

....”*El mundo es tan vasto que comenzaré a investigar por el país que conozco mejor. Pero mi país es tan grande que será mejor que comience con mi ciudad. Aunque mi ciudad también es enorme. Será mejor que principie por mi calle , no... por mi hogar, no,,por mi familia No importa,...comenzaré por mi mismo”*

Elie Wiesel

Nuevos nichos de ocupación en el sector de la cultura. La experiencia del caso de los museos de San Juan (Argentina) y la gestión de Sociedades Musicales en Valencia (España)*.

Jorge Arredondo (Universidad de San Juan)
Pau Rausell-Köster (Universidad de Valencia)
Salvador Carrasco-Arroyo (Universidad de Valencia)
Enric Fombuena-Borràs (Universidad de Valencia)

1. Introducción

No resulta descubrir ningún secreto hacer notar que las actividades culturales, en las sociedades occidentales y desarrolladas, constituyen un sector de demanda creciente con fuertes implicaciones en la calidad de vida de los ciudadanos, y cada vez más, con un mayor impacto económico en términos de renta y ocupación.. Incluso la política cultural se convierte ya en una dimensión más de las estrategias de desarrollo. Así en Iberoamérica se está generando todo un proceso de reflexión sobre la importancia de la cultura y por tanto de las políticas culturales. *La cultura es generadora de sentidos y significados, y conformadora de identidades. Pero también lo es de bienestar y riqueza, y es una actividad dinamizadora de la economía. Además, tiene un papel clave en los procesos de desarrollo endógeno, basados en las propias potencialidades de las naciones y las regiones. Desde este punto de vista, la cultura no debe estar vinculada solamente a las dinámicas propias de los mercados, sino también y de manera fundamental, a las políticas de desarrollo*¹. Aunque aún no constituyen en ningún caso sectores contablemente diferenciados (en términos de contabilidad nacional), algunos estudios apuntan a que una definición genérica de “cultura y ocio” podía ya significar más del 3 o el 4% de PIB en países como España.

Las características de la ocupación en el sector de la cultura, además, incorporan elementos que cabe considerar: a) en primer lugar la ocupación en el sector de la cultura

* Este artículo ha sido elaborado en el marco de colaboración del acuerdo entre la Universidad de San Juan (Argentina) y el Área de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura de la Universidad de València (España)

¹ Declaración de Lima de la V Conferencia Iberoamericana de Cultura. La Declaración completa se puede encontrar en <http://www.oei.es/vcult.htm>

incorpora las más de las veces aspectos creativos muy gratificantes desde el punto de vista del desempeño laboral. b) la articulación laboral en el sector de la cultura permite formas de ocupación en microempresas de carácter cooperativo, autogestionario, participativo, etc.. c) la empresas culturales son intensivas en mano de obra, d) la actividad cultural no sólo no es depredadora del medioambiente sino que muchas veces implica la valoración de elementos patrimoniales.

En general, la creación, producción, distribución, consumo y conservación de formas simbólicas puede constituir un elemento básico en la configuración de los sistemas económicos territoriales (Rausell, Carrasco et al., 2002), y las actividades culturales pueden contribuir a la economía en tres sentidos:

-Las actividades culturales son también actividades económicas, que aportan valor añadido, que generan ocupación.

-Estas actividades pueden favorecer las decisiones de localización en el territorio considerado de otras actividades económicas o de profesionales cualificados.

-en ocasiones por su efecto polarizador sobre otras actividades, muy especialmente en el caso de las industrias culturales.”²

Los sectores culturales y de ocio han mostrado tasas de crecimiento y de generación de ocupación muy superiores a la media del resto de la economía Española (Carrasco y Rausell, 2001).

Todas estas características han provocado que la cultura se convierta en un sector de atención pública prioritario y muy atractivo desde el punto de vista de las políticas de empleo. En atención a este interés creciente, presentamos en el presente artículo dos estrategias singulares de creación de nuevos nichos de ocupación en el sector de la cultura. La primera se refiere a las potencialidades de la creación de microempresas alrededor de los museos de San Juan y la segunda tiene que ver con la profesionalización de la gestión de las Sociedades Musicales en la Comunidad Valenciana de España.

2. La gestión de museos en la estrategia empresarial: El caso de San Juan (Argentina)

En los últimos años, a causa del desarrollo tecnológico de las comunicaciones y del transporte de pasajeros, y como reflejo del cambio en las pautas de consumo a nivel mundial, se ha incrementado la movilidad espacial y con ella, la demanda de nuevos ambientes para satisfacer nuestro tiempo de ocio.

Entre ellos están los museos, destinados a ocupar un lugar preponderante, ya que suelen ser el atractivo tras el cual se moviliza un gran sector de personas y por ende, base para desarrollar la industria del turismo, una de las más rentables en el mundo moderno por generar mayores encadenamientos económicos.

² Baró, E., Bonet, L., 1997.

En forma concurrente, despiertan interés no solo para aquellos entendidos en las colecciones que contienen para apreciarlas sino también, generan otro tipo de actividades que superan ampliamente a la mera contemplación. Esto nos permite de alguna forma revalorizar a esta organización, dotándola con características individuales tan poderosas que en algunos casos su participación como vector de demanda puede destacarse entre otras actividades de recreación o las típicas de la materia turística.

En este marco el Museo se ha convertido en un factor importante del mercado cultural. Dejó de ser un lugar distante, intocable para ser demandado como un espacio de diálogo e interacción. Para que funcione como tal es necesario que cambie su organización, estructura, medios de financiamiento, formas de dirección, etc. Tarea no fácil desde el momento que la legislación vigente, nacional y provincial que norman su accionar, se esfuerza en mantener el *statu quo* para este tipo de Organismos y esto sin profundizar en otro tipo de apoyos mas fundamentales como lo son el financiamiento.

Por otro lado, estos nuevos espacios ofrecen para las pequeñas empresas puntos de localización que les permitan acceder a nichos de producción y servicios aun no ocupados por la empresa monopólica. Logrando que un grupo importante de población mejore sus condiciones de vida y de trabajo.

No obstante para que la microempresa pueda aprovechar tales nichos como también el museo obtener una fuente de recursos genuina, resulta necesario generar un espacio de interacción y coordinación entre ellos.

Tal espacio de interacción solo es posible en la medida en que se haga carne, en especial en los actores directamente involucrados, en que ambas actividades no tienen que funcionar como compartimentos estancos, sino vinculados a través de la conformación de circuitos, llámense culturales para aquellos que se sitúan en la vereda de los museos, llámense económicos para los que lo observan desde los negocios.

El escenario que permitió elaborar estas hipótesis es la provincia de San Juan, situada en la zona centro-oeste de Argentina en América del Sur. Tiene una superficie aproximada de 93.000 km² dónde predominan en gran parte de su extensión los cordones montañosos. En su conformación, se distinguen valles tales como Calingasta, ValleFértil, Iglesia, Tulum siendo este último el de mayor concentración poblacional conteniendo aproximadamente el 90% del total de la población que está estimada en 578.504 habitantes para el año 2000 representando el 1,8% del total nacional.

La industria mas importante de la provincia es la vitivinicultura y sus derivados (jugos concentrados, jugos de uva, mostos, vinos finos, uva en fresco y pasas), al punto tal de colaborar con el 39 % del total de la producción nacional además de la de otros cultivos de exportación como el ajo, la cebolla y espárragos. Sus montañas, ocupan las dos terceras partes de su territorio y representan un gran potencial por las condiciones de inversión que ofrece y que en los últimos años se viene desarrollando, con especial interés en minerales como el oro en el Departamento Iglesia (Valle del Cura – Veladero) y el cobre en el Departamento Calingasta (El Pachon- uno de los mayores yacimientos del país) y otros.

Desde el punto de vista de los asentamientos poblacionales, resulta importante advertir que se agrupan en el centro de cada uno de los valles destacándose, una gran concentración en el Valle del Tulum otros asentamientos importantes en un radio de treinta kilómetros y luego otros situados en la periferia y en radios superiores a los cien kilómetros.

Esto último es importante de destacar, dado que por las características ambientales, predomina el clima propio de las mesetas y como factor predominante en general entre los radios mencionados, no cuentan con poblaciones importantes lo que de alguna manera puede influir en la elección del visitante. Esto de alguna manera tiende a reforzar la idea que los museos pueden ofrecer un nuevo atractivo a los existentes, incluso con su propia demanda compitiendo con otros espacios de ocio.

Esta forma de presentar a los museos, en un escenario de competencia con capacidad suficiente para formar parte activa de los circuitos económicos, no obstante tener el papel de utilero es decir, interactuando en una dimensión menor, la de los microemprendedores,; solo es posible si hay una efectiva toma de conciencia por parte no solo del sector vinculado a las inversiones sino también de la comunidad, de la necesidad de cambio que requieren estas Instituciones.

Como puede observarse en la distribución que tienen los museos en la provincia, solo diez departamentos, de un total de diecinueve tienen un espacio destinado a museo. Esto en modo alguno significa la inexistencia de piezas de valor arqueológico, etnográfico, histórico, costumbrista sino la falta de preocupación por estimular este tipo de actividades por causas en las cuales el estado es el principal responsable.

Estas actividades de colección que en un principio conforman un total de 25, presentan en la provincia de San Juan, las siguientes características: Con dependencia estatal, ya sea administración nacional, provincial y municipal 9; con dependencia universitaria (aunque es estatal en su origen, lo diferenciamos en razón que presentan una organización y naturaleza diferentes) 4; mixtos (vinculados por convenios entre Universidad-Unión vecinal, Universidad-Municipio) 2 y el resto 10 pertenecen a particulares.

Como resultado de diferentes encuestas y entrevistas, todos coincidieron en que su misión es múltiple aunque en la realidad solo se centran en tres: reservorio del patrimonio, espacio de difusión y de investigación. Ninguno concibe su misión como un lugar de encuentro, lo que de por sí descarta la idea de que alguno de ellos tenga en cuenta las necesidades de nuevos y potenciales demandantes ello dá una idea del carácter estático que asume la organización. A manera de diagnóstico, en tres grandes categorías, se agrupan las distintas problemáticas:

Objeto: que predominan los objetivos de conservación, protección, investigación. Lo que a la hora de flexibilizar su objetivos debemos pensar en una transformación total de su organización, conducción y formas alternativas de financiamiento.

Dirección: Nos encontramos con situaciones diferentes:

1) aquellos dependientes de entes estatales, donde su conducción está a cargo de un director, empleado del gobierno nacional, provincial o municipal. Quien no tiene atribuciones

para influir ni definir el presupuesto de la institución y por lo tanto de su distribución; debiendo limitarse a la administración del mismo, bajo las normas de rendición vigentes. La mayoría de sus directores están capacitados como museólogos pero no como gestores, lo que termina siendo un limitante para generar otro tipo de actividades que faciliten la generación de recursos genuinos para la entidad y avancen hacia una estructura con mayor autonomía y autarquía.

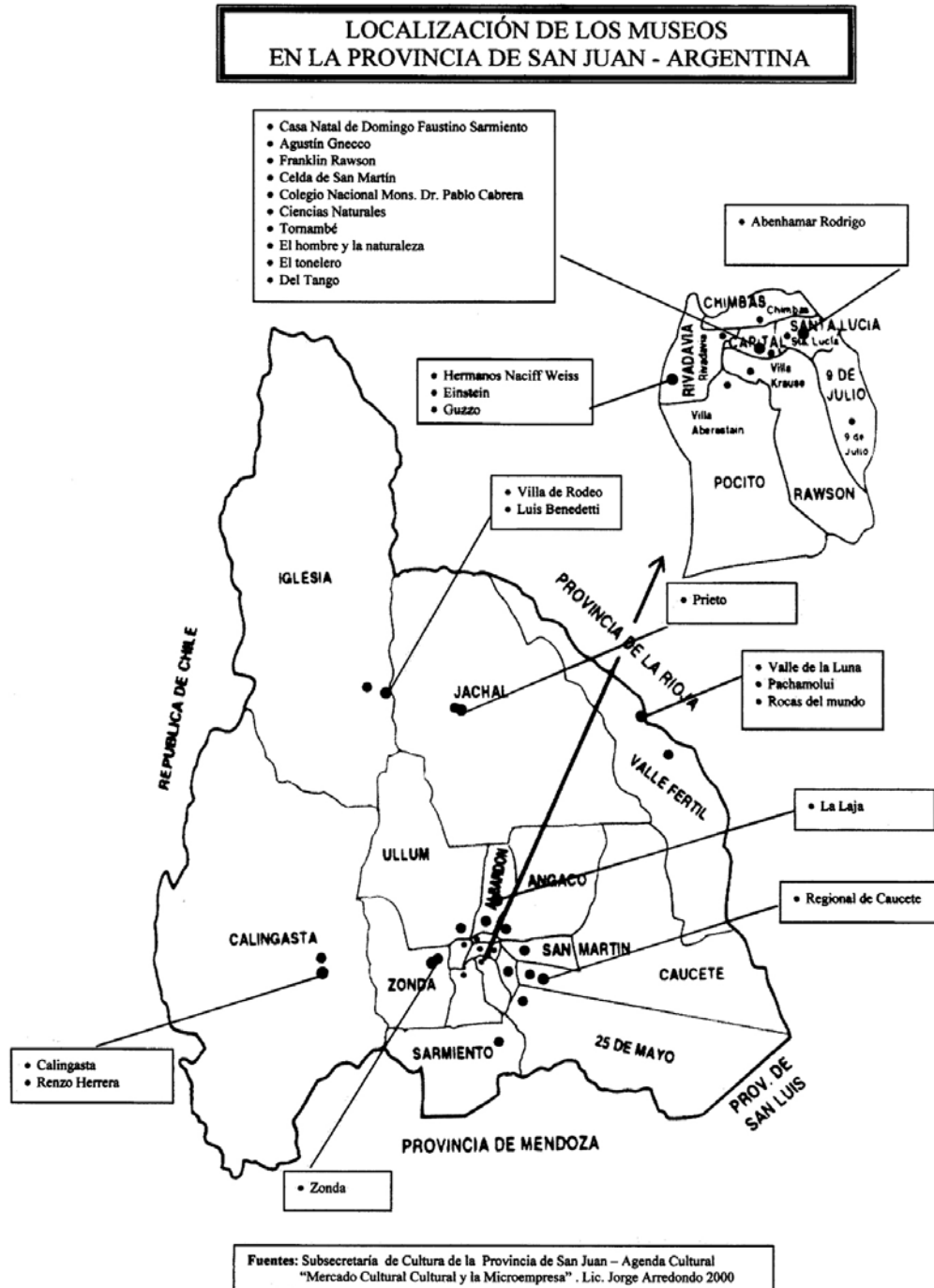


Figura 1

2) los de conducción mixta, que dependen de Uniones Vecinales que representan un tipo de Organización no Gubernamental, estando su conducción en manos de las autoridades de dicha entidad, por lo general sin formación técnica (museólogo). Por lo que tal función es asumida por los investigadores de la Universidad Nacional de San Juan quienes orientan a la Institución en la selección del material y manera de organización, ayudando, en el mejor de los casos, a elaborar documentos destinados a la difusión de la cultura en ellos representada. Conducción tampoco capacitada en tareas de gestión por lo que su acceso a recursos financieros alternativos (donaciones, subsidios, etc.) es escasa por no decir nula.

3) los de conducción privada, que se encuentra en casi su totalidad (menos el Naciff Weiss a cargo de la Universidad Católica) en manos de familias interesadas en preservar determinado tipo de patrimonio, cuyos miembros, al igual que en los Museos de dependencia mixta, carecen tanto de formación técnica como de formación en tareas de gestión. Por lo que tal situación atenta contra un cambio de organización de tales instituciones. Aunque la mayoría son los más entusiasmados en introducir cambios en su estructura de gerenciamiento.

Organización y financiamiento: En los aspectos referentes a su organización, tres son los orígenes principales que pueden explicitarse: 1) Político, que agrupa a aquellos que dependen del estado nacional, provincial, municipal, vecinal; 2) Científico, los que dependen de la Universidad, localizados en el ámbito de Institutos de Investigación; y 3) Familiar; que han sido organizados por diferentes motivos, siendo las más visibles la trascendencia social, ligada a la vinculación con ciertos hechos de magnitud histórica o revalorizar un oficio tradicional, incluyendo su producto como parte de la colección.

En general, todos ellos carecen de una lógica comercial y operativa que permita por un lado generar actividades rentables ligadas al museo y por el otro asegurar el mantenimiento técnico de sus colecciones. En los Museos del ámbito estatal el principal problema es su escaso presupuesto y el hecho de que las autoridades no tienen participación en su definición, torna más difícil el panorama, más grave aún en el caso de los particulares que se sustentan desde el presupuesto familiar. Si bien, la mayoría cuentan con Asociaciones de Amigos, para el caso de los estatales, resultan ineficaces a la hora de búsqueda de nuevas fuentes de fondos ya que éstas cumplen más bien un carácter asesor en lo científico.

Con esta primera aproximación que permite tener una ligera perspectiva de los museos, pasamos a considerar el otro aspecto, el de las microempresas. Sus características generales, salvo algunas diferencias responden a los siguientes enunciados: -Autogeneración de empleo (esta tendencia se ha visto incrementada a raíz, de la fuerte caída del empleo, no solo en la provincia sino también en todo el país); -Producción a pequeña escala (No existe un límite que permita diferenciarla de la pequeña empresa; -Volúmen de ventas determinado. Además de actuar por lo general en las economías informales, con un uso intensivo de mano de obra cuentan con una Organización sencilla, escasa tecnología y una reducida dotación de activos fijos.

Para llevar a cabo nuestro análisis, se tuvo en cuenta solo algunos rubros que tienen vinculación directa con el entorno de los museos, se seleccionaron teniendo en cuenta que de

alguna forma su volumen de ventas puede verse afectado por un cambio en la política de la organización de los museos, también como nuevas actividades que de alguna manera pueden posicionarse :

- Elaboración de productos regionales (productos típicos por ejemplo dulces, y conservas).
- Elaboración de vinos
- Fabricación de productos de madera, artículos de paja y materiales trenzables
- Artículos de talabartería
- Actividades de impresión y de servicio relacionadas con la impresión
- Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano, artículos de ferretería y otros artículos metálicos
- Fabricación de artículos de plásticos
- Fabricación de joyas y artículos conexos
- Fabricación de instrumentos de música

Las ramas de actividad detectadas y sobre la base de investigaciones realizadas, nos permite aseverar que:

- Nacen por lo general por conocimiento de un Oficio. Esta aptitud en general es heredada, renovando de este modo la relación familia - microempresa.
- Complementarias a empleos en relación de dependencia. Por razones de seguridad, no abandonan sus trabajos en relación de dependencia
- Escasa disposición a asumir riesgo. Por las mismas razones apuntadas anteriormente, el microempresario es reacio a contraer préstamos, sin descartar que tal actitud está motivada en fuertes exigencias para el acceso y por que no las tasas de interés demasiado elevadas.
- Organización simple. Sus objetivos están limitados a la atención de una cartera en lo posible fija de clientes tratando en lo posible de rutinizar los pedidos.
- Producción o servicio limitado. Esta característica, mas allá de la tendencia de rutinizar la actividad, está fuertemente influenciada por la capacidad de recurso
- Generalmente artesanales y con administración familiar. Esta característica es la que le permite desarrollarse en sus primeros años y paulatinamente van incorporándose otros miembros de la familia, lo que de algún modo explica el fuerte instinto de supervivencia que las identifica.
- Tendencia a contratar personal temporario, lo que genera una fuente de trabajo precaria

Ahora bien, ante un escenario como el descrito dónde los dos protagonistas principales se encuentran en una situación de crisis generalizada, unos afectados por la caída del empleo lo que se traduce en mayor competencia por parte de quienes quieren ingresar al circuito y otros olvidados, solamente recordados a la hora de llevar adelante una campaña proselitista, sin un presupuesto. ¿Cuál es la salida?

Retomando lo que al principio de esta nota decíamos sobre la importancia de vincular las actividades de museos con actividades de negocios, ello es posible en tanto y en cuanto se logre una verdadera articulación basada en principio, y esta tal vez es la propuesta, en vincularse temáticamente, de complementarse en las dosis de satisfacción de ocio que cada museo está en condiciones de brindar, de manera tal de brindar el máximo nivel de satisfacción a sus visitantes. Para llevar a cabo esta propuesta de asociatividad, no requiere de

un gran esfuerzo sino simplemente la o las voluntades de estos protagonistas para saber cuantas combinaciones posibles les permiten sus colecciones.

Los otros, los microempresarios deben primero tener la visión suficiente para ofrecer servicios y productos, conforme surjan los temas alrededor de los cuales se han reorganizado los museos y segundo participar activamente en la promoción de los museos que en el fondo es la promoción de su propia explotación, estimulando la generación de nuevos centros.

En el caso que nos ocupa, (San Juan) se han propuesto tres circuitos temáticos que en principio permite vincular colecciones de distintos museos generando un nuevo producto creado sobre la base de una temática en especial y eso arrojó la cantidad de tres:

I. Circuito Arqueológico Etnográfico y de Ciencias Naturales

Museos: de Ciencias Naturales; Centro de Interpretación, Parque provincial Ischigualasto; Termas La Laja; Prieto, Rocas del Mundo, Rodeo; Villa Calingasta; Einstein y Enzo Mancini

II. Circuito Costumbrista

Museos: Termas La Laja; Pachamului; Prieto; Luis Benedetti; Renzo Herrera y Villa Calingasta.

III. Circuito Histórico Documental:

Museos: Casa Natal de Domingo Faustino Sarmiento; Agustin Gneco; Hermanos Naciff Weiss; Franklin Rawson; Tornambé; Colegio Nacional; Gabriel Guzzo; Abenhamar Rodrigo; El hombre y la Naturaleza; regional de Caucete. El Tonelero, Del tango

Entendemos que de esta forma se estimula el generar un espacio de confluencia e interacción entre la actividad cultural y la microempresa, al revelar nuevos nichos de actividad económica y empleo y por el otro servir de base para acrecentar la actividad turística de la zona analizada.

A manera de reflexión esto, es posible en la medida en que los actores directamente involucrados se convenzan que ambas actividades no tienen porque funcionar como compartimentos estancos. Para ello es imprescindible provocar un proceso de participación dónde la identificación de los problemas y la búsqueda de soluciones se analice en forma conjunta.

3. La profesionalización de la gestión en las Sociedades Musicales de la Comunidad Valenciana

3.1 Antecedentes

El País Valenciano es una Comunidad Autónoma del Estado Español, situada en la costa Este de la Península Ibérica, con 4 millones de habitantes, e inserta en un espacio de

gran dinamismo económico como es el Arco Mediterráneo. Su economía combina una agricultura intensiva (cítricos, hortalizas, arroz) una estructura industrial asentada en sectores tradicionales (azulejos, textil, calzado, juguetes, mueble) y algunos asentamientos multinacionales, con una fuerte voluntad exportadora. Al mismo tiempo se ha convertido desde los años 60 en un potente centro de atracción turística de “sol y playa”.

Una de sus peculiaridades culturales reside en la presencia del asociacionismo musical cuyos orígenes habría que buscarlo en la primera mitad del S. XIX, con la entrada en Valencia de las milicias francesas en el Siglo XIX, las cuales acompañaban a las tropas napoleónicas, incorporándose muy deprisa la música bandística a la sociedad valenciana, de manera que la admiración por esta música hizo que muchas localidades quisieran disponer de su propia banda de música. Muy pronto nacieron los primeros educadores musicales así como los primeros directores, que frecuentemente eran los organistas de las parroquias, los cuales enseñaban solfeo en el pueblo con el fin de que las celebraciones litúrgicas fueran enriquecidas con diversos instrumentos.

Como muy bien expresa E. López Chávarri “las bandas de música tienen una tradición formada por múltiples elementos, tan heterogéneos como el teatro, la Iglesia, los gremios, los partidos políticos y un largo etcétera”³. Con esta perspectiva histórica, parece claro, que en todos los casos nos enfrentamos al esfuerzo asociativo de las partes más dinámicas o civilmente más activas del tejido ciudadano en combinación con una demanda popular de música que se asocia a cualquier rito festivo. Las consecuencias actuales de este fenómeno histórico que se organiza federativamente a finales de los años sesenta son, en primer lugar una densa red de práctica y aprendizaje musical que se extiende a cualquier rincón del espacio territorial valenciano. En este nivel se explica el sorprendente hecho de contabilizar más de 500 bandas de música, más de 25.000 músicos federados, que se pueda ofrecer enseñanzas musicales de distinto nivel a más de 30.000 estudiantes y que aproximadamente 400.000 personas (el 10% de la población) se encuentre vinculada a dicho movimiento asociativo (Rausell, 1999). También esta peculiaridad cultural explica que ha sido el País Valenciano la primera Autonomía del Estado Español que establece un marco legislativo para regular la actividad musical⁴.

Así podemos encontrar prácticamente en todas las localidades valencianas la existencia de una o varias bandas de música, lo que demuestra la gran implantación en todo el territorio del fenómeno de las Sociedades Musicales, aunque hay comarcas con una mayor implantación como son las comarcas de L’Horta, El Camp de Túria, Los Serranos, La Ribera Alta y La Ribera Baixa, las Comarcas Centrales Valencianas, con La Costera, La Vall d’Albaida, La Safor, La Canal de Navarrés, La Marina Alta, L’Alcoià, El Comtat.

³ E. López Chávarri en Ruiz Monrabal (1993)

⁴ Llei Valenciana de la Música, 2/1998 de 12 de Mayo, aprobada por las Cortes Valencianas el 29 de Abril de 1999

La organización del movimiento asociativo musical

Las Sociedades Musicales, son organizaciones culturales sin ánimo de lucro cuyo objetivo básico es la promoción de la práctica musical y regidas por la Ley de Asociaciones de 1964⁵ con la siguiente estructura:

| Organo o persona | Funciones y características |
|-------------------------------|---|
| La Asamblea general de socios | Órgano soberano de la Sociedad Musical. |
| La Junta Directiva | Órgano de gobierno de la Sociedad Musical que determina el desarrollo de la propia Sociedad Musical, ésta es la cúpula de poder y de toma de decisiones de la Sociedad Musical. |
| Director artístico | Se encarga de la formación musical y de la dirección de los interpretes de la Sociedad Musical. |

Las Sociedades Musicales en la Comunidad Valenciana se encuentran federadas desde finales de los años 60 en la Federación de Sociedades Musicales de la Comunidad Valenciana (FSMCV), que a su vez se halla confederada con organizaciones similares del resto del Estado Español e incluso a nivel internacional (Confederación Española de Sociedades Musicales y Confederación Internacional de Sociedades Musicales).

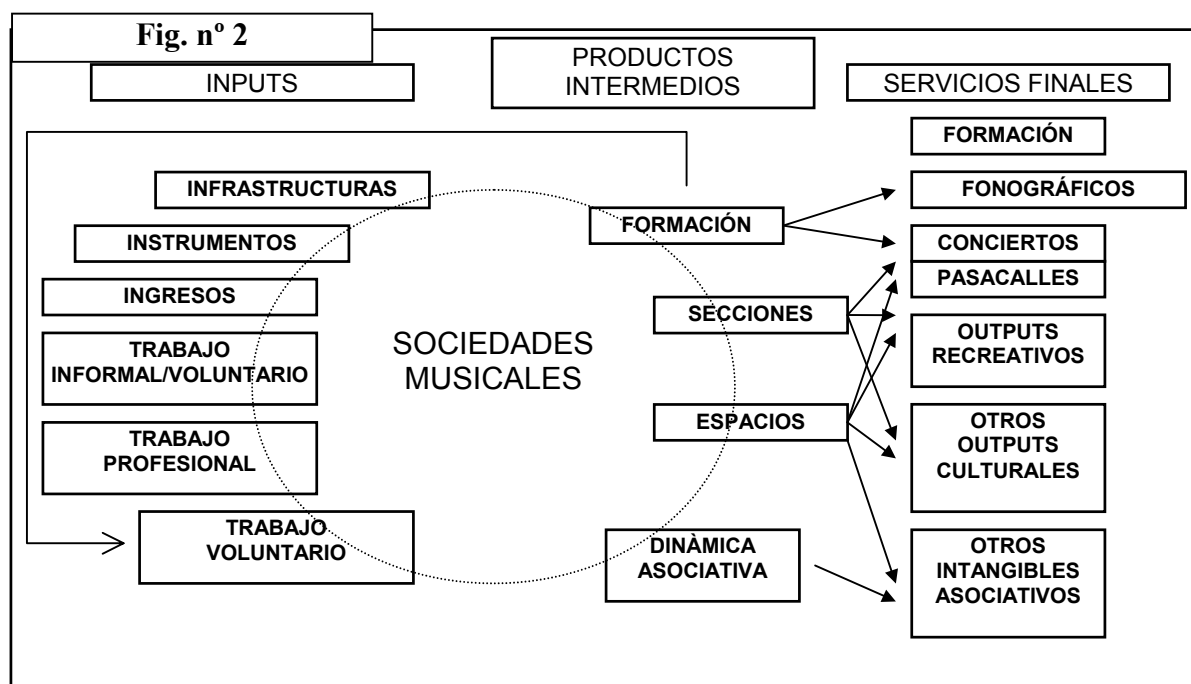
Por lo que respecta a la FSMCV encontramos una organización mucho más detallada, así como órgano de representación supremo de cada una de las Sociedades federadas se encuentra la Asamblea General de Socios, dicha asamblea puede reunirse tanto de forma ordinaria como extraordinaria, como así indican los estatutos de la propia Federación y en la que se toman las decisiones oportunas para el buen funcionamiento de la Federación, decisiones de obligado cumplimiento.

En lo referente a los órganos de gobierno de la Federación encontramos la Junta Directiva, máximo órgano de representación, administración y gestión de la Federación, así como la Comisión Permanente, donde se discuten previamente las cuestiones que más tarde pasan a la Junta Directiva, la Secretaría General Técnica, el asesor jurídico,...Y con la intención de vertebrar y mejorar la gestión de las distintas Sociedades Musicales que están federadas se disponen, de las Comités Provinciales (ya que el País Valenciano administrativamente se encuentra segmentado en lo que es la Comunidad Autónoma, las Provincias y los municipios), de las Asambleas Comarcales, del Comité Comarcal, y las Comisiones de Trabajo e Informativas.

Desde el punto de vista de la producción de bienes y servicios, las Sociedades Musicales se han convertido en los últimos años en unidades multiproducto/multiservicio nos ofrecen un proceso productivo relativamente complejo donde como inputs aparecen las

⁵ Actualmente (finales de 2001) estamos en un proceso de redacción de una nueva ley de asociaciones que será aprobada en breve y que significará una modernización importante del marco legislativo y organizativo en el que se mueven éstas.

infraestructuras propias o cedidas (el 38% de las Sociedades Musicales tienen locales en propiedad), los instrumentos, los ingresos provenientes de cuotas, aportaciones privadas, subvenciones, ect.. el trabajo profesional (compuesto principalmente por la figura del director y algunas aportaciones de profesionales externos de gestión) y el trabajo voluntario (aportado por la Junta Directiva, los voluntarios, los músicos ect..).



Estos inputs configuran unos productos intermedios que van desde la propia dinámica asociativa generada, la configuración de secciones musicales, culturales o recreativas (la propia banda, la sección de cuerda, los grupos de cámara,, pero también los grupos de teatro, clubs de ajedrez ect..) hasta la formación musical destinada a mejorar la calidad del trabajo voluntario de los músicos. A partir de los inputs iniciales y los productos intermedios las Sociedades Musicales son capaces de ofrece un conjunto muy amplio de servicios finales que quedan enumerados en la figura nº 2

3.2 Proceso de pérdida de competitividad social de las sociedades musicales.

La profunda transformación que ha experimentado la sociedad valenciana desde hace unas dos décadas ha reubicado la posición de centralidad social del asociacionismo musical; así destacamos los siguientes factores:

- La irrupción de las políticas culturales estructuradas, con la aparición de los ayuntamientos democráticos (año 1978) cambian y modifican las relaciones en los Sistemas Culturales Locales, perdiendo las Sociedades Musicales posiciones frente las acciones culturales más oficializadas.

-Desde el punto de vista social se han modificado notablemente las formas de ocupación del tiempo de ocio, así como han aparecido nuevas formas de articulación social y nuevos ámbitos de relaciones institucionales en el contexto de la Unión Europea. Hace algunas décadas la única alternativa que había en algunas poblaciones para ocupar el tiempo de ocio, era la Sociedad Musical. Actualmente compiten con una oferta inmensa de actividades complementarias que permiten a los niños y niñas y a los padres elegir entre muchas ofertas que pueden enriquecer su formación, por otro lado la influencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías posibilitan alternativas que hoy en día están al alcance de todos.

-Por otro lado, desde el punto de vista interno, el crecimiento de las sociedades musicales ha provocado una creciente complejidad convirtiéndose en unidades multiproducto y multiservicio (anteriormente señalado). Por tanto la gestión tradicional basada en la participación amateur y voluntarista, muestra actualmente sus limitaciones para gestionar realidades más complejas en entornos cambiantes.

El resultado de la combinación de estos factores, además del nuevo marco regulador que impone la Ley Valenciana de la Música obliga a una redefinición de las Sociedades Musicales con el objetivo de superar la pérdida de “competitividad Social” que vienen sufriendo desde hace algunos años.

3.3 Propuesta de profesionalización de la gestión de las Sociedades musicales.

Las dimensiones que ha adquirido el movimiento asociativo valenciano y su complejidad exigen que para seguir cumpliendo sus fines y los valores societarios, es decir la promoción de la práctica y el conocimiento de la música y de la cultura valenciana, es necesario que se gestionen los recursos financieros, humanos, patrimoniales,... con parámetros de estrategia organizacional. Las Sociedades Musicales llegan a movilizar un capital económico de entre 7.000 y 10.000 millones de pesetas anuales (entre 4 y 6 millones de Euros), cifras que indican la potencialidad de este sector dentro del entramado cívico y económico del País Valenciano. Si entramos a valorar las posibilidades de profesionalización de éstas uno de los elementos principales de este análisis es el tamaño que debe reunir una sociedad musical para que dicha profesionalización sea viable.

Con este análisis observamos que en el País Valenciano se podrían plantear la profesionalización de su gestión, con una ocupación a tiempo parcial o completo, un total de 150 Sociedades Musicales (de las 500 Sociedades federadas), ya que estas tienen un presupuesto que supera un umbral dimensional mínimo que posibilitaría la profesionalización de su gestión. Mientras que el nivel de actividad que deberían gestionar las Sociedades, para que su profesionalización fuera viable, se comprende entre 150-160 educandos(aprendices de música) y aproximadamente se trata de Sociedades con más de 400 socios.

Con estas premisas estaríamos planteando que en un plazo de tiempo medio-largo habría un total de 90 a 100 personas ocupadas en la gestión de las Sociedades Musicales, con un coste salarial global aproximado de unos global de 2,5 millones de Euros anuales para el conjunto de las Sociedades Musicales.

Este incremento en los costes de gestión de la Sociedad (no tenemos que olvidar que esta gestión, hasta el momento, se ha llevado a cabo de forma voluntaria, con un coste cero) se podrían recuperar rápidamente a través del incremento de los ingresos debidos a planes de “fund raising”, màrqueting social, racionalización de las cuotas de los socios, acceso a otras fuentes de financiación, etc.. y a la reducción de algunos de los gastos derivados de una gestión profesional, buscando mejoras en la eficiencia y la eficacia de los fines asociativos.

El perfil del gestor de las Sociedades Musicales debe reunir básicamente dos dimensiones:

-Una sería la gestión administrativa, de organización y de gestión del personal, económica y financiera y de asesoramiento a clientes y usuarios.

-La otra dimensión se ocuparía de la animación sociocultural, es decir, programar, organizar, y evaluar proyectos de intervención encaminados al desarrollo social, aplicando técnicas de dinámicas de grupo y utilizando recursos comunitarios, culturales, de ocio y de tiempo libre. En la medida de lo posible, también sería conveniente que el gestor musical tenga conocimientos de música.

El desarrollo de ambas dimensiones exige una primera estrategia formativa enmarcada en un perfil curricular relativamente multidisciplinar que en este caso ha sido abordado por la Universidad de Valencia en un curso de Posgrado de 330 horas y compuesto por siete modulos diferenciados: 1) Elementos de Teoría e Historia de las Sociedades Musicales, 2) Teoría de la Gestión, 3) Gestión Administrativa Financiera y de Personal y Nuevas Tecnologías, 4) Organización y Gestión de la Educación Musical, 5) Administración y Organismos Públicos, Legislación, Programas y Recursos, 6) Conjuntos Musicales, Organización y Representación. Relaciones Públicas y Protocolo. 7) Aspectos Teóricos de la Gestión Cultural. El curso incluye asimismo unas prácticas para el desarrollo de proyectos concretos a demanda de las propias Sociedades Musicales, con el objetivo de iniciar la relación entre los sujetos en proceso de formación y las asociaciones, potenciales demandantes de esta nueva figura profesional.

4. A modo de conclusiones.

Como hemos podido comprobar, partiendo de realidades geográficas, poblacionales y socioeconómicas muy distintas, presentamos una serie de propuestas que actualmente se encuentran en proceso y que persiguen un objetivo común como es la creación de nuevos nichos de ocupación en el entorno de la cultura, tratando de valorizar recursos endógenos ya existentes. Compartir las experiencias nos ha permitido detectar que tanto desde el punto de vista de la aproximación teórica como de la articulación de la praxis nos encontramos ante un elemento angular principal; la necesidad de que sean los propios agentes los que interioricen el valor de dichas iniciativas. Participación, concertación, formación, resultan argumentos claves en un espacio común en el que se han de encontrar agentes económicos, instituciones públicas y centros universitarios.

San Juan- Valencia Diciembre de 2001

Bibliografía.

Arredondo, Jorge y Toledo Nora “El mercado cultural y la microempresa”. Becas Foncap-OEI. 2 da. Convocatoria 1999-2000.

Baró, E, Bonet. Ll. (1997). Els problemes d’avaluació de l’impacte econòmic de la despesa cultural. *Revista Econòmica de Catalunya*. num 31

Bork, Jaffe, Lane, Dashew y Heisler (1997): *Cómo trabajar con la empresa familiar*, Buenos Aires.

Carrasco, S., Rausell, P.(2001): La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional. *ICE. Revista de Economía*. Num 791 Junio-Julio. Ministerio de Economía.

Fondo Nacional de las Artes y Fundación Antorchas(1999): *Lo público y lo privado en la gestión de museos. Brasil*, FCE, 1999, pp.19/25.

Javier Lindenboim, “En torno al concepto de la microempresa”, Centro de Estudios Urbanos y Regionales CEUR. Buenos Aires, 1988.

José María Alonso (1995): *Creación y Gestión de la propia Empresa*, Buenos Aires, Santillana

Rausell, P (1999): *Políticas y sectores Culturales en la Comunidad Valenciana*. Edi Tirant lo Blanch. València

Rausell, P., Carrasco et al (2002): *Els sectors culturals com a estratègia de desenvolupament territorial a les Comarques Centrals*. Ceic Alfons el Vell. Ontinyent (en prensa)

Rausell, P., Estrems, J.A (1999): Una aproximación económica a las sociedades Musicales. *Ciriec. Revista de Economía Pública*. Nº 31. pp 149-186

Ruiz de Monrabal, V. (coord.) (1993): *Historia de las Sociedades Musicales de la Comunidad Valenciana*. Federación de Sociedades Musicales de la Comunidad Valenciana. Valencia.

Revista Universitaria de Turismo y Administración. La Serena-Chile, Escuela de Turismo - Depto de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de la Serena, 1998

Subsecretaría de Cultura de la Provincia de San Juan, *Agenda Cultura Viva, 1999/ 2000*.

Disposiciones legales:

- Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, Resolución N°401 del 23 de noviembre de 1989, modificada por la Resolución N°208 del 24 de febrero de 1993.
- Banco Central de la República Argentina, COMUNICACIÓN “A” 3047, 21/12/99.
- Cámara de Diputados, Ley 6801. San Juan, 26/ 06/ 97 (“Defensa del Patrimonio Cultural”)
- Cámara de Diputados de la Nación, Ley 17321. Buenos Aires, 29/ 06/ 67 (“Museos Nacionales –Implantación de un Régimen de Tarifas y Aranceles”).
- Ley Valenciana de la Música