le garantizan la subsistencia. Frente a esta situación inestable, la Unión Europea recomienda en el Libro Verde de las Industrias Creativas promover el **trabajo en red** y caminar hacia la clusterización del sector, facilitando así las economías de escala y la proyección en mercados exteriores.

- 2. Difícil acceso a financiación.** La propia naturaleza del trabajo cultural, operando con intangibles, junto con lo imprevisible de su demanda, dificultan el acceso a financiación. Las entidades financieras y los analistas de riesgos califican los proyectos culturales como actividades de alto riesgo. De nuevo la Unión Europea, mediante su programa Europa Creativa, propone líneas para paliar esa desventaja, sea a través de la formación de los mediadores bancarios o habilitando avales públicos para la concesión de préstamos a iniciativas empresariales de la cultura.
- 3. La profesionalidad como reto.** Como pudimos deducir de los datos anteriores, la formación media de los trabajadores del sector cultural es elevada, con una presencia mayoritaria de **personal universitario**. Sin embargo, son numerosos los expertos que indican que aún existe un importante margen de mejora en cuanto a la formación en gestión económica que les permita adoptar estrategias empresariales. En los proyectos de emprendimiento cultural prevalece la **gratificación personal** sobre la generación de beneficios. A este respecto, desde algunas instancias se aboga por una mayor integración entre las enseñanzas artísticas y las empresariales. Y desde otros ámbitos se propone el fomento de la **economía social** en este colectivo, dada su sintonía con los valores que propugna.
- 4. Intensivo en trabajo.** En el sector cultural, al igual que en el caso de muchas cooperativas de trabajo asociado, el entusiasmo y el compromiso personal suple la falta de capital necesario para acometer proyectos de gran envergadura. La inversión necesaria para crear empleo es, en el sector cultural, inferior al promedio de la economía española. O citando una publicación de CEPES, la patronal española de la economía social, predomina "la iniciativa y capacidad de innovación sobre los activos patrimoniales".
- 5. Basado en la innovación, la creatividad y el conocimiento.** Si antes mencionamos las dificultades que se derivan de trabajar con intangibles, ahora debemos recordar el papel central que los economistas les atribuyen en la **generación de valor** en la sociedad actual, permitiendo singularizar bienes y servicios, optimizar la experiencia del consumidor y marcar nuevas tendencias. A este respecto cabe destacar el impacto y el efecto arrastre que la cultura tiene en otros sectores como el turismo, la hostelería, el inmobiliario, las nuevas tecnologías, etc., actuando con frecuencia como motor de desarrollo local y de cohesión social. Y no debe olvidarse su vínculo directo con la propiedad intelectual, los derechos de autor y los derechos conexos, que en algunas economías occidentales suponen la primera industria del país (en España, un 3,5% del PIB en 2012).

2.3. Dinámicas recientes.

En toda Europa el sector cultural está experimentando una doble crisis. Una que podríamos etiquetar como **endógena**, y que resulta del impacto de la revolución digital en los hábitos y consumos culturales de la ciudadanía, en forma de descargas de contenidos masivas y gratuitas. Este fenómeno afectó gravemente a buena parte de la industria discográfica y del cine y amenaza en el horizonte al libro y a la edición.

La otra sería la crisis **exógena**, la que afecta al conjunto de la actividad económica. Aunque más reciente, está provocando una acusada disminución en los consumos culturales de las familias, en las partidas que las empresas destinan a patrocinios y en los recursos públicos dedicados a la política cultural.

Las consecuencias se están advirtiendo en un **cambio de modelo de negocio**, que implica un mayor **acercamiento a los públicos** y a las comunidades, una menor dependencia de las Administraciones Públicas, ensanchar las vías de ingresos mediante la prestación de servicios para empresas no culturales, una mayor orientación a mercados y circuitos exteriores y una plena instalación y uso de las nuevas tecnologías.

Este proceso de reconversión integral está en el origen del surgimiento de nuevas fórmulas de **trabajo colaborativo** en la cultura que ya anticipamos en la introducción de este informe y que propiciaría una mayor orientación al emprendimiento desde una perspectiva social y un énfasis mayor en las estrategias cooperativas.

2.4. Entidades empresariales y profesionales de la cultura en Galicia.

Las principales entidades empresariales y profesionales de la cultura gallega son las siguientes.

- AGADIC (políticas públicas)
- Clúster Audiovisual de Galicia
- Clúster do Produto Gráfico e do Libro Galego
- Asociación Galega de Editores
- Asociación Galega de Empresas Musicais (AGEM)
- Asociación Galega de Profesionais da Xestión Cultural (AGPXC)
- Escena Galega
- Asociación de Actores e Actrices de Galicia
- Asociación Profesional de Danza Escénica Galega (DANESGA)
- Asociación Galega de Produtores Fonográficos (AGAPHONO)
- Asociación Galega de Produtoras Independentes (AGAPI)
- Asociación de Escritores en Lingua Galega (AELG)
- Federación Galega de Teatro Aficionado (FEGATEA)

3. El cooperativismo como fórmula de emprendimiento

La **economía social** es el conjunto de actividades económicas o empresariales que se basan en el principio de la primacía de las personas sobre el capital, lo que redundará en una gestión democrática y participativa, no jerárquica, y en la promoción de la solidaridad interna y para con la sociedad. Dentro de la economía social caben diferentes formas jurídicas, como las cooperativas, las sociedades laborales, las mutualidades, los centros especiales de empleo, las empresas de inserción, las cofradías de pescadores, las asociaciones y las fundaciones. Todas ellas son entidades independientes de los poderes públicos y persiguen el objetivo de **conjugación la eficiencia económica con la responsabilidad social**.

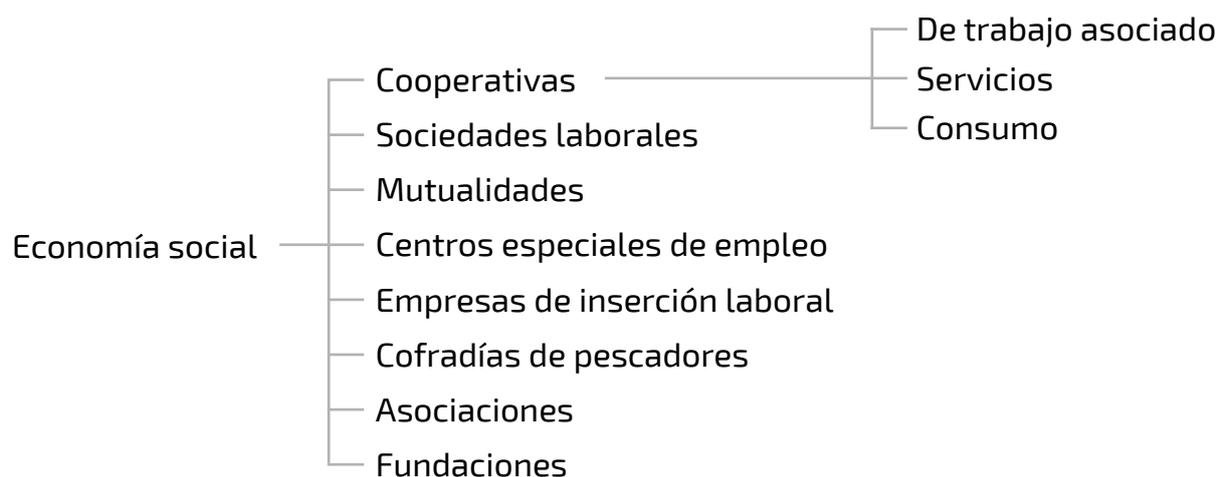
Por su parte, la **cooperativa**, objeto central de este informe, es definida por la Alianza Cooperativa Internacional (1995) como "una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y controlada democráticamente".

Los **siete principios** que rigen las cooperativas son los de: 1) adhesión libre y voluntaria; 2) control democrático; 3) participación económica de los socios; 4) autonomía e independencia; 5) educación, capacitación e información; 6) cooperación entre cooperativas; 7) compromiso con la comunidad.

Dentro de las cooperativas encontramos diversas **modalidades**. Entre aquellas que son constituidas con mayor frecuencia por artistas y profesionales de la cultura podemos destacar:

- Cooperativas de trabajo asociado. Agrupan personas (al menos 3) que buscan acceder a un empleo estable. Los cooperativistas asumen la doble condición de socio trabajador, con responsabilidad tanto en la gestión de la empresa como en el desarrollo de su objeto de actividad.
- Cooperativas de servicios. Asocian negocios autónomos con la finalidad de adquirir y/o vender de forma conjunta bienes o servicios. Los socios pueden ser personas físicas o jurídicas (al menos 4).
- Cooperativas de consumo. Agrupan a familias o personas a título individual que quieren acceder a bienes o servicios en mejores condiciones de las que encuentran en el mercado.

Otras modalidades de cooperativas que pueden mantener vínculo con el ámbito cultural son las cooperativas de enseñanza, las cooperativas de crédito, las cooperativas de servicios sociales y las cooperativas de integración social.



3.1. Algunos datos.

Según informa CEPES, el sector de la economía social facturó en España en 2013 cerca de **151.000 millones de euros**, un 4% más que en el ejercicio anterior. Ese crecimiento en pleno período de crisis viene sustentado en el hecho de que **el 45% de los jóvenes emprendedores optan en la actualidad por la creación de sociedades laborales o cooperativas**. A contracorriente de las tendencias dominantes, el 80% de los trabajadores en el ámbito de la economía social tienen una relación laboral indefinida, y el 49% de los puestos son ocupados por mujeres.

En lo que respecta a Galicia, y con datos de la Consellería de Trabajo e Benestar, existen hoy **1.238 cooperativas activas**, que agrupan a 90.200 personas asociadas y 18.650 puestos de trabajo directos. Del total de cooperativas gallegas, aproximadamente un 45% son de trabajo asociado y un 30% agrarias, si bien estas últimas, por su mayor tamaño medio, aglutinan a casi la mitad de los socios cooperativistas (46%) de nuestra Comunidad. La facturación agregada del sector cooperativo ascendió en 2012 a 2.435 millones de euros.

3.2. Principales características del sector cooperativo.

El siguiente apartado está confeccionado según las respuestas recibidas a un cuestionario remitido a las cooperativas culturales gallegas, así como las opiniones de expertos recogidas mediante entrevista personal o plasmadas en publicaciones especializadas. A partir de esta información, deducimos algunas de las principales fortalezas y debilidades del sector cooperativo.

Entre las **fortalezas** mencionadas, encontramos las siguientes:

- La gestión democrática de las cooperativas y la corresponsabilidad de los socios supone un extra de motivación, esfuerzo e implicación que le confiere a la empresa una mayor resistencia en épocas de crisis.

- En el caso de las cooperativas de trabajo asociado, la doble dimensión como socio y trabajador estimula el aprendizaje constante y permite disponer de una visión integral y enriquecedora del funcionamiento de la empresa.
- Las cooperativas facilitan la conciliación de la vida personal y laboral debido a su flexibilidad organizativa. Las normas y procedimientos son acordados por las mismas personas que los tendrán que acatar o implementar. La elevada presencia de mujeres en el conjunto del sector cooperativo parece corroborar esta afirmación.
- De igual manera, y como pudimos comprobar en los datos mencionados, los puestos de trabajo generados en el ámbito cooperativo suelen ser dignos, estables y de calidad. El porcentaje de trabajadores con contratos indefinidos así lo indica.
- El principio de la cooperación entre cooperativas (o intercooperación) es un valor muy apreciado que, llevado a la práctica, ayuda a la consolidación de los negocios de las cooperativas y al fortalecimiento del sector en su conjunto. En paralelo, o como un ejemplo palpable de esta vía, la existencia de cooperativas de crédito es crucial para el acceso a la financiación de numerosas iniciativas de economía social y solidaria.
- Las cooperativas son empresas arraigadas en el territorio, de muy difícil deslocalización, y en ese sentido, contribuyen al desarrollo económico de los lugares en los que se ubican. La apuesta por la colaboración con la sociedad y el compromiso social suponen un motivo de orgullo e identificación para sus miembros.
- Las cooperativas disfrutan de ventajas legales, subvenciones e incentivos fiscales que facilitan su puesta en marcha y posterior afianzamiento.

Y entre las **debilidades**:

- En las cooperativas que carecen de procedimientos bien perfilados, se puede generar una cierta ralentización en la toma de decisiones. La lógica democrática, el intento de alcanzar consensos y la comunicación multidireccional repercuten en esta falta de agilidad.
- Existen estereotipos que asocian las cooperativas a sectores de actividad poco punteros. El desconocimiento de su realidad influye en asesores económicos que desaconsejan esta fórmula empresarial a nuevos emprendedores.
- Derivado del punto anterior, pero también motivado por la responsabilidad limitada de los socios (no responden con su patrimonio personal por las pérdidas de la empresa), es habitual que las cooperativas se vean excluidas del circuito de financiación de la banca convencional.

- Con frecuencia existe en las cooperativas un déficit de formación en gestión económica que dificulta su capacidad de innovación, es decir, de transformar en valor económico la creatividad del grupo.
- De la misma manera que las cooperativas son beneficiarias de ciertas ventajas legales, también poseen limitaciones de las que carecen otros modelos empresariales, como en el caso de la contratación de personal asalariado, que está regulado y acotado por ley. Esta limitación forma parte intrínseca de los fundamentos de la economía social, como garantía de acceso de las personas al empleo y para evitar la subordinación del trabajo al capital.

Recapitulando lo expuesto a lo largo de este apartado, podemos decir que el cooperativismo es una fórmula en expansión en un contexto recesivo, un modelo de gestión empresarial que se centra en las personas y en el compromiso con la comunidad, y que por tanto permite acceder a puestos de trabajo estables y participar en proyectos socialmente útiles y satisfactorios, pero que al tiempo precisaría de un mayor grado de formación en gestión económica y cultura organizativa, y en ocasiones, de mayores dosis de innovación.

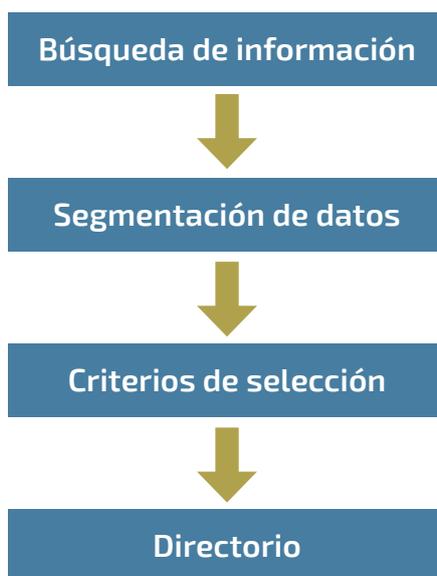
4. Buenas prácticas en el cooperativismo cultural

4.1. Enfoque metodológico

En este apartado se describen los trabajos realizados para obtener los resultados que se muestran en este documento. En primer lugar, es preciso resaltar que el presente informe no pretende ser un estudio de todas las experiencias cooperativistas en el tejido cultural que hay a nivel internacional, a modo de directorio. Tampoco pretende abarcar todos los matices, casuísticas, temáticas que pueden formar parte del concepto "cultura". Por eso, es preciso aclarar y delimitar lo que se han considerado como "sectores culturales" en este estudio, y entendiendo y aceptando que cultura es un concepto muy amplio, transversal y hasta multidisciplinar (ver apartado "segmentación").

Lo que se pretende en este documento **es mostrar experiencias cooperativistas desarrolladas en el campo cultural** que son o pueden ser interesantes e inspiradoras para aquellas personas y entidades que barajan la fórmula cooperativa como opción para llevar a cabo sus proyectos.

Para la realización del estudio se abordaron las siguientes **fases**:



1. Búsqueda de información

Este trabajo supuso:

- Realización de entrevistas y contactos con agentes de renombre en los campos cooperativo y cultural a nivel gallego, estatal e internacional.
- Envío de cuestionarios a cooperativas culturales gallegas.

- Contacto directo con cooperativas culturales a nivel gallego, estatal e internacional.
- Análisis de fuentes bibliográficas (ver anexo bibliografía).
- Análisis de enlaces web, bien directorios y bases de datos de cooperativas, o bien directamente webs de cooperativas culturales (ver anexo directorio).

2. Segmentación

- Geográfica:
 - Regiones. Norteamérica, Latinoamérica, Europa, Asia
 - Países
 - Comunidades autónomas
 - Ciudades
- Sectorial: artes escénicas, gestión cultural, artes plásticas, audiovisual, libro y editorial, patrimonio, gestión cultural, moda y diseño y sociocultural
- Tipología de cooperativa: trabajo asociado, servicios, consumidores y usuarios, impulso empresarial, turismo

3. ¿Qué es buena práctica?: criterios

Para la elaboración del siguiente listado combinamos una serie de criterios, de forma que la muestra resultante fuera diversa, plural y significativa de la rica casuística que encontramos en el cooperativismo cultural. Así, nos guiamos por los criterios de:

- **Originalidad e innovación.** Iniciativa diferenciadora tanto en contenido como en formato, que apuesta por nuevos modelos de trabajo, nuevas metodologías, nuevos servicios, que aporta valor para sus miembros, etc.
- **Magnitud,** en términos de personas implicadas, facturación, expansión internacional, relevancia para el desarrollo territorial, etc.
- **Resolutiva:** experiencias donde gracias a la creación de una cooperativa cultural se observó una mejora de una situación inicial mejorable (espacio en abandono, situación social conflictiva o problemática, necesidad de mejora en la gestión de un proyecto, etc.).
- **Prestigio, antigüedad y calidad.** Existen varias cooperativas que llevan muchos años en funcionamiento y con una trayectoria que les permite ser referencia no solo en el sector cooperativo, sino en el campo socioeconómico en general.

Estos criterios son los que se han identificado para resaltar aquellas cooperativas que pueden ser ejemplo y referencia para aquellos proyectos en desarrollo o que ya están funcionando pero que pueden adaptarse al modelo cooperativo.

4. Obtención de resultados: creación de directorio

Los resultados obtenidos de la fase anterior fueron plasmados en un fichero a modo de base de datos. La finalidad de este directorio, que cuenta con casi 200 referencias, es facilitar al usuario información sobre experiencias de diferentes sectores, países y tipologías, que puedan ser de interés para sus proyectos.

5. Selección de buenas prácticas

De las referencias identificadas se seleccionaron 25, habida cuenta los criterios predefinidos. No se trata de ser puristas y metodológicamente rígidos, pero sí de encontrar experiencias plurales realmente inspiradoras para el público. Esas buenas prácticas se exponen en el siguiente apartado.

4.2. Resultados del análisis

En este apartado se muestran las experiencias seleccionadas, con la información más relevante sobre cada una de ellas.

Son las siguientes:

- A OFICINA
- ABACUS COOP
- ARCHIVALIA
- Aron Theatre Co-operative Inc.
- Artistas de Gaia - Cooperativa Cultural
- ÁRVORE - COOPERATIVA DE ACTIVIDADES ARTÍSTICAS
- Co-operative British Youth Film Academy (BYFA)
- COLABORABORA
- COOP CULTURE
- COOPERATIVA CULTURAL BRASILEIRA
- COOPERATIVA CULTURAL UNIVERSITÁRIA DO RIO GRANDE DO NORTE (RN)
- COOPERATIVA DE MÚSICOS UNIDOS Y MÚSICOS TRABAJANDO (GRUPO MUS21)
- Cultura METROpolitana-Cultura entre líneas
- Grup Cultura 03
- Grupo Xabide S. Coop.
- JUST SEEDS
- La Comunitaria de Rivadavia
- MAGNUM PHOTOS
- MUSICOP
- PEOPLE'S BOOK COOP
- SINFONIA MUSICISTI
- SMART-EU / SMART-IB
- SWINDON MUSIC COOPERATIVE
- TARA BOOKS
- TEATRO DEL BARRIO
- ZEMOS98

FICHAS COOPERATIVAS

NOMBRE	A OFICINA		
PAÍS	PORTUGAL	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	40		
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL	TIPO COOP	
WEB	http://www.aoficina.pt/		

DESCRIPCIÓN

La cooperativa portuguesa A Oficina desarrolla y gestiona, entre otros proyectos, el espacio cultural Vila Flor. Un espacio que aglutina mucho del movimiento cultural y creativo de la ciudad de Guimarães, organizando una gran cantidad de actividades. Destaca que su presidencia y su dirección fiscal radiquen en la Cámara Municipal de Guimarães, lo que en la legislación portuguesa se llama "régie cooperativa" (ver el apartado sobre buenas prácticas en el campo legislativo). En cuanto al número de miembros, hay que resaltar que cuenta con más de 40, entre gestores, productores, actores, responsables técnicos y educadores, tratándose de un equipo multidisciplinar y profesional.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Resulta sumamente interesante el análisis de las actividades que coordina A Oficina por haber sido declarada entidad de interés público, lo que le otorga la posibilidad de gestionar servicios culturales "públicos". De hecho, la mayor parte de la gestión y de la acción cultural de la ciudad se centra en la actividad desarrollada por esta entidad (festivales de jazz, teatro, música, muestras de artesanía, la residencia de artistas Centro de Criação Candoso, y un largo etcétera).

NOMBRE	ABACUS COOP				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	CATALUÑA
NÚMERO DE MIEMBROS	751.000				
SECTOR	EDITORIAL		TIPO COOP	CONSUMO	
WEB	http://abacus.coop/				
DESCRIPCIÓN					

En el año 1969, un grupo de maestros, padres y madres de Barcelona se organiza para proveerse, en las mejores condiciones de calidad y precio, de material pedagógico escolar especializado para la escuela, la familia y el consumo cultural.

En este sentido, se puede decir que la cooperativa forma parte de un proceso de "renovación pedagógica", con la implicación de diferentes miembros de la comunidad educativa. El proyecto creció y ahora Abacus se presenta como una cooperativa de consumo en la que sus trabajadores son simultáneamente socios. Centrando su actividad en el campo editorial, Abacus posee varios espacios de venta de libros y material escolar en Cataluña. Además, cuenta también con un sitio de venta online, con precios especiales para los miembros de la cooperativa (de la que pueden formar parte escuelas, proveyéndolas de material escolar y didáctico), que para tener esa condición precisan hacer un pago único de 10 euros. Es la mayor cooperativa del Estado en número de socios, con más de 750.000 miembros, todos ellos con voz y voto en las asambleas.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Como organización de consumidores, la cooperativa informa, orienta y educa al consumidor mediante campañas de sensibilización, espacios en la web, la edición de guías o la colaboración en espacios literarios de mensajes de comunicación, entre otras acciones. La participación de los socios de consumo se plasma no solamente en el acto de compra y a través de los órganos de participación y representación, sino también con aportaciones al capital social voluntario de la cooperativa o en la asistencia a todas las actividades culturales y educativas que se promueven en los establecimientos. La comunidad local y la presencia en los territorios resultan fundamentales para la cooperativa, cuyos ideales trascienden los aspectos comerciales. Esta vinculación con el territorio es concreta en convenios que la interrelacionan, procurando sinergias con las entidades y los agentes sociales. La intercooperación o cooperación entre cooperativas y otras empresas de la economía social es un segundo punto del hecho cooperativo que comienza cuándo diversas personas cooperan entre sí para crear una empresa cooperativa. Desde Abacus consideran que el fomento de la intercooperación los ayuda en la renovación corporativa y en el emprendimiento de nuevas ideas, y es por eso que participa activamente en diversos proyectos y espacios, siendo miembro fundador de algunas de estas iniciativas, como es el caso del grupo cooperativo Clade.

NOMBRE	ARCHIVALIA				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	ANDALUCÍA
NÚMERO DE MIEMBROS	5				
SECTOR	EDITORIAL		TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO	
WEB	http://www.archivalia.com				
DESCRIPCIÓN					

Archivalia presta **servicios de gestión de fondos documentales** para entidades públicas y privadas. Está formada por cinco mujeres y han recibido varios premios por su labor y experiencia empresarial. La empresa surge tras la detección de una necesidad en los sectores público y profesional, que es la gestión de la información y la documentación. En este sentido, los servicios ofrecidos por la cooperativa se categorizan en:

- Servicios archivísticos.
- Servicios documentales.
- Servicios bibliotecarios.
- Servicios de patrimonio cultural.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Se trata de una experiencia destacable porque supone que cinco personas con experiencias y formación similares puedan prestar servicios profesionales especializados y de calidad.

Ganaron varios premios reconociendo su labor como experiencia cooperativa.

NOMBRE	ARON THEATRE COOPERATIVE INC		
PAÍS	CANADÁ	REGIÓN	NORTEAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	450		
SECTOR	ARTES ESCÉNICAS	TIPO COOP	CONSUMO
WEB	http://arontheatre.com		
DESCRIPCIÓN			

Estamos ante un **cine salvado de su cierre** porque un grupo de vecinos decidió darle continuidad con un nuevo modelo de gestión, el cooperativista. A través de una cooperativa de consumo, los integrantes "consumen" cine. Tiene más de 450 miembros, muchos de ellos voluntarios, y cuenta con patrocinios privados de agentes locales, pero también con el apoyo de administraciones públicas.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Aaron Theatre Cooperative Inc es una experiencia más que muestra cómo, a través de la fórmula cooperativa, se da continuidad a un proyecto cultural con riesgo de morir. Mediante la unión de sus miembros, se garantiza la solvencia económica de la entidad, ya que son los propios cooperativistas los que, además de aportar dinero, consumen el "producto cultural" que crea el propio espacio; es decir, el cine.

NOMBRE	ARTISTAS DE GAIA - COOPERATIVA CULTURAL		
PAÍS	PORTUGAL	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	400		
SECTOR	ARTES PLÁSTICAS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.artistasdegaia.pt/		
DESCRIPCIÓN			

Artistas de Gaia es una cooperativa que nació tras una reunión de un grupo de artistas de la zona de Gaia, entre pintores, escultores, ceramistas e intelectuales, que decidieron crear una institución que **defendiera e incentivara la creación de las artes plásticas**.

A partir de ese año, 1985, con el surgir de esta Cooperativa Cultural (figura jurídica existente en el reglamento de las cooperativas en Portugal) se han realizado numerosas acciones, como exposiciones, debates, concursos y homenajes a grandes personajes de las artes plásticas.

En la actualidad aglutina más de 400 artistas y su sede es foco de la creación artística en el área de Gaia y del resto de Portugal. Está estructurada en un órgano de dirección (formado por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y 5 vocales), una mesa de asamblea general y un consejo fiscal.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

A través de la cooperativa, se le da visibilidad a un colectivo, el artístico, defendiendo sus intereses y sirviendo de plataforma de difusión de la cultura portuguesa. Es una forma de visibilizar su trabajo y de defender el sector cultural, dando una imagen sólida y profesional.

NOMBRE	ÁRVORE - COOPERATIVA DE ACTIVIDADES ARTÍSTICAS		
PAÍS	PORTUGAL	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	1.400		
SECTOR	VARIOS	TIPO COOP	SERVICIOS
WEB	http://www.arvorecoop.pt/		
DESCRIPCIÓN			

Cooperativa portuguesa que se centra en la divulgación de las artes y en la creación de puentes entre las diversas formas de expresión artística, con públicos cada vez más amplios, así como en la programación y la producción cultural. Su forma jurídica es la de Cooperativa de Actividades Artísticas.

Con los valores de la libertad como sustrato de la creación artística, la solidaridad de los artistas con la comunidad y la promoción de una región emprendedora, se destaca como una de las cooperativas con más trayectoria de Portugal. Fue fundada en 1963 por un grupo de artistas, escritores, arquitectos e intelectuales con la finalidad de mejorar sus condiciones de trabajo.

Hoy en día cuenta con 1.400 socios y 20 trabajadores, y su presupuesto, al margen de las cuotas de sus miembros, depende de convenios con instituciones públicas y privadas, así como de servicios prestados en el campo de la producción cultural, la organización de viajes culturales y la venta de libros y otras obras artísticas.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Aparte de la producción, la divulgación y la comercialización de obras artísticas y editoriales, constituye un objetivo de Árvore la formación e información de los cooperadores y del público en general en las áreas de las Artes Visuales y de los estudios de Arte, así como en otras áreas de la creación y del saber.

Viajes culturales, lanzamiento de libros, ediciones especiales de obra gráfica, escultura, cerámica, álbumes, homenajes a escritores y poetas, son contribuciones de Árvore en el campo cultural a favor del armonioso desarrollo económico y social de Portugal.

NOMBRE	COOPERATIVE BRITISH YOUTH FILM ACADEMY (BYFA)		
PAÍS	REINO UNIDO	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	5 COLLEGES DE DIFERENTES REGIONES DEL REINO UNIDO		
SECTOR	AUDIOVISUAL	TIPO COOP	SERVICIOS
WEB	http://britishyouthfilmacademy.com		
DESCRIPCIÓN			

Esta cooperativa, nacida en el 2009 es una **academia de cine para gente joven**, un espacio de acercamiento entre el sector audiovisual y el colectivo juvenil.

A través, en especial, de campamentos y talleres, se favorece el desarrollo social y se ofrecen nuevas salidas profesionales a chicos y chicas. Realizan cortos, webs, animaciones, y los alumnos alcanzan experiencia, habilidades y conocimientos en los diferentes procesos relativos a la producción audiovisual. En su web se pueden ver todas las películas realizadas por los alumnos.

Sus miembros son 5 instituciones educativas ("colleges") de diferentes regiones del Reino Unido, que funcionan mediante asambleas regionales. Los integrantes de estas escuelas pueden asistir a las actividades de la Academia de manera gratuita.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Creen en la cooperación, en la comunidad y en la camaradería. Diseñado para dar a los chicos (con edades entre los 14 y los 25 años) la oportunidad de conocer los procesos creativos de películas profesionales a través del aprendizaje basado en proyectos, BYFA sigue una política de "aprender haciendo", donde todo el talento puede ser cultivado y desarrollado. Al contrario de un set de rodaje profesional, los jóvenes son capaces de hacer preguntas y cometer errores, y se ven animados a desarrollarse y a progresar, participando de una experiencia cooperativa que involucra diversas instituciones educativas, donde los alumnos son a la vez "usuarios" de su creación.

NOMBRE	COLABORABORA				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	EUSKADI
NÚMERO DE MIEMBROS	5				
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL		TIPO COOP	SIN ÁNIMO DE LUCRO	
WEB	http://www.colaborabora.org				
DESCRIPCIÓN					

Colaborabora es una cooperativa sin ánimo de lucro que comenzó como sociedad anónima hace 12 años pero que, por filosofía y formato de trabajo, tomó la decisión de transformar su forma jurídica, "abandonando el capitalismo", tal y como manifestaron ante notario en el momento de redactar el acta. Sus proyectos guardan una estrecha relación con el procomún, con el código abierto y emprendimiento social. Creen en un **nuevo modelo de emprendimiento**, que no tiene el capital como factor principal, con formatos colaborativos con voluntad transformadora. En este sentido, diseñan y desarrollan proyectos de dinamización social con una gran voluntad transformadora, y habida cuenta elementos como la cultura y las tecnologías libres.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Su decisión de pasar a ser cooperativa llevó más de dos años, tiempo en el que contaron con el asesoramiento de un consultor externo que ayudó a los integrantes a definir la estructura, las funciones, sus responsabilidades, así como acercó sus conocimientos en el proceso de redacción de estatutos y otros elementos formales. Recalamos que este proceso resulta laborioso, pero contribuye a la "profesionalización" de ciertos aspectos de funcionamiento interno, sentando las bases de una nueva estructura de trabajo.

NOMBRE	COOP CULTURE		
PAÍS	ITALIA	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	1.000		
SECTOR	PATRIMONIO	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.coopculture.it		
DESCRIPCIÓN			

Se trata de la **más grande de las cooperativas que operan en el patrimonio** y realizan actividades en el sector cultural en Italia. Es una verdadera "macro-empresa" de la gestión cultural, con presencia en casi todo el territorio italiano. Con unos 1.000 miembros-empleados, presta servicios categorizados en gestión de museos, exposiciones, monumentos, bibliotecas, desarrollo local y servicios de seguridad de obras y espacios artísticos. Entre muchos otros, prestan el servicio de guías del Coliseo de Roma, las Termas de Caracalla o el Palazzo Ducale de Venezia.

Empresa con gran vocación innovadora, trabaja con nuevos soportes y herramientas tecnológicas en la gestión y la difusión de la obra artística (apps, audio guías, etc.).

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Operan con una óptica de la integración entre bienes culturales y territorio, cohesionando cultura, turismo y economía local. Ofrecen una particular atención a la comunidad territorial en todas sus componentes, familia, chicos y chicas, niños y niñas, tercera edad, comunidad inmigrante. Creen en la cultura como valor para todos y todas. Consideran axiales los términos participación y experiencia para promover una fruición amplia del patrimonio cultural en el proceso de inclusión social. Están empeñados en crear un mundo responsable y sostenible con valores económico-sociales.

NOMBRE	COOPERATIVA CULTURAL BRASILEIRA		
PAÍS	BRASIL	REGIÓN	LATINOAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	6.000		
SECTOR	VARIOS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.coopcultural.org.br/		
DESCRIPCIÓN			

Surgida en el 2004, la Cooperativa Cultural Brasileira está formada por más de 6.000 miembros.

Una nueva directiva, mayoritariamente femenina, procura **implicar las políticas culturales para ofrecerles más oportunidades a sus actores culturales**. También en su haber cabe mencionar la organización de cursos, seminarios y otras acciones educativas, llevadas a cabo por miembros de la cooperativa (agentes culturales y artistas) y agentes externos colaboradores. Su principal objetivo es dar visibilidad, estructura y apoyo a los artistas y técnicos vinculados al campo artístico.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Cuentan con un "manual del cooperativista" dónde se trasladan los beneficios de ser miembro del grupo. Destaca como alternativa para el desarrollo de una economía creativa y sostenible.

En un país tan grande como Brasil, esta cooperativa favorece el trabajo en red y la interrelación de sus miembros, funcionando como nexo de unión y ofreciendo una imagen sólida y unida del tejido cultural del país. En este sentido, posee un Departamento de Integración que, entre otras cosas, organiza "encuentros para integraciones regionales".

NOMBRE	COOPERATIVA CULTURAL UNIVERSITÁRIA DO RIO GRANDE DO NORTE (RN)		
PAÍS	BRASIL	REGIÓN	LATINOAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	4.170		
SECTOR	EDITORIAL	TIPO COOP	SERVICIOS
WEB	http://www.cooperativacultural.com.br		
DESCRIPCIÓN			

Fundada en 1977, la Cooperativa Cultural Universitária do Rio Grande do Norte es una sociedad cooperativa para la prestación de servicios culturales, integrada por **profesores, técnicos, administrativos y alumnos de la Universidad** Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Su principal servicio es llegar a acuerdos con editoriales para la compra de libros y material para sus miembros, lo que les posibilita contar con precios especiales. La Cooperativa Cultural Universitária do Rio Grande do Norte gestiona y mantiene una biblioteca y librería en Natal donde se presentan libros y reciben a escritores de renombre, convirtiéndose en un importante centro cultural ligado al mundo universitario.

La cooperativa se rige por unos estatutos (publicados en su web) donde se define expresamente la difusión del cooperativismo como uno de sus objetivos.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Sus miembros se benefician de un descuento del 15% en la compra de libros y del 10% en material de papelería. Surge como una de las buenas prácticas cooperativas seleccionadas por el Gobierno de Brasil para la difusión del cooperativismo en el país, como ejemplo de difusión de la cultura a través de él. La forma de entender empresa, cultura y universidad hacen de esta experiencia un referente a tener en cuenta a la hora de reflexionar sobre las estructuras "tradicionales" que trabajan a favor de la difusión cultural.

NOMBRE	COOPERATIVA DE MÚSICOS UNIDOS Y MÚSICOS TRABAJANDO (GRUPO MUS21)				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	MADRID
NÚMERO DE MIEMBROS	800				
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO		
WEB	http://www.grupomus21.com/musicos-unidos/				
DESCRIPCIÓN					

El Grupo MUS 21 es un grupo de tres entidades especializadas en la **gestión de servicios para el sector musical**, como son facturación, gestión administrativa y laboral. Surge como una respuesta a aquellos profesionales del campo musical (músicos y artistas) para permitirles presentar sus servicios de forma profesional y autónoma, cumpliendo con la normativa laboral y fiscal, y contando con la correspondiente cobertura social.

El grupo en total se compone de 800 miembros y está formado por las cooperativas Músicos Unidos y Músicos Trabajando y la Asociación MusXXI.

Para formar parte de estas cooperativas es preciso darse de alta como socio, y pagar una cuota anual. Las cooperativas cobran un porcentaje de los ingresos facturados a través de ellas.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Este tipo de servicio responde a una necesidad real, a diario problemática, dentro del colectivo cultural: concretar la facturación por servicios prestados. Sabido es que en el tejido cultural asumir los costes de autónomos resulta difícil, por lo que poder facturar a través de esta fórmula es beneficioso para los miembros de la cooperativa.

Están en fase "beta" de desarrollo de un proyecto de dinamización de la red de miembros de las cooperativas, facilitando el trabajo *online* y el acceso a la información de ellos, el envío de mensajes entre usuarios, bolsa de trabajo, etc.

NOMBRE	CULTURA METROPOLITANA-CULTURA ENTRE LÍNEAS		
PAÍS	MÉXICO	REGIÓN	LATINOAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	3 SOCIOS INSTITUCIONALES		
SECTOR	VARIOS	TIPO COOP	SD
WEB	http://www.uam.mx/video/vd_culturametropolitanainaug.html		
DESCRIPCIÓN			

Iniciativa promovida desde la Universidad Autónoma Metropolitana de México DF en colaboración con el Sistema de Transporte Colectivo de esta ciudad, donde se desarrollan "Asaltos Artísticos" en el metro.

Esta colaboración toma forma de cooperativa y ofrece espectáculos de danza, música, teatro, reparto de libros, etc., en las estaciones de la línea de metro. Es un proyecto transformador de la imagen y el ambiente en el metro de la ciudad, con un público de 5,3 millones de personas diarias, a lo largo de 45 estaciones, y con un presupuesto de 225.000 euros.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

No existe mucha información de este proyecto por ser de reciente creación, pero su vocación transformadora y que implica la participación de numerosos artistas en un entorno diferente la hace inspiradora. El hecho de que sean instituciones públicas "no culturales" las que favorezcan e impulsen este proceso también la hace interesante; una verdadera experiencia de colaboración y transformación desde los poderes públicos a través de la cultura.

NOMBRE	GRUP CULTURA 03				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	CATALUÑA
NÚMERO DE MIEMBROS					
SECTOR	EDITORIAL		TIPO COOP	SD	
WEB	http://www.cultura03.com				
DESCRIPCIÓN					

Grup Cultura 03 es uno de los pocos **grupos cooperativos** que agrupa a varias empresas cooperativas que trabajan el sector de la industria cultural y la comunicación (editorial, edición de revistas y publicaciones periódicas y productora audiovisual). Centran su labor en Cataluña, ya que nace del convencimiento de que es imprescindible para el futuro de la cultura catalana y para el futuro de Cataluña una industria cultural sólida, independiente y con una clara vocación de servicio a la sociedad.

Las empresas (cooperativas) miembro son: ARA (Editorial y generación de contenidos), BATBAT (audiovisual), CONTRAPUNT (prensa gratuita y medios digitales), NOTICIA2003 (gestión) y SÀPIENS PUBLICACIONES (productos culturales para revistas). Consideran la industria cultural como la industria pesada del siglo XXI, no por su importancia potencial sobre el PIB sino por su capacidad de crear imaginarios y cohesionar espacios de comunicación.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

El Grup Cultura 03 trabaja con ambición hacia creación de una industria cultural líder y moderna, a la altura de los grupos multimedia de referencia alrededor del mundo. Integran los valores cooperativistas dentro de su visión y filosofía, imprescindible parte integrante de su estrategia empresarial. Desean ser un referente en este campo, y creen en la cultura como motor de crecimiento y factor de cambio, y en el formato cooperativo como una alternativa real a los modelos "tradicionales" de empresa. Entre los objetivos establecidos en su misión, destaca "convertirse en el primero grupo profesional editorial y de comunicación en el campo catalán, por volumen de negocio".

NOMBRE	GRUPO XABIDE S. COOP.				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	EUSKADI
NÚMERO DE MIEMBROS					
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL		TIPO COOP		
WEB	http://www.grupoxabide.com				
DESCRIPCIÓN					

Dedicado a la consultoría y a la gestión de proyectos culturales desde el punto de vista de la sostenibilidad, el Grupo Xabide es una de las entidades cooperativas con más larga trayectoria en el ámbito cultural, siendo un referente para muchas otras. Está formado por tres sociedades limitadas: Atelier (diseño y gestión de proyectos), Fideliza (centrada en la comunicación y en los eventos) y Xabide, S.L. (gestión y organización de equipamientos culturales y museísticas).

Con un camino recorrido de casi 30 años, lleva acumulados más de 2.000 proyectos y es socio de diversas instituciones públicas y privadas relacionadas con la cultura y la innovación.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Definen su misión como la generación de espacios de relación entre personas e ideas desde el punto de vista de la sostenibilidad. El formato cooperativo les permitió un vínculo muy estrecho con el grupo Mondragón y, en este sentido, fueron promotores de verdaderas relaciones arte-empresa, con el conocido proyecto Disonancias, donde se promovieron nuevos modelos de trabajo, relación y transformación entre el tejido empresarial y el artístico.

NOMBRE	JUST SEEDS		
PAÍS	ESTADOS UNIDOS	REGIÓN	NORTEAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	24		
SECTOR	ARTES PLÁSTICAS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://justseeds.org/		
DESCRIPCIÓN			

Just Seeds la conforman 24 artistas de Estados Unidos, Canadá y México que trabajan conjuntamente en proyectos de transformación social basados en las artes gráficas, el arte urbano y el diseño.

El proyecto comenzó como una experiencia de un grupo de amigos con intereses comunes que en un principio pensaban crear un **proyecto de distribución de creaciones gráficas**; pero con el paso del tiempo vieron en el cooperativismo una forma de desarrollo tanto personal (respetando las identidades y formas de expresión individuales de cada uno de sus miembros) como colectivo (desarrollando proyectos conjuntos); y siempre con un hilo conductor que es el espíritu crítico a través de la creatividad.

Su web es un verdadero escaparate de sus creaciones artísticas, así como la presentación de cada uno de sus miembros, cada uno con un estilo y personalidad diferentes. Además, se pueden hacer compras online a precios muy interesantes.

Cuentan con un espacio donde se almacenan y distribuyen las creaciones puestas a la venta, y gestionada por dos de los miembros de la cooperativa.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Creen en el poder transformador de la expresión personal en concierto con la acción colectiva. Con este fin, producen portafolios colectivos, contribuyen con trabajos gráficos a movimientos y luchas sociales de base en su búsqueda de la justicia, trabajan de manera colaborativa dentro y fuera de la cooperativa, construyendo grandes instalaciones en galerías, pegando carteles en las calles, ofreciendo apoyo mutuo. La cooperativa les permite transmitir un "mensaje" de forma conjunta, al tiempo que les posibilita, a cada uno de sus miembros, aunque con una plataforma colectiva, respetar su identidad personal como creador/a, prestando servicios profesionales, tanto individuales como conjuntos.

NOMBRE	LA COMUNITARIA DE RIVADAVIA		
PAÍS	ARGENTINA	REGIÓN	LATINOAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	200		
SECTOR	ARTES ESCÉNICAS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB			
DESCRIPCIÓN			

El teatro comunitario de Rivadavia es una experiencia de **cultura comunitaria** que se realiza desde el 2006 en este distrito de la provincia de Buenos Aires. Se trata de una cooperativa formada por 200 vecinos actores de diversos lugares de Rivadavia: González Moreno (2.000 hab.), América (13.000 hab.), Sansinena (630 hab.), Roosevelt (200 hab.), Fortín Olavarría (1.200 hab.) y Sano Mauricio (15 hab.). Desde el 2011 su figura legal es Cooperativa La Comunitaria de Rivadavia de Provisión de Servicios Culturales y Sociales. Se trata de un proceso de trabajo que comportó repensar y resignificar la conformación identitaria del Partido de Rivadavia (de 6 localidades y 7 parajes rurales). Buscan a través del teatro generar lazos de integración entre las localidades del partido y acercar el teatro a muchos vecinos y vecinas que necesitan expresar sus necesidades y desplegar sus potencialidades, tarea que vienen realizando desde hace más de 7 años.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Toda su actividad es el factor diferencial: ser un proyecto de participación e implicación social basado en el teatro amateur, comunitario y vecinal, que pone en valor al entorno y favorece la colaboración vecinal. Estamos ante una iniciativa de transformación social donde pueblos antes incomunicados y aislados físicamente, pasaron a formar parte de un proyecto conjunto; mediante la participación vecinal y otras formas de expresión (teatro), se fueron estableciendo actividades complementarias: talleres de escenografía, *atrezzo*, formación, debates... contando con la colaboración de todos los agentes de la zona: bares, bomberos, tiendas, panaderos, etc. De este modo, se favorecieron y se pusieron en valor oficios asociados a las artes escénicas, siempre con la participación activa de los vecinos.

NOMBRE	MAGNUM PHOTOS		
PAÍS	ESTADOS UNIDOS	REGIÓN	NORTEAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS	50		
SECTOR	AUDIOVISUAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.magnumphotos.com		
DESCRIPCIÓN			

Fundada por Henri Cartier Bresson y otros fotógrafos en 1947, es la **mayor cooperativa fotográfica del mundo**, con visibilidad de sus miembros en revistas como Times o National Geographic. Funciona como **agencia de fotógrafos** y tiene sedes en Tokio, Nueva York, París y Londres.

Existen dos categorías de miembros según su trayectoria profesional, y hay un procedimiento para formar parte de la red, que es muy difícil de cumplir. En España, la única fotógrafa miembro de esta entidad es Cristina García Rodero.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Fue la primera cooperativa de fotógrafos del planeta y era la primera vez que una entidad representaba y hacía frente a los derechos de este colectivo (en propiedad intelectual, especialmente). En este sentido, gestiona y protege un archivo de más de 500.000 fotografías, en las que se describe la vida familiar, drogas, religión, guerra, pobreza, hambre, crimen, políticos y famosos.

En palabras del cofundador Henri Cartier-Bresson, "Magnum es una comunidad de pensamientos, una cualidad humana compartida, una curiosidad sobre lo que está pasando en el mundo, un respeto por lo que está sucediendo, y un deseo de transcribirlo visualmente."

Propiedad de los propios fotógrafos, Magnum incluye a reporteros gráficos procedentes de toda la geografía del globo y permitió que los foto-periodistas documentaran muchos de los hechos más importantes de la historia del siglo XX. En este sentido, la fórmula de Magnum facilitó el asentamiento y la protección de un colectivo artístico, brotando con el tiempo un renombre y un prestigio asociado a la marca.

NOMBRE	MUSICOP				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	CATALUÑA
NÚMERO DE MIEMBROS	30				
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO		
WEB	http://www.musicop.cat/				
DESCRIPCIÓN					

Musicop se dedica al diseño y a la gestión de proyectos educativos, sociales y culturales relacionados con la música. Son de las pocas iniciativas que exponen su "condición cooperativista" de una forma directa y clara en su web, formando parte de su identidad y filosofía de empresa. Cuenta con unos 30 socios y socias, la mayoría de ellos profesores de educación musical, que apuestan por nuevos modelos pedagógicos en la formación musical. Casi todos sus proyectos se centran en la gestión de escuelas de música municipales.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

La misión de la cooperativa es crear, desarrollar y gestionar proyectos educativos, sociales y culturales, con especial dedicación al ámbito musical, pero sin limitaciones, que puedan contribuir activamente al desarrollo cultural y artístico de las comunidades donde se desarrollan. Los valores cooperativos, así como el trabajo en equipo, son dos de los ejes de esta nueva empresa, que tiene una fe ciega en la democratización cultural como vehículo de desarrollo y mejora de nuestra sociedad.

NOMBRE	PEOPLE'S BOOKS COOP		
PAÍS	ESTADOS UNIDOS	REGIÓN	NORTEAMÉRICA
NÚMERO DE MIEMBROS			
SECTOR	EDITORIAL	TIPO COOP	SERVICIOS
WEB	http://www.peoplesbookscoop.org/		
DESCRIPCIÓN			

People's Books Coop es una **librería** fundada en 1974 por un hombre (Chris Chiu) que al fallecer en 2007 dejó un legado que sus clientes y amigos decidieron gestionar a través de una cooperativa para la difusión de la cultura escrita a favor de la comunidad; esto permitió que el grupo perviviera tantos años.

Sus miembros forman una red de trabajo con otros medios: radio, cafeterías, etc., y los servicios que se ofrecen tienen siempre un componente social y comunitario; por ejemplo, un proyecto que facilita libros a prisioneros, un servicio de voluntariado, re-compran libros de texto a estudiantes, entre otras acciones. Incluso cuentan con un servicio de entrega de libros a domicilio en bicicleta.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Para ser miembro de People's Books Coop. se paga una cuota anual de 20 dólares (o 100 euros de por vida), lo que comporta una participación en la sociedad, voz y voto en las asambleas, y descuentos en los libros.

La fórmula cooperativa propició la continuidad de una iniciativa cultural que tiene un importante componente social, en manos de un colectivo que no necesariamente está formado por "gestores culturales". La cultura y la ciudadanía unidas en un nuevo modelo de entender el emprendimiento y la sociedad.

NOMBRE	SINFONIA MUSICISTI		
PAÍS	REINO UNIDO	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	40		
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.sinfonia-musicisti.com/		
DESCRIPCIÓN			

Sinfonia Musicisti es una orquesta sinfónica que colabora con la Universidad de Northampton y la ARC, una cooperativa de grabación musical. Esta empresa quiso promover una experiencia piloto de formato cooperativista para la financiación y la gestión de proyectos musicales, naciendo así Sinfonia Musicisti, la única orquesta cooperativista del Reino Unido.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

A través de esta fórmula, los miembros de la cooperativa garantizan la estabilidad profesional y laboral, ofreciendo un servicio conjunto. Gracias a la colaboración entre la cooperativa, la Universidad de Northampton (concretamente los alumnos del grado de Creación de Eventos, que se encargan a modo de prácticas de la organización de los conciertos y de la venta de entradas), y la empresa de grabación ARC (que graba y vende discos de música clásica), surge un nuevo modelo de financiamiento de la música clásica en el Reino Unido. El proyecto, sin embargo, está aún en fase de prueba.

NOMBRE	SMART-IU / SMART-IB				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	ANDALUCÍA
NÚMERO DE MIEMBROS	4.000				
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL	TIPO COOP	COOPERATIVA DE IMPULSO EMPRESARIAL		
WEB	http://smart-eu.org/				
DESCRIPCIÓN					

La mayor **plataforma de artistas**, estructurada por países de Europa, facilita la gestión administrativa y legal de sus miembros. Está presente en 10 países, y en Francia, por ejemplo, representa a más de 4.500 artistas y profesionales de la cultura y gestiona más de 5.000 proyectos.

En España nace de la unión de dos cooperativas, Aura y Actúa Servicios (Andalucía). Se trata de una cooperativa de impulso empresarial (solamente existen en la actualidad en el reglamento cooperativo andaluz) y, además de la mera gestión, ofrece servicios de asesoramiento y formación en temas administrativos.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

A diferencia de otras cooperativas "de facturación", Smart Ib ofrece servicios financieros para que el/la socio/a pueda cobrar por adelantado. Su configuración es doble: por una banda observamos una cooperativa de trabajo, en la que un grupo de personas físicas ponen en común su trabajo para producir bienes o servicios para terceros. Por otro lado, estamos ante una cooperativa de servicios: asocian a personas físicas o jurídicas, titulares de algún derecho que lleve aparejado el uso o disfrute de explotaciones industriales o de servicios, y a profesionales que ejerzan su actividad por cuenta propia y tengan por objeto la realización de operaciones encaminadas a la mejora económica y técnica de las actividades profesionales o de las explotaciones de sus socios.

Los beneficios generados por su actividad se reinvierten en la organización con el fin de ofrecer más y mejores servicios a los socios cooperativistas. También en antítesis respecto de otras cooperativas "de facturación", Smart no está especializada por sectores, sino que aglutina a diferentes perfiles profesionales del campo cultural, respondiendo a una necesidad de este tejido, como son la facturación y la cobertura social.

NOMBRE	SWINDON MUSIC COOPERATIVE		
PAÍS	REINO UNIDO	REGIÓN	EUROPA
NÚMERO DE MIEMBROS	50		
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.swindonmusiccoop.co.uk/		
DESCRIPCIÓN			

Swindon Music Cooperative es un **grupo de maestros especializados** en música que ofrecen servicios de formación, tutorías, talleres... especialmente en centros educativos del área de Swindon (Reino Unido). Cuenta con 50 miembros y forma parte de la Swindon Music Education Partnership, un acuerdo firmado entre entidades musicales y educativas que garantiza la correcta formación musical en las escuelas. Trabajan como un "directorio de profesionales de la música", categorizados por especialidad musical.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Esta estrategia de trabajo garantiza la protección de los derechos laborales de sus miembros, y unifica a un colectivo que, de no ser por la cooperativa, estaría disperso y vería dificultada la prestación de servicios conjuntos.

NOMBRE	TARA BOOKS		
PAÍS	INDIA	REGIÓN	ASIA
NÚMERO DE MIEMBROS	30		
SECTOR	EDITORIAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.tarabooks.com/		
DESCRIPCIÓN			

Tara Books es una iniciativa y un espacio a la vez alrededor del libro ilustrado. Está integrada por artistas, diseñadores y escritores del área de Chennai (India). El grupo comprende a profesionales de disciplinas complementarias que colaboran para editar libros ilustrados.

Sus miembros actúan conjuntamente en la creación de nuevos títulos, en la organización de eventos y talleres, etc. Además de un espacio para la presentación de la cooperativa y de sus miembros, su web también es un sitio de venta online de los libros editados. Ganaron el Wins International Book Industry Excellence Award en la London Book Fair de 2014.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Gracias a la fórmula cooperativa, profesionales de diferentes disciplinas, con perfiles distintos pero complementarios, pueden desarrollar proyectos conjuntos de calidad, todos ellos con un nexo en común: el libro ilustrado. Un servicio que no podrían prestar de manera independiente y que no les permitiría tener la visibilidad que tiene a través de la cooperativa.

NOMBRE	TEATRO DEL BARRIO				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	MADRID
NÚMERO DE MIEMBROS					
SECTOR	ARTES ESCÉNICAS		TIPO COOP	CONSUMO	
WEB	http://teatrodelbarrio.com/what-i-do/				
DESCRIPCIÓN					

Se trata de una iniciativa de transformación social basada en el teatro y con un gran componente de participación ciudadana.

Teatro del Barrio tiene una relación importante con el mundo universitario, ya que muchos profesores participan aportando contenido y experiencia en sus acciones. Las actividades que desarrollan son:

- En el campo teatral: producciones propias e invitaciones de compañías externas.
- Poesía, con recitales y talleres.
- Talleres para niños y familias: baile, danza, teatro.

Cuenta con una muy activa agenda en su espacio ubicado en el centro de Madrid. Para ser miembro hay que abonar una cuota inicial de 100 euros.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Teatro del Barrio participa en el movimiento ciudadano con la finalidad de construir otra forma de convivir, utilizando como medios la cultura y la fiesta, y celebrar que están imaginando una nueva forma de convivencia, creando una "comunidad cooperativa", lo que muestra su verdadera vocación cooperativista en el fondo y en la forma.

NOMBRE	ZEMOS98				
PAÍS	ESPAÑA	REGIÓN	EUROPA	CCAA	ANDALUCÍA
NÚMERO DE MIEMBROS					
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL		TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO	
WEB	http://zemos98.org/				
DESCRIPCIÓN					

Concebido como espacio contemporáneo de debate, reflexión e intercambio, organizador del Festival Zemos98, la filosofía de este grupo aporta **nuevos modelos de creación** en el 98Lab. Es una de las iniciativas culturales más innovadoras de España, que intenta repensar y redefinir las estructuras tradicionales, deconstruyendo los mensajes dominantes. Creen ante todo en la mediación tecnológica y tejen relaciones entre las comunidades. Su pensamiento permanece siempre en la educación y en la comunicación audiovisual, a través de talleres, espacios de debate, laboratorios, etc.

QUÉ APORTA A LA FÓRMULA COOPERATIVA

Son acólitos del formato cooperativo como fórmula para un nuevo modelo de economía social, apostando por una cultura crítica y transformadora. El espíritu cooperativo está presente en todos sus proyectos, ya que la colaboración y el trabajo en red son fundamentales en sus acciones.

4.3. Aspectos más significativos del cooperativismo cultural

A modo de resumen, de estas y de muchas otras cooperativas culturales analizadas para la realización de este estudio, se podría hacer una **clasificación de los tipos de servicios y oferta** prestados por las cooperativas culturales

- **Gestión de espacios:** cines, teatros, salas de exposiciones, oficinas (coworking), residencias de artistas, etc. En este caso, los miembros de la cooperativa utilizan y gestionan un espacio conjunto para la difusión de su obra, para trabajar, para utilizarlo como espacio de esparcimiento, etc. Una figura habitual en el mundo anglosajón, como son las "artists owned cooperatives"; es algo muy similar a las cooperativas de trabajo asociado, siendo los artistas dueños de la cooperativa, y contando con un equipo o gestor del espacio en cuestión.
- **Gestión y distribución de recursos** (libros, material educativo, entradas, etc.) para miembros de cooperativas (cooperativas de consumo). En este caso, los miembros de la entidad consiguen precios más reducidos por la compra de material, al hacerlo en cantidades masivas o alcanzar economías de escala en su gestión.
- **Plataformas** para difusión de arte y cultura, a modo de "lobby" y banco de recursos. La unión de artistas en una cooperativa permite visibilizar y difundir sus creaciones, trabajando como colectivo y "sector"; de esta forma, se defienden y consiguen intereses comunes.
- **Venta y distribución de creaciones y productos culturales y artísticos:** pintura, escultura, libros, fotografía, moda, etc. Muchos artistas se unen en cooperativas para, además de difundir sus obras, venderlas. En ese sentido, utilizan sus webs para crear espacios de venta online.
- **Educación cultural** (talleres, charlas, escuelas musicales, visitas guiadas, didáctica, etc.). En este campo, hay que destacar la estrecha relación entre cultura y educación, más allá de la animación sociocultural. Existen cooperativas que, bien como servicio exclusivo o bien como complemento a su actividad habitual, realizan actividades didácticas y educativas, especialmente orientadas al colectivo infantil.
- **Diseño y gestión de proyectos culturales:** consultoría, eventos, formación, asesoramiento, etc. En este caso, las cooperativas están formadas por profesionales de diferentes disciplinas que prestan servicios "intangibles" pero de un elevado valor añadido. Estos servicios pueden estar especializados (patrimonio, historia, arte, etc.) o ser de corte más generalista, ofreciendo servicios de gestión integral.
- **Librerías y editoriales.** En este caso, no se trata de cooperativas de consumo (donde los miembros de la cooperativa se unen para comprar libros), sino generalmente cooperativas de

trabajo asociado donde sus miembros gestionan un espacio físico o virtual para la venta de libros y/o para su edición.

- **Orquestas y grupos musicales.** Al igual que en el caso anterior, los músicos se unen para componer e interpretar. Muchas veces esta actividad se complementa con otro tipo de acciones, como talleres, formación, etc.
- **Trabajos artísticos y creativos:** pintura, fotografía, vídeo, animación, vestuario, animación, circo, comunicación, arquitectura, servicios audiovisuales y márketing, etc., ofrecidos bien de forma conjunta o bien especializados por áreas.
- **Gestión administrativa y legal** de agentes culturales: altas y bajas en la Seguridad Social, servicios financieros, facturación, asesoramiento legal, seguro de responsabilidad civil, avales, etc. (a veces llamadas "cooperativas de facturación").

5. Cooperativas culturales en Galicia

En la actualidad disponemos de un conjunto de cooperativas culturales en Galicia que se ocupan de actividades muy diversas en todas las ramas de las artes y la creación, y que en los últimos años registraron un notable ascenso en cuanto a su número y a la diversificación de sus perfiles. Damos cuenta de su realidad en el siguiente apartado.

Son las siguientes:

- AILALELO
- CESTOLA NA CACHOLA
- CONSERVATORIO HISTÓRICO DE SANTIAGO
- COOPERATIVA DE CINE Y DOCUMENTAL
- CULTURACTIVA
- DALLEQUEDALLE COWORKNG
- EDITORIAL TRYMAR
- HÁBITAT SOCIAL
- MaOs INNOVACIÓN SOCIAL
- MELANDRAINAS CREATIVA
- NUMAX
- O CABLE INGLÉS
- SONAXE
- TEIXUGO
- TRESPÉS
- URDIME

FICHAS COOPERATIVAS GALLEGAS

NOMBRE	AILALELO		
NÚMERO DE MIEMBROS	4		
SECTOR	DISEÑO	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://ailalelo.com/		

DESCRIPCIÓN

Empresa de diseño y creatividad creada en el 2012 y formada por 4 profesionales especializados en diferentes disciplinas: diseño gráfico, desarrollo, programación y gestión.

Disciplinas totalmente complementarias entre sí que les permiten ofrecer los siguientes servicios: diseño y programación web, aplicaciones para móviles, ilustración, diseño gráfico para empresas, etc.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

La elección de esta forma jurídica responde a cuestiones de principios y forma de entender el trabajo y la gestión. Tal y como afirman ellos mismos, no podría existir Ailalelo si faltase alguno de sus miembros, perdería toda la esencia de la cooperativa. Con funciones y roles claramente delimitados, todos son igual de importantes e imprescindibles, y por eso piensan que la cooperativa es la única forma que entiende este concepto.

NOMBRE	CESTOLA NA CACHOLA		
NÚMERO DE MIEMBROS	4		
SECTOR	VARIOS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.cestolanacachola.org/		
DESCRIPCIÓN			

En CESTOLA NA CACHOLA apostaron por trabajar en aquello que más les gusta y en lo que creen que mejor saben hacer. CESTOLA NA CACHOLA: un proyecto de autoempleo en el que desarrollan servicios a medida alrededor de la economía social, el fomento del consumo responsable y la creación de proyectos sociales y culturales.

- **Formación en el campo del cooperativismo y la economía social-solidaria:** Talleres y sesiones temáticas; Unidades didácticas y módulos formativos; Formación-divulgación sobre consumo responsable.
- **Dinamización participativa y acompañamiento:** Creaciones de planes estratégicos, planes de viabilidad, documentos base para pymes y organizaciones; Elaboración de estudios temáticos: investigación, divulgación, guías y otros recursos; Organización de equipos de trabajo.
- **Diseño:** logos, imágenes de marca, imágenes corporativas, dibujos, imágenes promocionales, Exposiciones: organizan y se integran en exposiciones y eventos en espacios ajenos.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Esta iniciativa tiene muy presente el principio de una economía al servicio de las personas y no al revés. En este sentido, lo de ser una cooperativa, además de permitir hacer lo que les gusta, favorece un modelo de economía social.

NOMBRE	CONSERVATORIO HISTÓRICO DE SANTIAGO		
NÚMERO DE MIEMBROS	14		
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.conservatoriodesantiago.com/		
DESCRIPCIÓN			

Escuela de música y actividades relacionadas con esta disciplina, especialmente orientadas al público infantil. Todos los profesores y profesoras son miembros cooperativistas.

- Con la intención de completar en el centro educativo la atención musical al ciclo vital, en marzo de 2012 nace "**SONSeBEBÉS**", actividad de estimulación temprana conjugando aprendizaje, emoción y humor. Ofrecen diferentes grupos desde el embarazo hasta los tres años.
- En el **Conservatorio Infantil** (de 3 a 7 años) los niños y los juegos son los protagonistas de toda una labor encaminada a educar a los pequeños NA MÚSICA A TRAVÉS DELA.
- **Grado elemental (enseñanza oficial)** consta de cuatro cursos a los que se accede mediante una prueba de aptitud. Las materias correspondientes a grado elemental son: Lenguaje Musical: donde se imparte conocimientos de Ritmo, Entonación, Teoría y Dictado. Educación Auditiva y Vocal e Instrumento.
- **Grado profesional (enseñanza oficial)** consta de seis cursos a los que se accede mediante una prueba de acceso.
- **Escuela de adultos:** Todos tienen derecho, independientemente de la edad, a crecer en conocimientos, ampliar habilidades, seguir siendo estudiante o empezar a serlo. Por esto, en el Conservatorio Histórico extienden el aprendizaje musical a todo el ciclo vital, aunque con distinta intensidad y con diferentes metodologías de enseñanza adaptadas a distintos objetivos y formas de adquisición de conocimientos.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Esta escuela permite a sus miembros tomar decisiones de forma democrática y generar espíritu de equipo por su forma de funcionar como cooperativa. Les permite, además, seguir siendo músicos, además de profesores, por lo que es una de las mejores formas de realización personal y profesional. El apoyo institucional es una variable importante para esta consagrada institución gallega.

NOMBRE	COOPERATIVA DE CINE Y DOCUMENTAL		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	AUDIOVISUAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.cooperativadecine.com/		
DESCRIPCIÓN			

Producción audiovisual de carácter independiente, especializada en los diferentes campos relacionados con este trabajo: escritura de guión, creación de storyboards, búsqueda de localizaciones, jefatura de producción, dirección o edición. Acaba de ganar el premio a los Valores Cooperativos entregados por el Consello Galego de Cooperativas en el año 2014. Cooperativa de Cine y Documental, S. Coop. Galega es una productora audiovisual constituida en julio de 2010. Su experiencia se ha desarrollado a lo largo de sesenta producciones audiovisuales, desde largometrajes, documentales, spots o cortometrajes. A pesar de ser una productora de reciente creación, sus tareas se complementan para apostar por iniciativas de desarrollo dentro de la industria audiovisual y asegurar la profesionalidad del sector. **SERVICIOS:** La empresa ofrece un catálogo de servicios entre los que se encuentran:

- Producción y realización cinematográfica. Largometrajes y cortometrajes de ficción y/o documentales...
- Producción y realización de publicidad. Spots, campañas publicitarias, vídeos corporativos, *teasers* o vídeos musicales.
- Búsqueda de localizaciones. Especializados en la gestión de localizaciones para todo tipo de producciones...
- Realización de storyboards.
- Edición y postproducción.
- Servicio de oficina operativa para rodajes en A Coruña (50 m²).

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Son cooperativa desde sus inicios y por tamaño y estructura vieron que era la mejor opción; les da la oportunidad de tomar decisiones de manera democrática y al mismo tiempo, prestar servicios profesionales con todas las garantías legales y sociales, con ellos mismos y con terceros. Una de las variables a la hora de tomar la decisión han sido los beneficios fiscales que conlleva el formato cooperativista.

NOMBRE	CULTURACTIVA		
NÚMERO DE MIEMBROS	8		
SECTOR	ARTES ESCÉNICAS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.culturactiva.org/		
DESCRIPCIÓN			

Nacida hace once años, es en la actualidad la distribuidora líder en Galicia de teatro cómico y de calle. Ha movido más de un cuarto de millar de actuaciones en el 2009. Tanto en el ámbito gallego, como en el estatal o a nivel mundial tiene proyección y presencia esta entidad. A pesar de cumplir once años de vida, esta empresa no se acomoda, sino que expande su volumen de trabajo cada año. Diversas programaciones culturales para todos los bolsillos, la distribución en exclusiva de Leo Bassi en Galicia, ser los representantes del grupo catalán La Troba Kung Fu en nuestro país, traer espectáculos como los de Yllana o Pez en Raya junto con el gran abanico de artistas gallegos de calidad que mueve, son los puntos fuertes que permiten crecer al árbol Cultur@ctiva. El carácter lúdico y sonriente de las actividades promovidas por esta empresa toca también de cerca a la sociedad. La solvencia de Cooperactiva Cultural – Culturactiva SCG está avalada por el éxito de sus propuestas. Más de medio millón de personas pasaron por las actuaciones del Festiclown en sus doce años de historia y su paso por diferentes ciudades del país. Esta es la primera compañía estable de clown en Galicia. Gracias a distribuir sus pases, Cooperactiva Cultural – Culturactiva SCG comenzó con su labor de oficina de venta teatral a la hora de confeccionar programaciones culturales para ayuntamientos, entidades bancarias, asociaciones vecinales, instituciones públicas, festivales de teatro... al mismo tiempo que desde sus inicios se convirtió en lanzadera de ideas, proyectos, programaciones y festivales con el humor y la risa como nexo de unión.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Cooperactiva Cultural – Culturactiva SCG es mucho más que una empresa de gestión cultural. Entendida la risa como lenguaje universal entre los pueblos, diversos proyectos, canalizados a través de Payasos en Rebeldía, están ahora en marcha para con ellos acercar la solidaridad a través del humor y el teatro. El Festiclown Palestina o las caravanas solidarias a Chiapas (México) son algunos de los más importantes con los que colabora Cooperactiva Cultural – Culturactiva SCG.

NOMBRE	DALLEQUEDALLE COWORKING		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	COWORKING	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB			
DESCRIPCIÓN			

Dallequedalle es un espacio de *coworking* ubicado en Vilagarcía de Arousa. La empresa está constituida por tres mujeres que unieron sus experiencias, ilusiones y objetivos en un proyecto conjunto que atiende a tres elementos: sinergia, espacio y personas. Como ellas mismas dicen, Dallequedalle es un espacio donde interaccionan y trabajan personas a través de las sinergias. Los servicios ofrecidos por la empresa son puestos fijos de trabajo, con conexión a Internet, teléfono, taquilla y publicidad en su web y redes sociales. Además, organizan talleres o sesiones formativas o dinamizadoras entre los *coworkers* y otros miembros de la comunidad local. Los miembros del espacio tienen diferentes perfiles profesionales, lo que permite generar sinergias muy interesantes.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Ser cooperativa fue una elección que, aunque no surgió de forma espontánea, acabó siendo la única que respondía a sus necesidades y filosofía de empresa. Aunque los comienzos fueron complicados por no obtener mucha ayuda, información y receptividad (a nivel local), posteriormente, y gracias a la colaboración, entre otros, de la Red Eusumo, fueron definiendo el proyecto. Valores como colaboración, igualdad, compartir, propios del cooperativismo, también son los de Dallequedalle. En tiempos de crisis, de cambio, es esta forma de actuar la que permite la supervivencia, dicen.

NOMBRE	EDITORIAL TRYMAR		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	EDITORIAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.trymar.com/		
DESCRIPCIÓN			

El Grupo Trymar nace en el año 2000 dedicado en un primer momento a la **edición de materiales de formación exclusivos**, convencidos de la idea de que existe un lector que necesita manuales específicos para su formación y que no los encuentra en el mercado. En este sentido, fue la primera editorial gallega dedicada íntegramente a la formación de universitarios y profesionales de todo el Estado. Abarca en primer lugar el mercado de la Ingeniería Forestal, con manuales de formación para estudiantes del segundo ciclo que, hasta ese momento, no encontraban en las librerías manuales que añadieran específicamente algo a sus materias y necesidades concretas. Luego vendrían manuales de Periodismo, Filología Española y orientación profesional, entre otros campos.

Esta vocación no impidió que la Editorial Trymar entrara en el ámbito puramente literario. Así, apostó fuertemente en su catálogo por obras de ficción con un marcado carácter social. De este modo encontró su lugar en el campo de la literatura de ficción editando a autores noveles que no eran quien de encajar en el mercado editorial gallego. Así nace **EDICIÓN KÉKERES**, una línea editorial basada en la búsqueda de nuevos talentos.

No satisfechos con este salto cualitativo, en el 2003 el Grupo Editorial Trymar decide arriesgarse con GAYGA EDICIONES, una línea más atrevida y osada que la anterior. Siguiendo los mismos principios de funcionamiento que su predecesora Kékeres, Gayga Ediciones se atrevió con aquellos temas y contenidos más controvertidos y actuales, sin renunciar nunca al principio que rige todo el funcionamiento editorial: la indiscutible calidad literaria de sus autores.

En los últimos años, la Editorial Trymar apostó por la labor de recuperación de autores injustamente olvidados. Tanto los clásicos de la Literatura Española como la Gallega, pasaron a mejorar su catálogo. Dentro de esta labor incluyeron una línea específica de adaptaciones juveniles con un objetivo abiertamente pedagógico hacia las nuevas generaciones de lectores como la traducción de los autores clásicos con vistas a dar a los libreros y lectores un "fondo de estantería" con el que poder satisfacer las necesarias visitas a autores de la Literatura Universal.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

El elemento más valorado por los miembros de la cooperativa con respecto a esta fórmula es su funcionamiento democrático, aunque esto también pueda ser, a veces, complicado en términos de gestión. Piensan que el formato cooperativo es el natural de la cultura, por lo que elegir esta fórmula era evidente. Creen que este tipo de forma de entender el trabajo les permite tener una visión más a largo plazo de los proyectos, entendiendo que el lucro es un elemento no tan prioritario en comparación con otras formas jurídicas. En este sentido, creen que los proyectos cooperativos tienden a afrontar la crisis mejor que otro tipo de empresas.

NOMBRE	HÁBITAT SOCIAL		
NÚMERO DE MIEMBROS	7		
SECTOR	ARQUITECTURA	TIPO COOP	
WEB	www.habitatsocial.coop		
DESCRIPCIÓN			

Cooperativa integrada por un grupo heterogéneo de profesionales, esencialmente de los campos de la arquitectura, el urbanismo y las ciencias sociales, que trata de investigar e intervenir en la compleja realidad que habitamos. Extienden su labor a todas las escalas de intervención sobre el hábitat, ofreciendo servicios en los campos del urbanismo, la arquitectura, y la intervención comunitaria. En cualquiera de ellos, la vía de trabajo se basa en la creación de espacios de participación para los diferentes agentes implicados (públicos, colectivos o privados), potenciando las sinergias y la coordinación. En concreto, estos servicios se materializan a través de:

- **Estudios e informes** -Elaboración de documentos de análisis, identificación y diagnóstico del hábitat físico y social. -Inventariado, diagnóstico y propuestas de uso para espacios públicos y privados. -Investigación de tipologías, tecnologías y materiales. -Simulación del comportamiento energético de edificios en asesoramiento para solución eficientes.
- **Planes y proyectos** -Edificación (obra nueva, rehabilitación y reformas) atendiendo a criterios de construcción natural, arquitectura bioclimática, bajo coste... -Regeneración urbana (mejora de las condiciones habitacionales en tejidos residenciales, reutilización y acondicionamiento del espacio público...). -Planteamiento de planes de ordenación y de estudios globales de dinamización territorial. -Recuperación y dinamización rural (eco aldeas, núcleos abandonados...).
- **Procesos de gestión social** -Diseño de estrategias de activación y dinamización de procesos participativos y cooperativos de la ciudadanía. -Diseño y gestión de planes de inclusión social. -Asesoramiento en cuestiones urbanísticas y técnicas. -Sensibilización en materias relacionadas con el hábitat (urbanismo crítico, sostenibilidad, participación ciudadana...). -Dinamización de procesos de autopromoción y autoconstrucción.
- **Aplicación de tecnologías constructivas** -Gestión integral de obras. -Asesoramiento en procesos constructivos vinculados a intervenciones sociales sobre el hábitat. -Formación en sistemas de construcción natural.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Su forma de entender la vida, la economía y las relaciones humanas son factores fundamentales de este proyecto. La actitud crítica, su compromiso social, su voluntad transformadora y los procesos colaborativos son ejes sobre los que se basa Hábitat Social y, en ese sentido, el formato cooperativo responde perfectamente a sus necesidades. Apuestan por conjugar el compromiso personal con el profesional para procurar, desde la autogestión y la autonomía laboral, una sociedad más justa basada en el desarrollo comunitario equilibrado.

De este modo, se centran en la construcción social del hábitat, con el objeto de mejorar las relaciones entre las personas y de estas con el medio, natural o construido. Lo hacen trabajando con la materia física y con las dinámicas humanas, participando activamente en los procesos, coordinando los agentes implicados y potenciando el protagonismo de las personas.

NOMBRE	MaOs INNOVACIÓN SOCIAL		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	PATRIMONIO	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.maos.gl		
DESCRIPCIÓN			

Innovación social centrada en el patrimonio material e inmaterial. Su cometido pasa por contribuir a que el patrimonio sea considerado como un bien que repercute en la creación de riqueza, tanto económica como social, de una comunidad. Sus acciones se dirigen a conseguir que la sociedad gallega entienda su patrimonio y su cultura como partes de sí misma, que los valore, los respete y contribuya a su conservación y transmisión. Para este fin, MaOs Innovación Social, Soc. Coop. Galega diseña, coordina y ejecuta proyectos propios o de otras entidades que se adecúen a sus objetivos. Todas las actividades desarrolladas por la cooperativa se piensan y se realizan atendiendo siempre a criterios de calidad, innovación y profesionalidad. Desde esta perspectiva, su estrategia se enmarca en el fortalecimiento de una estructura organizativa horizontal que les permita establecer relaciones laborales y humanas estables y sostenibles para el desarrollo integral de los proyectos. A partir de esta premisa consideran que la participación de la comunidad y las colaboraciones con empresas y organizaciones de intereses afines son elementos fundamentales para su éxito personal y empresarial.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Estructura horizontal y con vocación transformadora. Apuestan por pequeñas acciones, pero de gran calado social y con la finalidad de que sean auto gestionables.

NOMBRE	MELANDRAINAS CREATIVA		
NÚMERO DE MIEMBROS	5		
SECTOR	ARTES ESCÉNICAS	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB			
DESCRIPCIÓN			

Esta empresa se centra en el campo del teatro de animación, haciendo escuela. Crean, dirigen y mantienen grupos de teatro de todas las edades, impartiendo talleres en escuelas, ANPAS, entidades públicas y privadas. Cubren necesidades de ocio de manera pedagógica y divertida, basado en el teatro especialmente. Orientan sus propuestas principalmente a las actividades extraescolares, infantiles y juveniles, también organizan grupos de adultos y mayores e incluso intergeneracionales para intervenir en los eventos estacionales o fiestas populares. Además, como espacio de difusión y de representación, y de ocio, cuentan con un café-teatro en Arteixo.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Esta cooperativa permite a sus integrantes su realización personal y profesional, uniendo sus experiencias multidisciplinares, pero complementarias. Es una salida profesional que les permite aprovechar sus talentos, tomando decisiones y gestionando sus proyectos de forma democrática.

NOMBRE	NUMAX		
NÚMERO DE MIEMBROS	5		
SECTOR	AUDIOVISUAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.numax.org/		
DESCRIPCIÓN			

La más reciente incorporación al campo del cooperativismo cultural en Galicia, Numax es un proyecto de gestión de una sala de cine independiente, que se complementa con una librería y un espacio-laboratorio de proyectos de carácter cinematográfico. Colaboran con otra cooperativa, Hábitat Social, para la reconversión de un espacio ya existente en el centro de Santiago, y con la cual comparten filosofía y forma de entender el emprendimiento. Los servicios y actividades que desarrollan en este espacio son la difusión de nuevos títulos de cine independiente, y en versión original, encuentros entre realizadores y otros profesionales del cine, la formación y capacitación especialmente en el colectivo juvenil, la venta de libros, así como el diseño y la producción audiovisual.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

El proyecto se basa en la redistribución y compensación del trabajo de los socios entre sus áreas de actividad. NUMAX es una cooperativa sin ánimo de lucro. Esto significa que se establece un tope salarial de un 50% sobre convenio; los cargos directivos no son remunerados y no existe el reparto de beneficios entre los socios. La financiación del proyecto también tiene un enorme componente cooperativo, en el sentido en que se cuenta con un grupo de avalistas que favorecen el acceso al crédito gestionado por la cooperativa de financiación Coop57. En general, se ha elegido la forma cooperativa por creer que este modelo se adapta a su forma de entender la cultura, la economía, etc. La toma de decisiones de forma democrática, la transparencia y la colaboración son, en este sentido, ejes fundamentales del proyecto.

NOMBRE	O CABLE INGLÉS		
NÚMERO DE MIEMBROS	4		
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://www.ocableingles.com		
DESCRIPCIÓN			

Su objetivo es proponer soluciones culturales a la medida, capaces de integrar cuantos servicios sean necesarios para llevar a buen término cada experiencia cultural. Funcionan como una cooperativa cultural de trabajo asociado, donde cada una de las socias fundadoras aporta su experiencia en los campos del diseño, la gestión, la producción y la comunicación; y complementan este bagaje con las aportaciones de los socios colaboradores para dar respuesta a demandas más concretas como la fotografía, el audiovisual, la ilustración, la animación, el sonido, la música, las artes escénicas, la pedagogía, la traducción, la interpretación, la gastronomía, la moda...

Esta estructura les permite ofrecer un amplio catálogo de servicios que pueden ser contratados por los clientes de manera integral o individualizada:

- Gestión (Diseño e implementación de proyectos culturales; Creación de ideas, contenidos y experiencias culturales)
- Producción (Conciertos, festivales, exposiciones, presentaciones, ferias, jornadas; Gestión y contratación de artistas; Management; Programación; Productos editoriales y audiovisuales)
- Comunicación (Diseño e implementación de estrategias comunicativas; Diseño y gestión de Planes de Comunicación 2.0; Gabinetes de prensa de eventos y productos culturales; Promoción y publicidad en medios; Diseño y redacción de publicaciones; Guionización y realización de productos audiovisuales; Cobertura fotográfica y audiovisual)
- Diseño (Arte e imagen gráfica; Diseño editorial; Imagen corporativa; Desarrollo de campañas promocionales y merchandising; Proyectos web).

Una flexibilidad estructural que les permite ofrecer trajes culturales a medida; esto es, integrar cuantos servicios sean necesarios para llevar a buen término cada experiencia cultural.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

El formato cooperativo les permite tomar decisiones y gestionar sus proyectos de forma democrática, pero también con la flexibilidad en términos de horarios y cargas de trabajo que necesitan por querer conciliar la vida laboral y familiar. Además, la posibilidad de poder acceder a ayudas públicas a la hora de poner en marcha este proyecto ha sido un factor determinante.

NOMBRE	SONAXE		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	MÚSICA	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://sonaxe.com/		
DESCRIPCIÓN			

Son una cooperativa de trabajo asociado afincada en Boiro que desarrolla su labor en el ámbito de la música. Dividen su trabajo en dos pilares: la formación y gestión musical, y la edición, producción y promoción musical en Sonaxe Records. Sonaxe formación: Formación musical, gestión de escuelas de música y actividades musicales. En el campo de la formación, en Sonaxe tienen como fin poner a tu servicio todas aquellas herramientas precisas para aprender o perfeccionar los conocimientos musicales. También ofrecen servicios de gestión integral para centros de enseñanza musical. Sonaxe Records: Sello discográfico y promoción, edición y producción musical. Sonaxe Records es la parte de la cooperativa que se dedica a la promoción, producción y edición musical. Su finalidad es poner a disposición de los profesionales de la música todas aquellas herramientas precisas para poder llevar a cabo la práctica de la música de una manera profesional.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Cooperativa que cubre la formación musical de los y las jóvenes de Boiro, además de realizar talleres en la materia, permite que tres personas especializadas desarrollen su talento de forma profesional.

NOMBRE	TEIXUGO		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	PATRIMONIO	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://teixugo.com/cms/		
DESCRIPCIÓN			

Fundada en noviembre de 1999, Teixugo es una empresa cooperativa fruto del trabajo en común de varios profesionales procedentes de campos como la biología, la educación ambiental, magisterio, pedagogía y el conservacionismo. Su reto fundamental como equipo de profesionales es aportar su colaboración técnica en los procesos que persiguen una relación equilibrada entre el desarrollo de las personas, la mejora del medio y la conservación del patrimonio. Los profesionales de la cooperativa cuentan con una amplia experiencia de más de veinte años en el ámbito de la educación ambiental y en la gestión de distintos proyectos ambientales. Todos sus trabajos van encaminados a la concienciación y capacitación de las personas en los conceptos del desarrollo sostenible, conocimiento y conservación del medio, así como el estudio y recuperación de nuestro patrimonio cultural, etnográfico e histórico.

Aunque no se consideran una empresa "cultural", sí prestan servicios relacionados con la cultura. **Sus principales líneas de trabajo son:**

- Educación ambiental: Programas y proyectos de Educación ambiental; Creación, gestión y desarrollo de aulas de naturaleza y otros equipamientos ambientales.
- Turismo de naturaleza: Turismo ornitológico; Senderismo.
- Gestión ambiental: Asesoría ambiental; Informes técnicos; Planes de calidad.
- Interpretación del patrimonio: Creación y gestión de centros de interpretación, centros de visitantes y centros de información al público; Diseño de itinerarios interpretativos; Formación en interpretación del patrimonio. Diseño de materiales. Formación.
- Actividades de ocio y tiempo libre: talleres, campamentos ambientales, artesanía.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

La elección de la forma cooperativa fue, desde el comienzo, casi "natural", no cabía otra forma por principios. Antes de ser cooperativa trabajaban, aunque de forma autónoma, siguiendo la filosofía y estructura cooperativa (toma de decisiones, primar a las personas antes que el capital, etc.). La fórmula cooperativista les permite trabajar con garantías ante la Administración, prestando servicios como empresa formalmente establecida.

NOMBRE	TRESPÉS		
NÚMERO DE MIEMBROS	3		
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	http://trespescoop.wordpress.com		
DESCRIPCIÓN			

La cooperativa tiene por objeto la prestación del trabajo de las personas socias para producir en común bienes y servicios para terceros.

Entre los objetivos de la Cooperativa están:

- Ofrecer una carta de servicios diversificada en los campos social, cultural y ambiental que contribuyan a la mejora de la sociedad.
- Contribuir a la divulgación de los principios y prácticas de la economía social impulsando el modelo cooperativo.
- Crear las condiciones propicias para el estímulo del autoempleo entre las personas socias de la cooperativa.

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Constituirse como cooperativa de iniciativa social implica romper con la lógica mercantilista de procurar el máximo beneficio a menor coste. Consideran que los beneficios cooperativos no se pueden medir en términos monetarios, sino en términos sociales y humanos. No tener ánimo de lucro, no significa que Trespés no cobre por sus servicios. La cooperativa cuenta con una tabla de tarifas. La diferencia radica en que ese dinero está destinado a sufragar los costes de la actividad: electricidad, agua, alquiler, internet, papelería, etc. y también los salarios de los socios trabajadores de la cooperativa.

No tener ánimo de lucro implica unos deberes marcados por ley:

Los resultados positivos que se produzcan en un ejercicio económico, si los hubiere, no podrán ser distribuidos entre las personas socias.

Las retribuciones de las personas socias trabajadoras no podrán superar el 150% de las retribuciones que, en función de la actividad y categoría profesional, establezca el convenio colectivo aplicable al personal asalariado del sector.

En síntesis, decidieron dar el paso y constituirse como cooperativa sin ánimo de lucro para ser más fieles a los principios de la economía social y solidaria y contribuir con su actividad laboral, a la construcción de una nueva sociedad.

Los beneficios de Trespés no se reparten de forma particular, sino que revierten en la sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, nuevas iniciativas solidarias o programas de cooperación al desarrollo, entre otros.

NOMBRE	URDIME		
NÚMERO DE MIEMBROS	5		
SECTOR	GESTIÓN CULTURAL	TIPO COOP	TRABAJO ASOCIADO
WEB	www.urdime.net/		
DESCRIPCIÓN			

URDIME nace con el fin de gestionar proyectos culturales relacionados con la infancia y la juventud. La trama más importante de URDIME la constituyen sus compañías de teatro y artes escénicas. Entre otras, gestiona las siguientes compañías: Teatro Ghazafelhos, Babaluva teatro, Fantoques Baj, A nena e o grilo, Teatro Antroido, A casa dos xogos, Il Cirque d' amore, Raquel Queizás, A Tropa de Trapo, Os Tres TENEORES, Teatro da Semente.

Los servicios de URDIME se clasifican en:

1. Distribución y representación de varios proyectos y compañías de artes escénicas
2. Servicios de comunicación para el sector cultural
3. Gestoría administrativa, especializada en cultura, con la que se ofrece cobertura fiscal, laboral y contable.
4. Acción cultural, formulando propuestas culturales centradas en la infancia y en la juventud...

VALOR COOPERATIVO DIFERENCIADOR

Si nos atenemos al significado, "URDIME" (urdimbre) nace fruto de la unión de las sinergias de varios profesionales de la gestión cultural, construyendo puentes y caminos que juntan conocimientos y energías, con el fin de gestionar proyectos culturales.

6. Otras buenas prácticas

6.1. Iniciativas de promoción del cooperativismo en cultura

Además de las buenas prácticas identificadas en el cooperativismo cultural, vemos preciso mencionar otro tipo de iniciativas que están contribuyendo a una mayor ligazón entre el campo artístico y las empresas de economía social.

Las estadísticas demuestran que en los últimos años ha crecido de un modo sostenido la fórmula cooperativista en el ámbito cultural, con un importante ascenso en el número de cooperativas culturales, pero este incremento respondió más a un proceso "espontáneo" que a una planificación meditada. **Son escasos los ejemplos de estrategias de fomento del cooperativismo en cultura por parte de las administraciones públicas**, a pesar de la positiva evolución que exhibe. Con todo, hay experiencias meritorias que deben ser destacadas y que deberían servir de inspiración y estímulo para la elaboración de políticas públicas o para la implantación de nuevas líneas de trabajo desde las uniones de cooperativas.

Entre las iniciativas que describiremos a continuación, las hay que se centran específicamente en el objeto de este informe (cooperativas y sector cultural), y otras que no están circunscritas a alguno o ambos campos, pero que tuvieron una notable repercusión en ellos. Dicho de otro modo, hay proyectos pensados por y para las cooperativas culturales, otros orientados a la creación de cooperativas, pero no exclusivamente de la esfera cultural, y también programas de apoyo a empresas culturales que no se limitan al perímetro de la economía social. En ese sentido, distinguiremos entre iniciativas directas e indirectas.

INICIATIVAS DIRECTAS

De las iniciativas directas, destacaremos la trayectoria de la Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo Asociado, la Fundación Innoves, la figura de la cooperativa cultural en la legislación portuguesa y las cooperativas de impulso empresarial recogidas en la Ley andaluza.

FAECTA – CTMA

En el año 2005 la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado decide constituir una sección interna dedicada a las cooperativas de la cultura, turismo y medio ambiente (CTMA), en la medida en que presentan importantes sinergias entre sí y comparten el hecho de ser empresas que concentran "talento, innovación y creatividad". La primera acción de CTMA es el diseño de un plan estratégico para ese amplio subsector. En el 2007, y con el apoyo de la Junta de Andalucía, elaboran el estudio denominado "Caracterización del sector cultural de la economía social". Un año después organizan el primer Congreso de Industrias Culturales de Economía Social, con la colaboración de CEPES Andalucía y de la Fundación Innoves. También en el 2008 cierran un

acuerdo con la sección de FAECTA – Enseñanza para el fomento de la intercooperación a través de la organización de actividades extraescolares en los centros de enseñanza. Por este conjunto de actividades, FAECTA – CTMA queda finalista en los Premios a la Excelencia Empresarial que convoca la Junta de Andalucía. En el 2010 organizaron un "Curso de creación de empresas de base tecnológica y de base creativo cultural". Más información en www.faecta.coop

Fundación INNOVES

Promovida por CEPES Andalucía y por la propia FAECTA, centra sus esfuerzos en el fomento de la I+D empresarial para la economía social andaluza, "haciendo hincapié en la intercooperación y la internacionalización como factores de innovación". Divide su trabajo en tres grandes áreas: cultura, energía e infantil. Uno de los primeros hitos del área cultural, en el año 2007, fue la creación del "Directorio de industrias culturales de economía social", con su correspondiente catálogo de productos y servicios, y que agrupaba por entonces casi 500 empresas, de las que 184 eran cooperativas. Desde ese mismo año viene recibiendo el respaldo de la Agencia Andaluza de las Industrias Culturales para la prestación de una amplia gama de servicios (organización de actividades formativas, jornadas de divulgación, catálogos multimedia, presencia activa en ferias, redacción de informes y estudios, etc.). En su web anuncian la firma de un convenio con la Consejería de Cultura andaluza para la realización de un curso de posgrado sobre gestión de empresas culturales de economía social. Más información en <http://cultura.innoves.es>

Las cooperativas culturales en la legislación portuguesa

Portugal cuenta desde 1981 con una regulación específica para las cooperativas culturales (Decreto-Ley nº 313/81 de 19 de noviembre), en respuesta a la necesidad de reconocer el peso específico que la cultura tenía en el movimiento asociativo inicialmente y, que, con el paso del tiempo, pasó a desarrollar una actividad económica destacable en el campo de la empresa. Esta ley abarca las diferentes áreas de la acción cultural (creatividad, difusión, información, dinamización y animación) y engloba, entre otras, la cooperativas cinematográficas, musicales, circenses, editoriales, de artes plásticas y periodísticas. Para junio de 2011, y con fuentes de CASES (Cooperativa António Sérgio de Economía Social) y del Banco de Portugal, habría 302 cooperativas culturales activas en el país vecino.

Cooperativas de impulso empresarial

Es una figura reciente de la legislación andaluza (artículo 98 de la Ley 14/2011 de las Sociedades Cooperativas Andaluzas), a modo de variante especial de las cooperativas de trabajo asociado, y se definen como "las que tienen como objeto social prioritario canalizar, en el ámbito de su organización, la iniciativa emprendedora de sus socios mediante la orientación profesional y la provisión de habilidades empresariales precisas para el desarrollo de cada una de sus actividades,

la tutorización de las dichas actividades en los primeros años de su ejercicio o la prestación de determinados servicios comunes a las personas socias que les proporcione un ámbito donde desempeñar regularmente su actividad profesional". A pesar de su relativa juventud, resultan decisivas en la prestación de cobertura legal y fiscal a emprendedores, autónomos discontinuos y, en general, trabajadores por cuenta propia que facturan actividades puntuales, lo que coincide de lleno con buena parte del colectivo artístico. No en vano, de las cuatro primeras cooperativas de impulso empresarial creadas, dos son culturales (Smart Ibérica e InPulse), otra de arquitectos e ingenieros, y otra de periodistas. Las cooperativas de impulso empresarial juegan al tiempo un papel muy relevante en la reducción de la economía sumergida.

Convendría conocer hasta qué punto el éxito de la fórmula se debe a alguna particularidad legislativa que se pueda importar a la realidad gallega, o bien a las líneas de apoyo que la administración andaluza haya implementado para respaldarlas.

INICIATIVAS INDIRECTAS

En lo que respecta a las iniciativas indirectas, las dividiremos en tres pequeños bloques, atendiendo su distinta naturaleza: iniciativas de fomento del emprendimiento, de financiamiento y legislativas.

Iniciativas de emprendimiento

Entre las dedicadas al fomento del emprendimiento cultural, y con una fuerte huella en la generación de empresas de economía social, destacaremos el Proyecto Lunar, el FOMECC y el Gabinete de Iniciativa Joven.

Proyecto Lunar

Se trata de una iniciativa de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía para promover el emprendimiento en cultura. El procedimiento de trabajo era el siguiente: 1) investigaban el potencial creativo de una localidad, según la densidad de colectivos e iniciativas culturales; 2) de superar un cierto umbral, constituían una nueva sede, coordinada por una empresa cultural local; 3) mediante campañas proactivas y reuniones con las asociaciones culturales del territorio, se ofrecía un servicio de asesoramiento para transformar iniciativas culturales en empresas; 4) se le prestaba un apoyo integral, con formación, consultorías y tutorías; 5) los proyectos maduros se derivaban a los puntos CADE –Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial, una red de incubadoras de la Junta de Andalucía-. El seguimiento de cada proyecto podía extenderse más allá de los tres años. En total llegaron a contabilizarse 160 sedes en Andalucía. En la sede de Sevilla se alcanzaron los 300 proyectos adheridos. Los mejores proyectos eran puestos en común en eventos como el "Encuentro Lunar" o en el "Creativa 07", que contemplaban conferencias, talleres, rondas de negocio, entrega de premios, asesoramiento especializado, etc. A juicio de los expertos

consultados, el "Proyecto Lunar" contenía varios elementos innovadores: a) era un proyecto mixto público-privado; b) identificaba "zonas emblema" y "empresas tractoras" en un territorio, para a continuación propiciar la creación de red empresarial local con miras a la clusterización. Más información en www.proyectolunar.com

FOMECC

Programa liderado por Interarts, con el apoyo de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo), realizado en Colombia, Honduras, Perú, Senegal y Níger, y destinado a apoyar la creación de empresas culturales y creativas y a fortalecer las ya existentes, como factor de desarrollo social y económico de las comunidades y de refuerzo de la diversidad cultural.

Contemplaba tres grandes fases: 1) fase de sensibilización, formación y convocatoria de ideas de negocio; 2) fase de selección de las iniciativas empresariales más viables y con mayor potencial de proyección exterior, así como de tutorización del plan de empresa; 3) fase de creación de redes de trabajo, contactos comerciales y alianzas productivas. A través del FOMECC fueron creadas unas 120 empresas de artes escénicas, artes plásticas, artesanía, audiovisual, diseño y publicidad, editorial, moda, gestión cultural, música y sonido. Esta experiencia fue presentada como buena práctica en diferentes foros internacionales. Incluía la transferencia e intercambio de metodologías entre los diversos países implicados. Más información en www.fomecc.org

Gabinete de Iniciativa Joven

El GIJ fue un ente promovido por la empresa E-Cultura Net y dependiente de la Presidencia de la Junta de Extremadura. Muy orientado a la juventud y al uso de las nuevas tecnologías, perseguía "incorporar la capacidad de imaginación, creación e innovación de los jóvenes a los grandes retos de progreso cultural y económico de Extremadura". Con esa finalidad, conformó un itinerario que incluía la recepción de ideas empresariales, artísticas o sociales, la formación para sus promotores, el asesoramiento, la búsqueda de clientes y la financiación (créditos concertados con cajas de ahorro y subvenciones de la Junta de Extremadura de hasta 30.000 € por proyecto, con un máximo de 50 anuales). Alrededor de los proyectos del GIJ estuvieron implicados centros de investigación, grupos empresariales, entidades financieras y la SODIEX (Sociedad para el Desarrollo Industrial de Extremadura). En el primer año de vida recibieron unas mil consultas y se materializaron más de cien empresas o ideas innovadoras. Algunas de sus acciones más relevantes fueron el concurso "Imagina Extremadura 2030" y talleres sobre creatividad y cultura del emprendimiento, desde la enseñanza infantil hasta la etapa universitaria.

NYC Worker Cooperative Business Development Initiative

El mayor apoyo institucional al mundo de las cooperativas de trabajo en Estados Unidos, con un

presupuesto de 1,2 millones de dólares. Cabe destacar que la mayor parte de las cooperativas culturales en Estados Unidos son "workers owned" (propiedad de los trabajadores). Con este programa, se crea una red de apoyo voluntario a pequeñas iniciativas que precisan servicios, siendo uno de ellos el asesoramiento necesario para mudar al modelo cooperativista. En este sentido, la Asociación de Cooperativas de Trabajo de la ciudad de Nueva York (New York City Network of Worker Cooperatives) presta servicios de coaching a empresarios que están pensando en retirarse para que trasladen la propiedad de sus negocios a sus trabajadores, con forma de cooperativa.

Otras iniciativas de emprendimiento: además de los ejemplos citados anteriormente, existen otras experiencias de fomento del emprendimiento en la cultura, en forma de incubadoras o viveros de empresas creativas, tal y como www.soitu.es (en Vigo), Vivernet (Extremadura) o Creativity Zentrum (Bilbao). Este último es un centro privado que oferta espacios e infraestructuras de gestión para artistas y posee la particularidad de procurar la atracción de inversiones privadas y mecenazgos.

Iniciativas de financiación

En cuanto a las iniciativas de financiación, nos limitaremos a señalar tres casos: "Sou Mais", los microcréditos "Melkart" y las aportaciones reintegrables. Ningunos de ellos son exclusivos para agentes culturales ni para empresas de economía social, si bien son propuestas interesantes a las que se han acogido numerosas cooperativas y profesionales de la creatividad.

Sou Mais

Es el programa nacional de microcrédito en Portugal, fue impulsado por CASES (Cooperativa António Sérgio de Economía Social) y el IEFP (Instituto de Empleo y Formación Profesional) y está dirigido a emprendedores, colectivos en riesgo de exclusión, microempresas y cooperativas de hasta diez trabajadores. Tiene una financiación máxima por proyecto de 20.000 €. Especial orientación a las empresas de economía social. Más información en www.sou-mais.org

Microcréditos "Melkart"

Promovidos por la Junta de Andalucía a través de su sociedad de capital riesgo Invecaria, son préstamos a un 0,5% de interés, reservados a ideas innovadoras de empresas de base creativo – cultural o tecnológica. No se necesita más aval que el propio proyecto. Comprende desde empresas en fase de constitución hasta empresas en consolidación o expansión.

Aportaciones reintegrables

Son ayudas económicas en forma de cofinanciación que permiten a las empresas culturales disponer de financiación a priori para sus proyectos. Otorgadas por el ICEC (Instituto Catalán de

las Empresas Culturales). Pueden presentarse empresas con un mínimo de dos años de vida que se dediquen a la producción, distribución y difusión de contenidos culturales. El ICEC anticipa un porcentaje del presupuesto presentado por la empresa y aceptado. Las empresas deben retornar (sin intereses) obligatoriamente una parte del importe recibido, no su totalidad, pero en caso de no devolverlo íntegro no pueden acceder a la siguiente convocatoria. Más info en www.gencat.cat/cultura/icec

Otras iniciativas financieras:

Además de las tres líneas mencionadas, no podemos olvidar la importante labor que realizan desde el ámbito de las finanzas éticas, la cooperativa de crédito Fiare - Banca Etica y la cooperativa de servicios financieros Coop57 a la hora de financiar proyectos de economía social o solidaria, sean en el campo cultural o en otros. Mención aparte merece la Caixa Rural Galega, entidad financiera que lleva operando en Galicia desde 1966, prestando apoyo inicialmente al sector agroalimentario y ahora en un proceso de expansión cara otros ámbitos de la actividad económica.

Iniciativas legislativas

En el tocante a las iniciativas del ámbito legislativo, solo vamos a añadir otra buena práctica: la de las "régies cooperativas" de Portugal.

Régies Cooperativas: también denominadas cooperativas de interés público, son nombradas por el Consejo de Ministros. Están previstas en el artículo 6 del Código Cooperativo, en la versión de la Ley 51/96, de 7 de diciembre. Pueden formar parte de ellas el Estado, municipios, regiones autónomas, empresas públicas, cooperativas, asociaciones y usuarios. El objetivo de estas entidades mixtas público - privadas es la realización de actividades de interés público, "cubriendo áreas que ya no pueden ser totalmente proveídas por el Estado". De las 36 que existen en Portugal, 13 se localizan en Braga y 7 en Guimarães. Dos ejemplos: a) la Cooperativa Praia Cultural es la entidad que aglutina toda la actividad cultural de Vila Praia da Vitória, dependiendo de la Cámara Municipal; b) la Cámara Municipal de Barcelos solicitó recientemente la creación de una régie cooperativa para la gestión deportiva, educativa y cultural de la ciudad. La entidad se llamará "Barcelos Cultura, Educação e Desporto" y contará con un capital social de 50.000 euros, 45.000 de los cuáles serán proporcionados por el Ayuntamiento.

6.2. Experiencias de colaboración entre agentes culturales y cooperativas

En el capítulo dedicado a la realidad actual del cooperativismo pudimos ver cómo algunos expertos destacaban las dificultades de las cooperativas a la hora de innovar y reclamaban un mayor esfuerzo en esa dirección. Y en el capítulo referido a la situación de la cultura hoy, constatamos como, teniendo en cuenta las presentes circunstancias, los artistas necesitan diversificar sus

ingresos prestando nuevos servicios a empresas, así como adquirir nuevas capacidades de gestión que les permitan mejorar la viabilidad de sus proyectos.

Pues bien, en el siguiente apartado mostraremos algunos ejemplos de colaboración comercial entre artistas y cooperativas, en los que los artistas, como profesionales de la creatividad, imprimieron dinámicas de innovación en las empresas, sea en términos de imagen, márketing y comunicación social, de proceso productivo, de clima laboral o en otros ámbitos, pero en todo caso logrando mejoras concretas que redundaron positivamente en el funcionamiento de las cooperativas y en sus cuentas de resultados.

También en este apartado añadiremos una breve mención a ejemplos de intercooperación entre cooperativas culturales, o de estas con cooperativas de otros sectores, y que hayan sido ejemplos útiles y virtuosos que les hayan reportado mutuos beneficios.

De nuevo dividiremos las experiencias en dos grupos: las experiencias directas (entendidas como colaboración directa entre artistas y cooperativas) y experiencias indirectas (espacios que favorecen un mayor conocimiento mutuo y colaboración entre ambos colectivos).

EXPERIENCIAS DIRECTAS

De las **experiencias directas**, destacaremos las de Orbea con Cocreable, la de Lauaxeta Ikastola con Mikel Morlas, la de la Escuela Técnica Superior de Mondragón con Platoniq, y ya en territorio gallego, la de Feiraco con el colectivo Polo Correo do Vento.

Orbea con Cocreable

Inscrito en el marco del proyecto Conexiones Improbables se llevó a cabo esta experiencia de colaboración entre la cooperativa Orbea, con un siglo de vida y 200 trabajadores, y el colectivo de cocreación (participación y creatividad) Cocreable. En la experiencia se implicaron usuarios, distribuidores y trabajadores de Orbea con el objetivo de mejorar el diseño de una bicicleta. A través de sesiones de trabajo con formato lúdico en diferentes localizaciones (Madrid, Barcelona y Donosti), se procedió a una lluvia de ideas, a un análisis de las necesidades del usuario y a un prototipado. Como resultado del proceso obtuvieron un nuevo modelo de bicicleta, pero también información para una campaña de comunicación específica para cierto segmento de clientela. Más información en <http://conexionesimprobables.es>

Lauxeta Ikastola con Mikel Morlas

También en el marco de Conexiones Improbables se realizó este proyecto que aúna una cooperativa de enseñanza nacida en 1977 y con 990 familias socias, junto con el artista Mikel Morlas. Se

trató de involucrar al profesorado en líneas didácticas innovadoras, como la remodelación a fondo de las clases (tanto en horarios como en estructuración temática), la adopción de nuevos servicios educativos o la creación de una revista en diferentes idiomas. Participaron un 25% de los profesores y surgieron 14 propuestas de cambio. Durante el proceso se formó a los profesores como emprendedores de sus propias ideas.

Escuela Politécnica Superior de Mondragón con Platoniq

La Escuela pertenece a la Universidad de Mondragón (y esta por vez a Mondragón Corporación Cooperativa) y Platoniq es un colectivo internacional de productores culturales y programadores de software. Dentro de la Escuela, el Departamento de Innovación y Emprendimiento quiso desarrollar nuevas ideas para estimular la creación de empresas. El proyecto resultante se denominó "Ideiazoka, mercado de las ideas que rebotan", y desembocó en una feria de ideas y soluciones, retos y problemas, en la que participaron ciudadanos, investigadores universitarios y empresas. En paralelo, Platoniq diseñó un software para compartir recursos en la Red, el llamado "SOS" (Science of Sharing). El objetivo final era la constitución de una cooperativa de gestión y distribución local de ideas de negocio, y promover un movimiento de innovación social en la comarca. Más info en: <http://www.youcoop.org/eres/experiences/cat/4/p/13/ideiazoka-él-mercado-diere-las-ideas-que-rebotan/>

Feiraco con Polo Correo do Vento

La cooperativa del sector lácteo Feiraco, fundada en 1968 y con 3.460 socios, decidió lanzar una campaña didáctica para los más pequeños titulada "De dónde viene la leche", para lo cual contrató los servicios de Polo Correo do Vento, colectivo especializado en el desarrollo de la creatividad y de la expresión artística de las niñas y niños. La campaña consistió en la elaboración de dos libros, en la realización de sesiones de cuentacuentos, dirigidas a niñas y niños de entre 3 a 9 años, explicando aspectos técnicos y productivos propios de una granja lechera (el manejo de los animales, alimentación, higiene y bienestar) y en visitas a las explotaciones en las que los pequeños tuvieron la oportunidad de darles de comer a los terneros recién nacidos. Participaron más de 1.300 niñas y niños de toda Galicia. Más información en: <http://feiraco.es/ninos>

Otras experiencias directas:

A mayores de estas cuatro experiencias, existen otros ejemplos de colaboración y apoyo a la innovación por parte de artistas y creadores, como en las cooperativas Kaiku (alimentación), Seguros Lagun Aro o Irizar (fabricación de vehículos).



Proyecto "De donde viene la leche", de Feiraco y Polo Correo do Vento

EXPERIENCIAS INDIRECTAS

Entre las **experiencias indirectas**, citaremos tres ejemplos: I Encuentro Internacional de Economía y Cultura, Culthunting y TeamLabs. En Gran Bretaña es habitual que las administraciones públicas promuevan el encuentro y el conocimiento mutuo entre empresas y creadores de una localidad, con el fin de que alcancen acuerdos de colaboración, sea en forma de contratos comerciales o patrocinios. Son los denominados "Arts & Business". En nuestras fronteras existen propuestas incipientes en este sentido, como los dos primeros casos que ahora presentamos.

I Encuentro Internacional de Economía y Cultura

Promovido por la Fundación Cidade da Cultura de Galicia, el Encuentro se realizó en 2012 en Santiago de Compostela, con el reto de crear un espacio de encuentro permanente entre el mundo de la cultura y el de la empresa. A lo largo de dos jornadas, el complejo del Gaiás sirvió de escenario para difundir entre los agentes culturales un catálogo de buenas prácticas para promover la diversificación de la financiación de sus proyectos y mejorar su capacidad de gestión, y entre las empresas de otros sectores las ventajas y beneficios que para sus negocios se derivan de la colaboración con artistas y empresas de la cultura. Se contó con la presencia de iniciativas de diferentes países que mostraron los beneficios de esta unión, como la Royal Academy of Arts, la institución artística del Reino Unido que menos depende de los presupuestos públicos gracias a su departamento de fundraising, o Entusiasmo Cultural, agencia brasileña especializada en diseñar estrategias para la economía creativa, la cultura y el desarrollo, y que tiene entre sus clientes,

gobiernos, grandes empresas como BMW o Nestlé y organismos como la Unesco. El objetivo final del Encuentro ha sido contribuir al desarrollo cultural de Galicia, a la modernización de nuestro tejido empresarial y a una más efectiva inserción en la sociedad del conocimiento. Asistieron unas 100 personas de diferentes países, y más de 2.000 online, y supuso un hito innovador para un cambio de modelo en la cultura en España. Más información en: <https://www.ciudadedacultura.org/gl/evento/encuentro-internacional-economia-y-cultura-2012>

Culthunting

Culthunting: siguiendo la estela filosófica del Encuentro, pero ahondando en su dimensión práctica y aplicada, la empresa aPortada está organizando en Barcelona diversas jornadas que agrupan a artistas y directivos de empresa. Bajo la premisa de que la cultura puede ser "motor de innovación de la empresa" celebraron dos ediciones del llamado Culthunting Day (en 2012 y 2013) en las que, a mayores de conferencias y mesas de diálogo, se muestran veinte ideas de artistas pensadas para aportar soluciones a la empresa. Las ideas presentadas son plurales. En ocasiones, parten de la consideración de que la cultura de una empresa puede ser un factor de cohesión y motivación de los trabajadores, facilitando así el incremento de su productividad, y por lo tanto se proponen acciones de refuerzo de la identidad corporativa. En otros casos, se hace énfasis en la experiencia del consumidor, en la inmersión sensorial en un determinado producto o marca, y entonces en el papel de la cultura a la hora de singularizarlo en el mercado. En la última edición del Culthunting Day han registrado más de 100 asistentes. Esta línea de trabajo viene complementada por talleres más específicos, denominados "Culthunting Lab". Más información en: <http://www.culthunting.com/>

TeamLabs

Las necesidades de formación en aspectos como el emprendimiento, la innovación, el liderazgo o la creatividad, tanto para empresas de economía social como para artistas y profesionales de la cultura, aconsejan dar cuenta de esta cooperativa, inscrita en el grupo Mondragón, y que oferta en Madrid y Barcelona diferentes acciones formativas, desde pequeñas píldoras hasta un grado completo ("Grado Universitario Internacional en Liderazgo Emprendedor e Innovación"), empleando metodologías finlandesas basadas en el trabajo en equipo y en aprender haciendo. Más información en: www.teamlabs.es

En lo que se refiere a ejemplos de **intercooperación** en los que participan cooperativas culturales, dejaremos indicados los siguientes casos: Red CIE, Os Xoves de Códax, O Tendal y la asistencia conjunta de cooperativas culturales gallegas a ferias, promovida por UGACOTA (Unión Galega de Cooperativas de Trabajo Asociado).

Red CIE (Centros de Interpretación Etnográfica)

Una cooperativa andaluza de segundo grado, vinculada a la Fundación INNOVES y FAECTA, y que federa centros de interpretación, museos, empresas de hostelería, de restauración, de turismo activo y de industrias culturales. Centrado en promover el emprendimiento alrededor del patrimonio cultural en el rural andaluz. Más información en www.faecta.coop

Os Xoves de Códax

Ciclo de conciertos estivales de artistas gallegos de renombre y artistas invitados foráneos que se realizan en la terraza – lounge de la cooperativa Bodegas Martín Códax, en Cambados, bajo la producción de la cooperativa cultural O Cable Inglés. El ciclo les permite a los asistentes descubrir nuevas formas de sentir y vivir los vinos de la bodega en un enclave privilegiado, donde se divisa el Valle del Salnés y la Ría de Arousa. En paralelo a la celebración de los conciertos, el ciclo oferta residencias artísticas a los músicos gallegos, poniendo a su disposición las infraestructuras y soportes necesarios para la creación de obras y proyectos. La recaudación por la venta de entradas es donada a las ONG y asociaciones sin ánimo de lucro. Más información en <http://www.martincodax.com/blog/evento/os-jueves-de-codax>

O Tendal

En fechas recientes, cuatro cooperativas gallegas del ámbito de la consultoría social (Cidadanía, S. Coop. Galega), estudios de mercado (Marketing Tangible S. Coop. Galega), gestión cultural (O Cable Inglés, S. Coop. Galega) e informática (Ítaca Software S. Coop. Galega) decidieron mancomunar sus servicios para ofrecer un asesoramiento integral a clientes que quieran poner en marcha una nueva línea de negocio o un nuevo producto. El nombre de esta iniciativa de intercooperación es "O Tendal" y presta servicios de análisis de mercados, estrategias de márketing, diseño, comunicación, web y comercio electrónico. Orientado a toda clase de profesionales y empresas, pero con especial énfasis a proyectos de economía social. Más información en: <http://www.otendal.es/web/o-tendal>

Acciones comerciales conjuntas de las cooperativas culturales gallegas

Las cooperativas culturales de Galicia, con el amparo y respaldo de UGACOTA y la Federación de Cooperativas SINERXIA, han participado bajo un stand común en ferias sectoriales, como el Culturgal o el Zinc Shower, jornadas y otros eventos, ahorrando costes y ganando en visibilidad. Más información en: <http://www.culturagalega.org/noticia.php?id=23552>



Concierto del ciclo "Os Xoves de Códax", realizado por O Cable Inglés en la terraza de las Bodegas Martín Códax

7. Recomendaciones

Una de las primeras conclusiones que podemos extraer, después de la elaboración del informe, y que llamó la atención de sus redactores, son los **escasos materiales existentes** en este tema, las escasas publicaciones o foros de expertos sobre el potencial del cooperativismo para el trabajo en cultura, y viceversa (lo que la cultura puede aportar al tejido cooperativo). Esperamos que esta modesta contribución sirva para estimular el debate.

Repasando las páginas anteriores, podemos observar alguna de las características específicas del sector cultural, tal y como su atomización empresarial, la temporalidad de su empleo, la carencia de PYMES de dimensión intermedia o la exposición a los vaivenes que experimenta el mercado, en parte debido al papel preeminente que desempeñan las administraciones públicas, sean como clientes o como promotoras. La economía social parece una buena fórmula para asentar el sector cultural y dotarlo de estabilidad, dado el hábito de trabajo en red de los agentes culturales y su mayor empatía con los valores cooperativos que con los jerárquicos. Asimismo, se impone una mayor **diversificación de ingresos** que, también en parte, puede provenir de la prestación de servicios creativos a empresas. Como pudimos comprobar, con frecuencia las cooperativas son receptivas a estas propuestas.

Por su parte, del mundo cooperativista recibimos el diagnóstico de una cierta dificultad para la innovación, condición indispensable para competir en mercados tan exigentes como los actuales. Los **agentes culturales están demostrando que pueden ayudar a inocular creatividad e innovación en las cooperativas**, sea en términos de imagen, de comunicación social, de procesos productivos internos, de clima laboral o de adaptación y aprovechamiento de los nuevos entornos tecnológicos. Como indicamos en el capítulo introductorio, están surgiendo multitud de iniciativas de emprendimiento en cultura desde una visión social de la economía y un fuerte componente tecnológico (lo que agrupamos bajo la etiqueta "cultura colaborativa", inspirada en los valores del software libre y del código abierto). Da la impresión de que podrían ser aliados necesarios para una más honda inserción de la economía social en la sociedad del conocimiento.

Por lo tanto, y confirmando la hipótesis inicial expresada en la introducción, la cultura precisaría de la cooperación para ganar en escala y abrir mercados, y el cooperativismo precisaría de la innovación y creatividad para posicionarse ante el futuro.

Alguna de las circunstancias y retos que comparten, grosso modo, el sector cultural y el mundo cooperativo, donde intersectan sus universos, es en su **orientación social** (primacía de las personas sobre el lucro), en su enraizamiento territorial y escasa deslocalización (más acentuado en las cooperativas), en su propensión a colaborar, sea el trabajo en red de la cultura o la intercooperación en la economía social, en el difícil acceso a financiación y en la mejorable formación en emprendimiento y gestión económica.

Para optimizar esos vínculos y parentelas y lograr una mayor compenetración entre ambas esferas, la cultural y la cooperativa, se fueron apuntando algunas **medidas**:

- La primera que destacaremos es la necesidad de diseñar **políticas conjuntas** desde los diferentes departamentos del ámbito institucional. Siguiendo el ejemplo andaluz, convendría concertar líneas de trabajo en común desde el área cultural (AGADIC) y de la economía social (Consellería de Trabajo), con la concurrencia de las uniones de cooperativas y asociaciones profesionales y empresariales de la cultura. La presencia de algún ente con competencias en financiación empresarial (IGAPE) permitiría dotar de mayor solidez y viabilidad a las propuestas resultantes.
- También las **uniones y federaciones de cooperativas**, siguiendo la estela del ejemplo andaluz, podrían desarrollar un trabajo propio de intensificación de los contactos con el ámbito cultural, fomento de la colaboración entre ambas esferas, promoción del cooperativismo en aquel campo, apertura de líneas de intercooperación entre las cooperativas culturales, o entre estas y cooperativas de otros sectores (en formato feria o ronda de negocios), etc. UGACOTA y la Federación de Cooperativas SINERXIA ya han dado pasos en esa dirección. Además de las líneas ya mencionadas en el informe, desde SINERXIA se está fomentando el contacto con el campo cultural a través de diversas acciones, como la organización de jornadas de promoción del cooperativismo dirigidas a estudiantes universitarios, o la puesta en marcha de talleres de dinamización cooperativa específicos para el campo cultural.
- Entre las acciones que se desarrollan cabría destacar el lanzamiento de **campañas de divulgación de la economía social en el ámbito cultural**, y comenzar por los centros de enseñanza artística. Una de las claves sería mostrar ejemplos tangibles, con la presencia de emprendedores que expliquen su itinerario empresarial. Otros ámbitos objetivos para la difusión de las campañas serían las asociaciones y colectivos culturales (como en Proyecto Lunar) y el difuso mundo de la cultura colaborativa, es decir, espacios de coworking, comunidades digitales creativas, etc. En el caso particular de Galicia convendría estar atento al denso tejido asociativo de nuestro rural y de nuestros pueblos. Iniciativas de protección del patrimonio, de recuperación de folclore y tradiciones, y en general de puesta en valor de la etnografía local, podrían ser un excelente caldo de cultivo para la promoción del cooperativismo, en línea con la experiencia andaluza de la "Red CIE". No en vano, muchas cooperativas culturales han surgido a partir de asociaciones previas.
- También se podría seguir la senda de las líneas de emprendimiento citadas en el informe, prestando un **servicio integral de apoyo a los emprendedores**. Tomando de nuevo como ejemplo el Proyecto Lunar, no se debería esperar pasivamente a que se vayan conformando iniciativas de cooperativismo cultural, sino que habría que diagnosticar el potencial cooperativo en sectores, territorios, comunidades digitales, colectivos y espacios culturales,

para a continuación realizar campañas informativas entre esos públicos, ofrecer servicios de formación, identificación de oportunidades de negocio, elaboración del plan de empresa, financiación, alojamiento y seguimiento en los primeros ejercicios, y finalmente fomentar la creación de redes empresariales locales y clústeres.

- En un hipotético apartado financiero, habría que **desarrollar desde las administraciones públicas productos financieros de riesgo para la cultura**, ya que la banca convencional no los ofrece. De este modo se podría aminorar la dependencia de los agentes culturales de la subvención pública. En la SODEC del Quebec, la homóloga de la AGADIC gallega, existe una comisión temática sobre financiación de las empresas culturales que dispone de un pequeño banco para créditos y avales. Otras iniciativas financieras ajustadas a las necesidades del cooperativismo cultural podrían ser los microcréditos (como en los casos de Sou Mais o Melkart) o las aportaciones reintegrables (como en el ICEC catalán). Por fortuna, el mundo cooperativo tiene sus propias herramientas, como FIARE o COOP57, aunque con una dimensión modesta que no le permite afrontar todos los requerimientos financieros de las entidades culturales.
- En cuanto al **ámbito legislativo**, destacan tres ejemplos: el reconocimiento en la legislación portuguesa de las especificidades de las cooperativas culturales, la existencia de cooperativas público – privadas, también en Portugal, para la provisión de servicios de utilidad pública (las llamadas Régies Cooperativas) y la reciente creación de la figura de la cooperativa de impulso empresarial en Andalucía, y que tan buenos frutos está generando.
- Pero también habría que incorporar propuestas relativas al **fomento de la creatividad en las cooperativas mediante la colaboración con agentes culturales**. En ese sentido, alguna clase de convocatoria (premio o beca) a la innovación cooperativa, con estadias de profesionales de las artes y la creación para desarrollar un proyecto tangible de mejora, podría ser un excelente acicate que propiciara un mayor conocimiento mutuo entre ambos mundos.
- Y, vistas las necesidades formativas de ambos mundos, fundamentalmente en áreas como el emprendimiento, la gestión empresarial y la innovación, no se debería descartar la **puesta en marcha de programas formativos específicos**, como los impulsados por FAECTA y la Fundación Innoves en Andalucía.

Amén de las propuestas genéricas que acabamos de enunciar, existen algunas otras **sugeridas por las cooperativas culturales gallegas** en el cuestionario que les remitimos en su día. Son las siguientes (omitimos aquellas ya incorporadas en la relación anterior):

- Ayudas específicas al cooperativismo cultural.
- Asesoramiento profesional en gestión cultural y gestión empresarial.
- Formación en gestión cultural.

- Contratación pública prioritaria de las cooperativas.
- Creación de una cooperativa de segundo grado para estimular la colaboración entre cooperativas culturales, diseñar programaciones conjuntas, impulsar circuitos, etc.
- Realizar ferias de la economía social.
- Promover la intercooperación entre cooperativas culturales y de otros sectores.

Y finalizamos con una **reflexión**. El control del mercado cultural de masas por grandes grupos multinacionales que persiguen una determinada tasa de ganancia deja huecos sin atender para proyectos de proximidad que cuiden e impliquen a los públicos. Tanto los pequeños proyectos de economía social como los agentes culturales locales pueden aprovechar esa oportunidad, velando de paso por la diversidad cultural. Obviamente, esto no obsta para que desde la cultura y la economía social se puedan acometer proyectos de gran dimensión presupuestaria y de escala internacional. Simplemente dejamos constancia de que existe un mercado potencial y una coyuntura que, con apoyos inteligentes y selectivos, puede ser propicia para la creación de riqueza y empleo. Y la alianza entre cultura y cooperativismo puede ser la llave maestra que sostenga una estrategia a ese respecto.

8. Agradecimientos

Para la realización de este estudio se ha contado con las estimables aportaciones de las siguientes personas y entidades, a las que el equipo de redacción desea agradecer especialmente:

- ABACUS
- Agustín Mendiola, ERKIDE, Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Enseñanza y Crédito de Euskadi
- Alberto Ponti
- Alexandra Fonseca, ConsulArte, Assessoria Legal
- Alfredo Vela, IESMED (Innovació i Economia Social em la Mediterrània)
- Ana Lorenzo, Cidadanía, S. Coop. Galega
- Ángel Mestres, Tránsit Projectes
- Cristina Salvador, aPortada
- CASES (Cooperativa António Sérgio para a Economia Social)
- Carlos Rey, REAS (Red de Economía Alternativa y Solidaria)
- Eduard Miralles, Fundació Interarts
- Esteban González, FIARE Galicia
- Felipe G. Gil, Zemos 98
- Félix Lozano, TeamLabs
- Floren Cabello, Universidad de Málaga
- Jaron Rowan
- Javier Brun, Fundació Interarts
- Jordi Marí, IESMED (Innovació i Economia Social em la Mediterrània)
- José Luis Henarejos, CEPES
- José María Lama, + Magín
- Manuel Adame, FIARE Galicia
- Mar Osuna Vargas, CreaCultuLabs
- Mar Pernas, UGACOTA
- Marián Abrines, aPortada
- Óscar García Jurado, COOP57 Andalucía
- Pilar López Alves de Amorín, SINERXIA
- Pilar Alves, SINERXIA
- Raimón Gassiot Ballbé, Coop57 Catalunya
- Ramón Carmelo Rodríguez Padín, SINERXIA
- Remedios Aceña, HISPACCOOP
- Roberto Gómez de la Iglesia, c2+i
- Susana Marques, Setepés
- Xavier Marcé, Focus

Anexos

A. Directorio de cooperativas culturales

B. Fuentes de información

A. Directorio

NOMBRE	PAÍS	CCAA	WEB	TIPO COOP
ARTES ESCÉNICAS				
A BARRACA	PORTUGAL		www.abarraca.com	CRL
ASTRAGALI TEATRO- EUFONIA SCRL	ITALIA		http://www.astragali.org	TRABAJO ASOCIADO
CERCHIO DICE GESSO	ITALIA		http://www.cerchiodigesso.it/	TRABAJO ASOCIADO
CIRCOLANDO	PORTUGAL		http://www.circolando.com	CRL
COMPANYIA D'ESPECTACLES PALA SUCAT	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.pasucat.cat/la-companyia	
COOP CULTURELLE DU VIEUX-BELOEIL	CANADÁ		http://coopvieuxbeloeil.org/	SERVICIOS
COOPERATIVA CULTURALE IL MACELLO	SAN MARINO		http://www.assoziazionedonchisciotte.org/collegamenti/macello.htm	
COOPERATIVA DE TEATRO	BRASIL		http://www.cooperivadeteatro.com.br	
COOPERATIVE ASSOCIATION FUERE ARTS AND EDUCATION-KHAYAL	LÍBANO		http://www.khayal.org/en/	TRABAJO ASOCIADO
GARAJISTANBUL	TURQUÍA		http://www.garajistanbul.org/	TRABAJO ASOCIADO
KOREJA SOC. COOP. A R. L.	ITALIA		http://www.teatrokoreja.com	TRABAJO ASOCIADO
L'ESTAQUIROT TEATRE	ESPAÑA	CATALUÑA	estaquirot@estaquirot.com	
ANAGUSTIN KULTURGUNEA	ESPAÑA	EUSKADI	http://www.sanagustinkulturgunea.net	
SHAMS	LÍBANO		www.shamslb.org	SD
TEATRO O BANDO	PORTUGAL		http://www.obando.pt/pt/	
TERRE DE PAROLES	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.terredeparoles.coop/	
RAD BALLS	PORTUGAL		http://www.tradballs.pt/	
ARTES PLÁSTICAS				
AK LICH	ALEMANIA		http://kulturgenossenschaft-lich.de/chronologieder-genossenschaftsgrundungstagn-122012/ak-kulturgenossenschaft-lich/	TRABAJO ASOCIADO
CITY ART	ESTADOS UNIDOS		http://www.cityartgallery.org	SERVICIOS
CITY ARTS COOPERATIVE	ESTADOS UNIDOS		http://www.cityartscooperative.com/	SD
FORUMBOX	FINLANDIA		http://www.forumbox.fi/en	TRABAJO ASOCIADO
HISTORIETISTAS Y ARTES VISUALES	MÉXICO		http://www.lacoperacha.org.mx/historietistas.php	TRABAJO ASOCIADO
KULTUR GENOSSENSCHAFT	ALEMANIA		http://www.kulturgenossenschaft.de/de	TRABAJO ASOCIADO
HE SHOPPE BX	ESTADOS UNIDOS		http://theshoppebx.com	TRABAJO ASOCIADO
TINGATINGA	TANZANIA		http://www.tingatinga.org/	
AUDIOVISUAL				
ÁFRICA MOSTRASE- MUESTRA DE CINE Y CULTURA AFRICANA (EN CONSTRUCCIÓN)	PORTUGAL		http://ppl.com.pt/pt/prj/africamostrase2014	TRABAJO ASOCIADO
CHISPEROS DEL SUR	ARGENTINA		http://i4076.wix.com/chisperosdelsur	TRABAJO ASOCIADO
CINÉMA QUERFELD	SUIZA		http://www.querfeld-baseL.ch/cine-querfeld/	SD
CLARABOIA	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.claraboia.coop	TRABAJO ASOCIADO

Cooperativismo y cultura: una alianza necesaria

NOMBRE	PAÍS	CCAA	WEB	TIPO COOP
COOP VIDÉO DE MONTRÉAL	CANADÁ		http://www.coopvideo.ca/	
DRAC MÀGIC CULTURA AUDIOVISUAL	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.dracmagic.cat/ca/qui-som/	SD
ISLAND MEDIA ARTS COOPERATIVE	CANADÁ		http://islandmedia.pe.ca/	
KAMA COOPERATIVA	ITALIA			
M. 30 M ARTE Y ENTRETENIMIENTO	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://www.m30m.com	
MEERKATMEDIA	ESTADOS UNIDOS		http://meerkatmedia.org/	TRABAJO ASOCIADO
MISTOS	ESPAÑA	COMUNITAT VALENCIANA	http://www.mistos.es	TRABAJO ASOCIADO
PHOTON	BRASIL		http://photoncooperativacultural.wordpress.com/	TRABAJO ASOCIADO
PRODUCCIONES NECESARIAS	ESPAÑA		http://www.produccionesnecesarias.com/	TRABAJO ASOCIADO
STOCKSY	CANADÁ		http://www.stocksy.com/	TRABAJO ASOCIADO
THE FILM MAKERS COOPERATIVE	ESTADOS UNIDOS		http://film-makerscoop.com/	SD
DISEÑO Y COMUNICACIÓN				
LEFT HAND MEDIA COOP	CANADÁ		http://lhmc.ca	TRABAJO ASOCIADO
BRIERWOOD DESIGN	CANADÁ		http://www.stocksy.com/	TRABAJO ASOCIADO
ARTEMAN KOMUNIKAZIOA	ESPAÑA	EUSKADI	http://arteman.org/es/	
EDITORIAL				
A INVERTA - COOPERATIVA DE TRABALHADORES EM SERVIÇOS EDITORIAIS E NOTICIOSOS LTDA	BRASIL		http://inverta.org/cooperativa	TRABAJO ASOCIADO
BLUE STOCKINGS	ESTADOS UNIDOS		http://bluestockings.com/	TRABAJO ASOCIADO
COMMONWEALTH BRAILLE & TALK COOPERATIVE	CANADÁ		http://www.cbtbc.org/	SERVICIOS
CULTURA21 – TIGRE DE PAPER EDICIONS	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.tigredepaper.cat	TRABAJO ASOCIADO
CULTURE PRINT	PORTUGAL		http://www.cultureprint.pt.vu/	SD
FIERCE INK PRESS	CANADÁ		http://fierceinkpress.com	
LA BONDIOLA	ARGENTINA		http://www.labondiola.com/bienvenidos.cfm	TRABAJO ASOCIADO
LA CIUTAT INVISIBLE	ESPAÑA	CATALUÑA	http://laciutatinvisible.coop/	TRABAJO ASOCIADO
LA EXTRA-VAGANTE LIBROS	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://www.laextravagante.com/	TRABAJO ASOCIADO
MALVERN BOOK COOPERATIVE	REINO UNIDO		http://malvernbook.coop/	SERVICIOS
OUTRO MODO- COOPERATIVA CULTURAL, CRL	PORTUGAL		http://pt.monediplo.com/spip.php?article70	TRABAJO ASOCIADO
TALLER LEÑATEROS	MÉXICO		http://www.tallerlenateros.com/	TRABAJO ASOCIADO
THE BIG IDEA BOOKSTORE	ESTADOS UNIDOS		http://thebigideapgh.wordpress.com/	SERVICIOS
THE CULTURE CO-OP	ESTADOS UNIDOS		http://www.cultureco-op.com/	TRABAJO ASOCIADO
THE OBERLIN BOOK COOPERATIVE	ESTADOS UNIDOS		http://www.bookcoop.org/	SERVICIOS

NOMBRE	PAÍS	CCAA	WEB	TIPO COOP
TINTA INVISIBLE EDICIONS	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.gravat.com/ca/qui-som	TRABAJO ASOCIADO
UMBRELLA BOOK COOPERATIVE	REINO UNIDO		http://www.umbrellabookcoop.co.uk/	TRABAJO ASOCIADO
WASHINGTON COUNTY COOPERATIVE LIBRARY SERVICES	ESTADOS UNIDOS		http://www.wccls.org	SERVICIOS
GASTRONOMÍA				
WOMEN'S AGROTOURISM COOPERATIVE OF VARVARA	GRECIA		http://en.mountathosarea.org/portfolio-posts/dryades-womens-agrotourism-cooperative-of-varvara/	TRABAJO ASOCIADO
MODA				
COOPERATIVA DE DISEÑO	ARGENTINA		http://www.cooperativadedisenio.com/	TRABAJO ASOCIADO
ROYAH DESIGNS	AFGANISTÁN		http://www.royah.org/	TRABAJO ASOCIADO
MÚSICA				
BLOCK RECORDING CLUB	CANADÁ		http://www.blocksblocksblocks.com/	TRABAJO ASOCIADO
COOPERATIVA DE MÚSICA	BRASIL		www.cooperativademusica.com.br	
CULTURE COOPERATIVE UULU	FINLANDIA		http://www.uulu.fi/en	TRABAJO ASO
DEEP ROOTS MUSIC COOPERATIVE	CANADÁ		http://www.deeprootsmusic.ca/cooperative.php	TRABAJO ASOCIADO
EL ABRIDOR	ARGENTINA		www.elabridor.com.ar	TRABAJO ASOCIADO
INTERNEXTERNE	FRANCIA		http://www.internexterne.org/iex/	
KATXIPORRETA KOOP. ELK.	ESPAÑA	EUSKADI	http://www.katxiporreta.com/	
MILTON KEYNES MUSIC COOPERATIVE	REINO UNIDO		http://www.mkmusiccoop.com/	TRABAJO ASOCIADO
MUSICAT	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.musicat.cat/	
PRAPAGANDA-PELFET	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.propaganda-piel-fet.cat	
RYTMISKE AFTENSKOLE	DINAMARCA		http://www.rytmiskcenter.dk/	
SERVISO, S.C.C.L.	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.webserviso.com	TRABAJO ASOCIADO
TRES BRANQUES	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.tresbranques.cat	TRABAJO ASOCIADO
VISUAL SONORA	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.visualsonora.cat/	TRABAJO ASOCIADO
PATRIMONIO				
ANTROPOLOGICA, SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://www.antropologica.net/	
COOPERATIVA CULTURAL ROCAGUINARDA	ESPAÑA	CATALUÑA	http://rocaguinarda.org/	TRABAJO ASOCIADO
COOPÉRATIVE DE DÉVELOPPEMENT CULTUREL ET PATRIMONIAL DE MONT-CARMEL	CANADÁ			
RECOOP	ALEMANIA		http://www.recoop.com.mt/	SERVICIOS
SOCIOCULTURAL				
ELECTRIC PICTURE HOUSE ARTISTS COOPERATIVE	REINO UNIDO		http://www.electricpicturehouse.com	
RECREA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://www.gruporecrea.es/	
SANTS.COOP	ESPAÑA	CATALUÑA	http://sants.coop	

Cooperativismo y cultura: una alianza necesaria

NOMBRE	PAÍS	CCAA	WEB	TIPO COOP
VARIOS				
ARROW SEED	CANADÁ		http://arrowseed.ca/services/	
ART [O] LA COOP CRÉATIVE	CANADÁ		http://www.cooparto.com/	
ARTIST RESIDENCE KATTILAKOSKI	FINLANDIA		http://artistresidencekattilakoski.wordpress.com/	
BISTRO IN VIVO	CANADÁ		http://www.bistroinvivo.coop/	TRABAJO ASOCIADO
CAFÉ CAMBIO COOPÉRATIVE DE TRAVAIL	CANADÁ		http://cooplesousbois.wordpress.com/	
CÓDIGO CULTURAL	ESPAÑA		http://www.codigocultural.org	
COOP BREIZH	FRANCIA		http://www.coop-breizh.fr/index.php	
COOPERATIVA CULTURAL DE FÃO	PORTUGAL			
COOPERATIVA CULTURAL LA BONDIOLA	ARGENTINA		http://www.labondiola.com/bienvenidos.cfm	
COOPERATIVA CULTURAL POPULAR BARREIRENSE, C.R.L.	PORTUGAL			
COOPERATIVA CULTURALE LA CANTINA DELLE ARTI	ITALIA		http://www.lacantinadellearti.it	
CULTURA 03	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.cultura03.com/	GRUPO DE COOPERATIVAS
EPICERIE COOPÉRATIVE, CULTURELLE ET SOLIDAIRE	FRANCIA		http://www.lechampcommun.fr/	
L'ATELIER À SPECTACLE	FRANCIA			
LA CAE CLARA	FRANCIA		http://www.cae-clara.fr/hombre	TRABAJO ASOCIADO
LA COOPÉRATIVE DES TRAVAILLEURS ET TRAVAILLEUSES DU CAFÉ CAMPUS	CANADÁ		http://www.cafecampus.com/	TRABAJO ASOCIADO
LA COOPÉRATIVE MÉDUSE	CANADÁ		http://www.meduse.org/fr/	
LA ESPIRAL	CUBA			TRABAJO ASOCIADO
LA MOTA EDICIONES	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://lamotaediciones.wordpress.com	
LA SELECTA	ECUADOR		http://www.laselecta.org	ENSEÑANZA
LLIBRERIA LA GRALLA	ESPAÑA	CATALUÑA	http://www.llibreriaagralla.cat/	TRABAJO ASOCIADO
MANDACARU COOPERATIVA DE INTERVENÇÃO SOCIAL E CULTURAL	PORTUGAL		http://coop-mandacaru.blogspot.com.es/p/contactos_04.html	
PRIMA FOLIA – COOPERATIVA CULTURAL, CRL	PORTUGAL		http://www.primafolia.blogspot.com/	
RARA	REINO UNIDO		http://r-a-r-a.com	TRABAJO ASOCIADO
SMARTFR. COOPÉRATIVE DE GESTION DE PROJETS ARTISTIQUES ET CULTURELS	FRANCIA		http://www.smartfr.fr	SERVICIOS
SOM ESPECTACLES CULTURAL BERGUEDANA, SCCL .	ESPAÑA	CATALUÑA		TRABAJO ASOCIADO
TRAMALLOL	ESPAÑA		http://www.tramallol.cc/	

Cooperativismo y cultura: una alianza necesaria

NOMBRE	PAÍS	CCAA	WEB	TIPO COOP
TUMAST (COOPÉRATIVE POUR LA PROMOTION ET LA SAUVEGARDE DU PATRIMOINE CULTUREL MATÉRIEL ET IMMATÉRIEL TOUAREG)	MALI		http://tumast.com/objectif/	
UTOPIAN	ESPAÑA	EUSKADI	http://www.utopiangetxo.com	
GESTIÓN CULTURAL				
ARTEFACTS	FRANCIA		http://artefacts.coop/	TRABAJO ASOCIADO
ARTEZ	ESPAÑA	EUSKADI	http://www.artez.net	
CENTRO CULTURAL DE LA COOPERACIÓN FLOREAL GORINI	ARGENTINA		http://www.centrocultural.coop	
COOPÉRATIVE CULTURELLE MULTIMÉDIA JAMANA	MALI			
FACCENDO ESTRATEGIAS CULTURALES	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://faccendo.net/	
GESTO COOPERATIVA CULTURAL	PORTUGAL		http://www.gesto-coop-cultural.pt/	
INPULSE	ESPAÑA	ANDALUCÍA	http://www.inpulse.pro/	COOPERATIVA DE IMPULSO EMPRESARIAL
LA BASE – COOPÉRATIVE CULTURELLE	FRANCIA		http://www.groupeanonyme.org/la-base	
PROMOTORA CULTURAL ARTGENT – ESPAI ST3	ESPAÑA	CATALUÑA	http://artgentcultura.com/	
SASSAFRAS CENTER	ESTADOS UNIDOS		http://www.cooperativeculture.org	ENSEÑANZA
COOPERATIVA CULTURAL ROSARIO	ARGENTINA		http://cooperativaculturalrosario.blogspot.com.es/	
COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ CULTURELLE DU VIEUX-BELOEIL	FRANCIA		http://coopvieuxbeloeil.org/	
NEDJIMA	ARGELIA		http://www.orientalement.com/l238-lees-compagnonsde-nedjma.html	

B. Fuentes de información

- Anna Lindh Foundation
- Arts and Business
- Arts Council
- Asociación de Mujeres Empresarias Cooperativas de Andalucía
- Canadian worker coop-federation
- Confederação Cooperativa Portuguesa
- Consello Galego de Cooperativas
- Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES)
- Cooperative News
- Cooperatives de Treball de Catalunya
- European Research Institute on Cooperative and Social Enterprises
- Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Enseñanza y Crédito de Euskadi – ERKIDE
- Ford Foundation
- Innoves Cultura
- International Co-operative Alliance
- Lab for Culture
- NYC Worker Cooperative Business Association
- Portal de Economía Solidaria
- Ranking de empresas de Economía Social. Confederación Empresarial Española de Economía Social – CEPES
- The Cooperative
- The US Small Business Administration
- UGACOTA
- UK Coop
- Coopmunicando
- Intercooperar

Artículos de interés:

- Libro Blanco del Cooperativismo en Galicia, Consello da Cultura Galega
http://www.cooperativasdegalicia.com/imagenes/descargas/200406171705060.Libro_Blanco_Cooperativas.pdf
- Exploring The Co-Operative Economy
http://euricse.eu/sites/euricse.eu/files/wcm2013_web_0.pdf

- CEPES. Cuadernos De Economía Social
http://www.cepes.es/publicacion_cepes=73
- NY Times
http://www.nytimes.com/2014/04/20/opinion/sunday/a-way-for-artists-to-live.html?_r=0
- ¿Por qué trabajar con una galería cooperativa?
<http://www.reddotblog.com/wordpress/index.php/worthwhile-showing-art-co-op-gallery/>
- Cooperland
http://wiki.cooperland.org/index.php?title=Main_Page
- Manual do Cooperado. Cooperativa Cultural Brasileira
http://www.coopcultural.org.br/web/emanager/documentos/upload_/Manual%20do%20Cooperado.pdf
- Histórias Cooperativas (BRASIL)
http://srvrepositorio.brasilcooperativo.coop.br/arquivos/gecom/historias_cooperacao_2014.Pdf
- Cooperativa Paulista de Teatro (Brasil)
<http://www.cooperativadeteatro.com.br/cooperativas-culturais-agora-estao-isentas-depiscofins/>
- Passado e presente do cooperativismo português. Regime Jurídico (João Salazar Leite, 2011)
http://www.cases.pt/0_content/actividades/Seminar_confer/conferencia_argentina.pdf
- El cooperativismo en Galicia (Xunta de Galicia, 2012)
http://www.cooperativasdegalicia.com/docs/Cooperativismo_GAL_final_web_121026.pdf
- Guía de promoción do cooperativismo cultural (Federación de Cooperativas SINERXIA)
<http://www.cooperamais.org/index.php/es/estudos-do-proxecto-coopera/finish/83-dcoumentacion-tematica-complementaria/360-guia-de-promocion-do-cooperativismocultural/>
- Cooperativas de Galicia: Informe de Síntese 2010 (María Rosario Babío Arcay e Manuel Jordán Rodríguez, 2013; Xunta de Galicia)
http://www.cooperativasdegalicia.com/pesga/docs/sintese/Informe_cooperativas_2010_marcadores_.pdf

- Legislação de Cooperativas. Coletânea Histórica (CASES, 2012)
<http://www.bibliotecaantoniosergio.pt/legislacao.html>
- Manual de Cooperativismo e Autoemprego (Consello Galego de Cooperativas)
http://www.cooperativasdegalicia.com/docs/manual_autoemprego.pdf
- Consellería de Traballo e Benestar. Memoria 2013 (Xunta de Galicia, 2014)
http://traballo.xunta.es/export/sites/default/biblioteca/documentos/publicacions/Memoria_2013.pdf
- O sector cultural en Galicia: entre a penuria das políticas e a adolescencia dos mercados (Marcos Lorenzo, en "INFORME GALICIA 2010": Atlántica de Información e Comunicación de Galicia, 2010)
<http://enseres.files.wordpress.com/2013/09/cultura-informe-galicia-2010.pdf>
- Contexto e dinámica cultural de Galicia (Marcos Lorenzo, en revista Grial, nº 194: Editorial Galaxia, 2012)
<http://enseres.files.wordpress.com/2013/09/12-1-marcos-lorenzo-grial-194.pdf>
- Las cooperativas culturales: entre el arte y la rentabilidad. Estudio de las cooperativas juveniles de bellas artes en Puerto Rico (Ruth E. Torres Hernández)
https://www.academia.edu/4272854/Tesis_Completa_Ruth
- Cooperativas de Interesse Público em Portugal (João Salazar Leite, 2011; CASES)
http://www.cases.pt/0_content/actividades/doutrina/cooperativas_de_interesse_publico_em_portugal.pdf
- Economía Social, Nuevos Yacimientos de Empleo y Desarrollo Local (Dir: Roberto Gómez de la Iglesia, 2002; Xabide)
- Música para camaleones. El black album de la sostenibilidad cultural (Dir: Ángel Mestres, 2012; Tránsit Projectes)
http://issuu.com/transitprojectes/docs/9-mpc_bookcompleto_baja
- Innovación en cultura: una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto (Clara Piazuelo Lamote de Grignon, 2008; YProductions)
http://www.conexionesimprobables.es/docs/LIT_INNOVACION%20EN%20CULTURA_YP_final.pdf

- Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural (Jaron Rowan, 2010; Traficantes de Sueños)
<http://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Emprendizajes%20en%20cultura-TdS.pdf>
- Manifiesto Crowd. La empresa y la inteligencia de las multitudes (Antonio Gutiérrez – Rubí, Juan Freire, 2013; Laboratorio de Tendencias)
http://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2013/03/manifiesto_crowd.pdf

La traducción de este informe al
castellano ha sido sustentada
por BenCuriosa

<http://bencuriosa.gal>

galicia

