



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual

Los usuarios podrán en cualquier momento, obtener una reproducción para uso personal, ya sea cargando a su computadora o de manera impresa, este material bibliográfico proporcionado por UDG Virtual, siempre y cuando sea para fines educativos y de investigación. No se permite la reproducción y distribución para la comercialización directa e indirecta del mismo.

Este material se considera un producto intelectual a favor de su autor; por tanto, la titularidad de sus derechos se encuentra protegida por la Ley Federal de Derechos de Autor. La violación a dichos derechos constituye un delito que será responsabilidad del usuario.

Referencia bibliográfica

Ander-Egg, Ezequiel. (1987). *La práctica de la animación sociocultural*. Buenos Aires: ICSA/HVMANITAS. Pp. 17-33.



www.udgvirtual.udg.mx

Av. De la Paz 2453, Col. Arcos Sur, Guadalajara, Jal., México. C.P. 44140
Larga distancia nacional (01-33), internacional (+52-33)
3134-2208 / 3134-2222 / 3134-2200 / Ext. 8801

Av. Enrique Díaz de León 782 Col. Moderna, Guadalajara, Jal., México. C.P. 44190
Larga distancia nacional (01-33), internacional (+52-33)
3134-2208 / 3134-2222 / 31342220 / Ext. 8802

EZEQUIEL ANDER-EGG

La Práctica de la Animación Sociocultural



LA
PRACTICA

de la
**ANIMACION
SOCIOCULTURAL**

ezequiel ander-egg



INSTITUTO DE CIENCIAS
SOCIALES APLICADAS



EDITORIAL HVMANITAS
Buenos Aires

**Diseño de tapa y diagramación: María José Aguilar
Ilustraciones de María José Aguilar, con la colaboración
de Jorge Petersen, Labus, Julio Miró y Pilarm
Fotos de Decker y del "Vasco"**

**© ICSA/HVMANTAS, Carlos Calvo 644, Buenos Aires
Prohibida la reproducción total o parcial en cualquier forma.
Hecho el depósito que establece la Ley 11.723
Impreso en Argentina
ISBN 950-582-219-8**

Sumario

Observaciones preliminares

I Parte. ESTUDIO Y PROGRAMACION DE ACTIVIDADES SOCIO CULTURALES

Cap. 1. Estudio-investigación y diagnóstico de la situación socio-cultural.

1. Referencia a la situación global en la que se enmarcan las actividades socio-culturales.
2. Características de la situación cultural
3. Estudio de las necesidades culturales
4. Estudio de la demanda cultural
5. Jerarquización de necesidades y problemas
6. Inventario de recursos disponibles
7. Algunas pautas para elaborar el diagnóstico de la situación socio-cultural.

Cap. 2. Programación de actividades socio-culturales.

1. ¿Qué es programar?
2. Principales criterios o pautas para la elaboración de planes, programas y proyectos
3. Instrumentos metodológicos de la planificación
4. Comenzar por organizar la mente
5. Diseño para la elaboración de proyectos
6. Guía para programar actividades
7. Decisión racional y acción racional

II. Parte. LA PRACTICA DE LA ANIMACION SOCIO-CULTURAL

Cap. 3. Aspectos o momentos de las tareas de animación socio-cultural.

1. Fase de sensibilización
2. Detección de las minorías activas o grupos de incidencia
3. Capacitación de los animadores voluntarios
4. Promover la organización y puesta en marcha de actividades socio-culturales.

Cap. 4. Problemas operativos de la práctica de la animación socio-cultural.

1. Destinatarios y responsables de los programas
2. Ambito espacial para realizar actividades
3. Ambito temporal
4. Actividades específicas de los programas de animación
5. Métodos y procedimientos y técnicas a utilizar
6. Utilaje profesional

Cap. 5. Las actividades específicas a partir de las cuales se puede realizar la animación socio-cultural.

1. Formación
2. Difusión
3. Artísticas no profesionales
4. Lúdicas
5. Sociales

El estudio y programación de actividades socio-culturales —como cualquier tipo de tareas de esta índole— es un proceso que consiste en recoger y sistematizar los datos e información pertinente, con el propósito de preparar un conjunto de decisiones dirigidas al logro de ciertos objetivos por medios preferibles.

Para que esta toma de decisiones no se haga al azar, ni por la simple intuición o bajo influencias y presiones circunstanciales, es necesario saber en qué realidad se actúa y cuáles son los objetivos propuestos, o lo que es lo mismo, saber a dónde se quiere llegar.

Todo esto exige realizar dos tareas básicas:

- un estudio-investigación que se expresa en el diagnóstico socio-cultural, y
- una programación de las actividades que se quieren realizar.

Acerca del estudio de la situación socio-cultural

Tanto lo social como lo cultural, tienen un carácter global y omnipresente. Sin embargo, realizar un diagnóstico de la situación socio-cultural no significa que se han de estudiar todas las cuestiones sociales que conciernen a una determinada situación-problema, ni todos los aspectos de la cultura en su dimensión material (vivienda, organización espacial, transporte, tecnología, objetos, etc.) y en su dimensión espiritual/simbólica (valores, costumbres, tradiciones, mitos, leyendas, conocimientos, arte, etc.).

Para la realización de programas de animación socio-cultural, hay que estudiar la situación de la realidad sobre la que se va a actuar, con el fin de diagnosticar necesidades y problemas (especialmente aquellos que están relacionados de manera más directa con actividades propias de la animación), a efectos de aplicar esos conocimientos en la programación y realización de las mismas.

Ahora bien, para realizar este tipo de estudios, sugerimos tener en cuenta dos cuestiones prácticas:

- se ha de estudiar "tanto cuanto" se necesita para la acción
- hay que contextualizar el diagnóstico, dentro de la totalidad social en que se da la situación-problema motivo de estudio.

Como guía, esquema o esbozo metodológico/instrumental que sirva para realizar la investigación y elaborar un diagnóstico, proponemos el estudio de los siguientes ítems, cuestiones o aspectos principales:

1. referencia a la situación global en que se enmarcan las actividades socio-culturales
2. caracterización de la situación cultural
3. estudio de las necesidades culturales
4. estudio de la demanda cultural
5. jerarquización de necesidades y problemas
6. inventario de los recursos disponibles.

Todo ello expresado luego en un diagnóstico socio-cultural que, como explicaremos más adelante, es algo más que el informe de un estudio-investigación.

1. Referencia a la situación global en la que se enmarcan las actividades socio-culturales.

¿Por qué realizar este estudio? ¿Qué alcance debe tener? Respecto a la primera cuestión, hemos de recordar un principio metodológico fundamental:

los hechos, problemas y necesidades, no deben tomarse de manera aislada, sino contextualizados en la totalidad social de la que forman parte.

Ninguna situación socio-cultural se da en el vacío; para comprenderla hay que estudiarla con todos los vínculos, relaciones y mediaciones que tiene con la totalidad social de la que forma parte. Para una acción socio-cultural eficaz, es imprescindible disponer de una información lo más completa posible de la situación que registra la sociedad en la que se va a realizar esa acción, con especial referencia a los aspectos contextuales que condicionan la realización de los programas culturales, o para ser más precisos, de los programas que se tiene el propósito de llevar a cabo. Esto significa que al acometer este estudio, se preste atención a su realidad económica, cultural, política, social y demográfica. No sólo hay que conocer lo que pasa, sino también cómo se ha llegado a esa situación, cómo se fue configurando en el tiempo y cuáles son las tendencias de cara al futuro.

En cuanto a la segunda cuestión (qué alcance debe tener este estudio a fin de disponer de la información necesaria para contextualizar lo que será el tema específico del diagnóstico socio-cultural), sugerimos los siguientes aspectos principales:

Información demográfica fundamental

- población total
- distribución por grupos de edades (niños, adolescentes, jóvenes, adultos y tercera edad)
- tasa de crecimiento
- densidad demográfica
- distribución geográfica (barrios, zonas, etc.)
- situación socio-laboral (profesionales, obreros, empleados, desocupados, etc.)

Factores económicos

- actividad económica fundamental
- nivel de vida media
- nivel de ingresos

- tendencias generales de la situación económica (crecimiento, estancamiento o deterioro de la situación)
- magnitud y estructura de la fuerza laboral

Factores sociales

- nivel sanitario:
 - mortalidad (general e infantil); causas
 - geografía sanitaria
 - condiciones de higiene
 - educación sanitaria
 - medicina social
 - nivel nutricional
- nivel educativo:
 - analfabetos
 - niveles de educación (tasas de escolaridad a diferentes niveles)
 - porcentaje de niños en edad escolar que no asisten a la escuela
 - deserción escolar (porcentajes, causas)
 - retraso escolar
 - existencia de programas de educación de adultos
- nivel habitacional:
 - tipos de vivienda
 - material de construcción
 - abastecimiento de agua y luz
 - espacios verdes
- niveles de información:
 - lo que se lee (diarios y revistas)
 - lo que se escucha (programas de radio preferidos)
 - lo que se ve (tiempo que se ve televisión y programas preferidos)

En lo posible discriminar la distribución por áreas y sectores sociales de aquello que se lee, escucha o ve.
- caciquismo (si existe, tipo, etc.)
- racismo (principales manifestaciones)
- ostentación y despilfarro de los grupos de mayores ingresos
- problemas intergeneracionales (relaciones entre jóvenes y adultos)
- formas de control social
- nivel comunitario de la participación social

- estructuras asociativas (asociaciones, grupos organizados, colectivos, etc.)
- niveles de movilización o capacidad de intervenciones participativas

Factores psicosociales

- niveles de motivación (desmotivados, poco motivados, fuertemente motivados) en relación a las actividades socio-culturales
- situaciones de marginación socio-cultural.

Factores políticos que inciden de manera más directa en la situación socio-cultural:

- organizaciones políticas existentes (propuestas culturales de las mismas)
- ámbito de influencia en lo cultural
- grado de participación y militancia política.

No se trata de realizar un estudio muy extenso que conlleve a consideraciones generales de la totalidad y que, a la hora de actuar, agregue muy poco a la comprensión de las particularidades específicas del ámbito o sector de la realidad en donde se va a actuar. Tampoco hay que caer en el error contrario: hacer una presentación insuficiente o inadecuada de la situación global, y como consecuencia de ello, los diferentes aspectos que se estudian de una realidad específica, aparecen como situaciones atomizadas, fraccionadas o dispersas, como si fuera posible darles un significado en sí mismas fuera de su contexto.

2. Caracterización de la situación cultural propiamente dicha.

Es preciso advertir que la noción "situación cultural" es un concepto abstracto y difícil de definir —y más aún de cuantificar—, de ahí que sólo se pueda inferir de manera indirecta a través de algunos indicadores* que pueden considerarse como los más relevantes de la misma. Señalamos algunos:

* Si se quiere profundizar este punto, especialmente para los estudios de la situación cultural que van más allá de los programas de animación socio-cultural, se puede leer: *Les instruments statistiques d'analyse de développement culturel: expériences y politiques.* UNESCO, París, 1971.

Vida cultural:

- cómo se informa a la gente sobre las actividades culturales
- tipo de actividades que se desarrollan; contenido y orientación de las mismas; servicios socioculturales que se ofrecen
- actividades y manifestaciones culturales de mayor arraigo
- detección de las personas, grupos y colectivos que tienen una mayor participación en la vida cultural; es muy importante detectar las minorías activas y grupos de incidencia que pueden participar en los programas de animación
- modo de concebir y desarrollar las actividades culturales
- tradiciones más significativas
- gustos y preferencias expresados por la gente
- manifestaciones culturales que influyen en la formación de los gustos actuales
- principales destinatarios de las actividades que se realizan

Potencial cultural:

- recuento de organizaciones e instituciones que promueven actividades culturales (gubernamentales o no gubernamentales)
 - estructura funcional de las mismas; capacidad administrativa
 - disponibilidades financieras
 - recursos humanos disponibles
 - sistemas de relaciones existentes entre las instituciones que desarrollan actividades culturales
- infraestructura y equipamiento cultural
 - bibliotecas
 - casas de cultura
 - teatros
 - cines
 - centros sociales
 - centros recreativos y culturales
 - salas de exposiciones
 - salas de conciertos

Modos o estilos culturales

- modelos y patrones culturales dominantes
- valores culturales dominantes
- procesos culturales más importantes

Las pautas o indicaciones que presentamos para realizar el estudio de la situación global y la caracterización de la situación cultural, no son exhaustivas. Por otra parte, se pueden excluir unas y agregar otras. Pero cualquiera sea el nivel de profundización o extensión del trabajo, toda esta tarea debe servir para elaborar un mapa sociocultural del municipio.

3. Estudio de las necesidades culturales



El estudio de las necesidades culturales debe realizarse teniendo en cuenta la extensión que abarca el ámbito o sector en donde se va a realizar el proyecto cultural o la actividad cultural. Este ámbito operativo puede ser un grupo, una organización, un barrio, un municipio, zona o región.

Pero para realizar este estudio se nos presenta la siguiente cuestión previa: ¿qué son las necesidades culturales? Si el concepto de "necesidad" ya no resulta fácil de precisar, mucho menos lo es la noción de "necesidad cultural". Responder a esta cuestión o

intentar precizarla, implica ciertas elecciones en la escala de valores, ya que por necesidad se entiende el estado de un individuo en relación con lo que es necesario o simplemente útil para su desarrollo. Ahora bien, establecer qué es necesario y qué es útil, supone criterios conforme a los cuales evaluamos lo que es bueno, válido, hermoso, necesario, útil; y lo que es malo, feo, innecesario, inútil o simplemente lo que es indiferente.

La "necesidad cultural" no es un dato que está ahí y que hay que recoger, es una noción relativa, condicionada por nuestra ideología, por observaciones personales y por impresiones frecuentemente subjetivas.

Ahora bien, en un estudio sobre las necesidades culturales, se nos plantean las siguientes cuestiones:

- ¿qué sabemos acerca de las necesidades culturales?
- ¿quién establece lo que es una necesidad cultural? ¿con qué criterios?
- ¿necesidades de qué tipo de usuarios?; ¿niños, adolescentes, jóvenes, adultos, tercera edad?; ¿población urbana o rural?; ¿obreros, empleados, estudiantes, empresarios, profesionales?; ¿hay necesidades culturales que podrían ser propias de un sexo?
- ¿y las necesidades de los no usuarios?

Apenas hemos formulado algunas preguntas, pero los factores que se entrecruzan en esta cuestión, son más complejos y variados que los que aquí hemos planteado. Por eso debemos tener cuidado de no simplificar y, por otra parte, saber que en la respuesta a esta cuestión influye nuestro marco de referencia (entendido éste ya sea como sistema de valores, ideología, filosofía o cosmovisión).

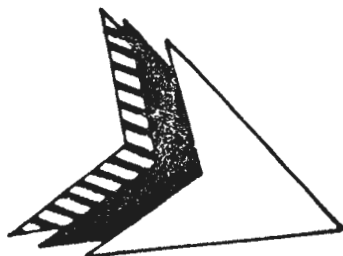
A modo de pauta para la reflexión proponemos una definición y una lista (con carácter puramente ilustrativo), de lo que serían las necesidades culturales. Digamos, ante todo, que entendemos por necesidades culturales todas aquellas que se relacionan con los procesos de autorrealización y de expresión creativa. Se nutren, principalmente, de las actividades que favorecen la adquisición de conocimientos y el desarrollo del uso crítico e ilustrado de la razón; de las que permiten el acceso a determinados bienes; de las que favorecen la expresión, constituyendo, a su vez, formas de iniciación o de desarrollo de los lenguajes creativos; de las manifestaciones lúdicas y de la creación de ámbitos de encuentro y comunicación que favorecen la vida asociativa.

Todo esto se ha de tener en cuenta para el estudio de lo que denominamos las "necesidades culturales", tan difícil de delimitar y casi inabarcable como noción. En la práctica —y para salir de nociones abstractas y poco operativas—, lo que hay que hacer es explicitar lo que se entiende como necesidades culturales. Nuestra propuesta para el estudio de las necesidades culturales, es una entre otras. Ni siquiera sugerimos que se utilice tal como aquí la presentamos; a partir de ella puede formularse y elaborarse otra lista de necesidades. En este libro tenemos que partir de las preocupaciones concretas en relación a una práctica. Y tenemos que hacerlo con plena conciencia de que trabajamos en un terreno sin perfiles bien definidos. Es probable que, en los próximos años, este campo esté conceptualmente más precisado y delimitado.



Como antes mencionamos, los tres ámbitos operativos principales en los que se puede promover y desarrollar programas de animación socio-cultural y en donde, consecuentemente, se deben realizar estudios de necesidades culturales son:

- un grupo
- una organización o institución
- una zona o área territorial.



Con respecto a estos tres ámbitos de actuación, haremos una breve referencia a los aspectos fundamentales que hay que estudiar y de las técnicas a utilizar para conocer las necesidades culturales.



a. Estudio de las necesidades culturales de un grupo

Un estudio de este tipo es relativamente fácil de realizar en razón de que se trata de un ámbito de ordinario reducido y homogéneo. Se puede llevar a cabo simultáneamente con el estudio de la demanda cultural y, a partir de ahí, establecer la jerarquización de los problemas y el inventario de los recursos.

Cuando lo que se tiene previsto realizar son tareas de animación de un grupo, en principio no es necesario realizar un estudio previo: el mismo trabajo en y con el grupo puede ser la materia prima para llevar a cabo el estudio. En otras palabras: la práctica misma proporcionará el conocimiento de las necesidades y de la demanda cultural.

Una primera reunión —adecuadamente preparada, por supuesto— puede servir para que afloren los principales intereses y experiencias del grupo, que el animador necesita conocer. En lo posible este conocimiento debe ser devuelto al grupo de la manera más sistematizada, para elaborar propuestas conjuntas y concretas, teniendo en cuenta las necesidades del grupo.

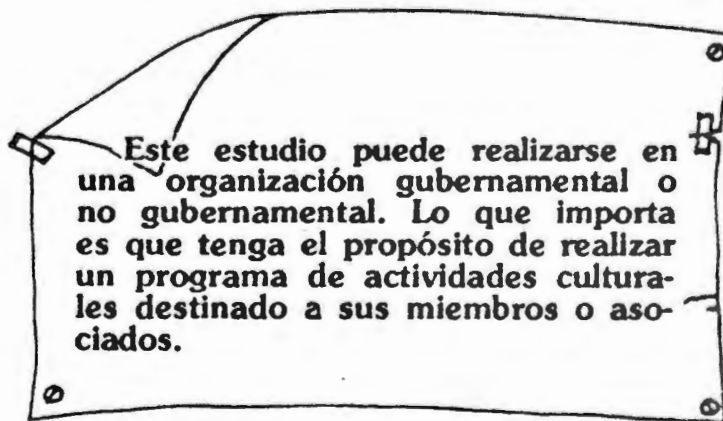
Esta inserción somera en la realidad del grupo —que no debe ser superficial, por supuesto— suele ser suficiente para disponer de la información previa necesaria para iniciar las actividades o trabajos en y con el grupo*.

En general, tratándose de un grupo, hay que conocer las siguientes cuestiones fundamentales:

- cuál es la forma o formas principales de llenar el tiempo de ocio.
- en qué otras actividades desearían ocuparlo, si pudieran
- cuáles son los motivos principales por los que cada uno pertenece a este grupo
- cuáles son los objetivos del grupo
- qué quiere realizar el grupo en cuanto a actividades culturales; qué ha realizado, cuál es su práctica
- qué expectativas tiene el grupo en cuanto a la realización de un programa de animación socio-cultural.

Con respecto a las técnicas a utilizar en este nivel operativo, pueden ser suficientes las entrevistas individuales, las entrevistas grupales y la observación.

b. Estudio de las necesidades culturales de una organización o institución



* Lo que Pilar Crespo en su trabajo sobre *Metodología de la animación socio-cultural* trata en relación a los métodos centrados en el cambio dentro del grupo, es suficiente para estudiar las necesidades culturales de un grupo. (Ver *Animación socio-cultural*, en *Documentación Social* N° 49, Madrid, 1982.)

En este caso, el estudio será bastante diferente según la índole de la institución que desea promover dichas actividades: una escuela, un centro social, una asociación de vecinos, una cooperativa, una caja de ahorros, una casa de la juventud, una institución cultural, etcétera.

También es importante saber qué amplitud, dentro del conjunto de las actividades de la institución, abarcan las actividades socio-culturales: ¿es la actividad principal?, ¿es algo complementario?, ¿es circunstancial?... Una vez establecido lo anterior, el siguiente paso a dar consiste en informarse acerca de qué tipo y frecuencia de actividades sociales y culturales lleva a cabo normalmente la institución y cuáles propone realizar.

De ordinario, esta última cuestión está más vinculada a la demanda de los miembros de la institución en materia de actividades culturales, que a las mismas necesidades. Pero lo mismo que en el caso del estudio de las actividades culturales de un grupo (ver algunos de los ítems que sugerimos), el hecho de formular algunas demandas permite inferir necesidades.

Para este ámbito de estudio, las técnicas a utilizar pueden ser:

- recurso de la documentación: actividades que se realizan, propuestas de actividades programadas y no realizadas, etc.
- entrevistas con los responsables de la institución y con los usuarios (habituales y potenciales)
- observación.

También hay que describir y evaluar aquella parte o área (dirección, departamento, sección o comisión) de la institución que es responsable de manera directa del proceso de gestión de las actividades socio-culturales. Conviene estudiar, fundamentalmente, las siguientes cuestiones:

- estructura funcional de la institución
- aspectos normativos de la institución: disposiciones, reglamentos, etc. que regulan las actividades culturales
- aspectos técnicos-operativos que hacen referencia a los principios rectores y a la modalidad de llevar a cabo las actividades culturales
- actividades socio-culturales que ha realizado la institución (si es posible, no sólo describirlas, sino también evaluarlas)
- actividades que desearía realizar y no lo ha hecho (razones de la no realización).

Si las actividades culturales y sociales de la institución se desarrollan abarcando una determinada área —lo cual es bastante frecuente— hay que estudiar las necesidades culturales dentro del área de operación o de actuación.

c. Estudio de las necesidades culturales de la población de un área: barrio, pueblo o ciudad

Este estudio es bastante más complicado (que el de un grupo o institución), por dos razones principales:

- por la amplitud que abarca el estudio y, a veces, por la dispersión geográfica de la población;
- por la heterogeneidad del conjunto o colectivo destinatario del proyecto, lo que se traduce habitualmente en una gran diversidad de necesidades.

El problema básico que se confronta, es que dentro de un área existen diferentes tipos de usuarios o destinatarios potenciales de un programa, de ahí que habrá que establecer el estudio de las necesidades con arreglo a diferentes criterios:

- **características individuales:** edad, sexo, categoría profesional u ocupacional, grado de participación en actividades culturales, lugar y horario de trabajo, etc.
- **grupos específicos,** ya sea porque están conjuntados en organizaciones o instituciones, o bien porque se trata de grupos informales que tienen necesidades comunes.
- **ubicación geográfica:** según sub-áreas o sectores (barrios, en caso que el estudio comprenda una ciudad, comarca en el caso de una región); lugar de residencia, posibilidades de acceso a los servicios culturales, equipamientos e infraestructuras disponibles, etc.
- **existencia de áreas policulturales o poliétnicas,** que hacen más complejo un estudio de este tipo, como consecuencia de la variedad de tradiciones y expresiones culturales, cada una de ellas con demandas y necesidades culturales propias.

Todos estos criterios —y otros que habrá de añadir según las circunstancias— ayudarán a estudiar las necesidades dentro de un área, procurando expresar la diversidad y heterogeneidad que en ella se encuentra.

En cuanto a las técnicas a utilizar, sugerimos las siguientes:

- estadísticas e informes que hagan referencia a la situación del área en aquellos aspectos que permiten inferir las necesidades culturales
- entrevistas individuales y grupales, estructuradas y no estructuradas
- observación participante, especialmente en actividades culturales
- técnicas de grupos nominales y foro de la comunidad
- censos de conducta
- informantes-clave
- grupos de creación participativa, etc.

4. Estudio de la demanda cultural

Para el estudio de la demanda cultural también se tendrá en cuenta el ámbito operativo: grupo, institución o zona. La cuestión es saber, según sean las circunstancias, qué se demanda culturalmente en cada uno de estos niveles. Aquí entra todo lo referente a los gustos y preferencias expresados por la gente, a los que aludíamos en el párrafo referente a la situación cultural.

La razón que justifica este estudio —que es diferente al de las necesidades— es obvia: ¿de qué sirve una oferta cultural si no existe una demanda de lo que se ofrece?

Sin embargo, y para matizar lo anterior, también se ha de tener en cuenta que la mayoría de la gente no demanda determinados bienes culturales porque no conoce las posibilidades que se le ofrecen. Por otra parte, hay que advertir que la demanda cultural puede cambiarse en un doble sentido: aumentando la misma o produciendo cambios cualitativos mediante la oferta de servicios y equipamientos culturales.

Tratándose de un grupo, es de suponer que la demanda cultural será bastante homogénea, no así cuando se trata de una organización o institución y, menos aún, cuando la unidad de operación es un área geográfica. Lo que se pretende con el estudio de la demanda es prestar atención efectiva a las distintas clases de público.

Es evidente que existen diferentes niveles y clases de demanda cultural, cada una de las cuales requiere tratamientos distintos. Existen, asimismo, sectores que suelen ser además bastante amplios, en los cuales la demanda cultural es prácticamente nula. Son precisamente

estos sectores los que revisten particular interés para los programas de animación socio-cultural que, por su índole, pretenden "animar" lo que no está animado.

De todo lo dicho se concluye que el estudio de la demanda cultural (mediante la detección de los centros de interés de la gente, o de su indiferencia), debe realizarse teniendo en cuenta las distintas categorías de usuarios culturales:

- **Usuarios habituales:** se trata de la gente que tiene mayores preocupaciones culturales, desde los que son simples consumidores, hasta los que participan más o menos activamente en las actividades culturales
- **Usuarios potenciales:** dentro de los cuales habría que distinguir diferentes sectores específicos de la población
- **No usuarios,** expresión con la que se designa el "no-público" de las actividades culturales.

Insistimos en la importancia de tener en cuenta, en todos los casos, los diferentes sectores específicos de la población en cuanto a la demanda diferenciada de cada uno de ellos, según sus tradiciones culturales, problemas, intereses y expectativas. Campesinos, trabajadores de la industria, maestros, profesionales, estudiantes, niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos, no pueden ser siempre destinatarios o participantes de las mismas actividades socio-culturales, concebidas y puestas en práctica de la misma manera, puesto que sus focos o centros de interés son diferentes.

Por último, queremos advertir que la demanda cultural de un sector o grupo determinado —y aun de todos ellos— puede no ser acorde con sus intereses. Como lo explicamos en otros libros*, al hacer la distinción entre la cultura del pueblo y la cultura popular, señalamos que ciertas manifestaciones de la cultura del pueblo están penetradas o condicionadas por aspectos o preocupaciones que no sirven a los intereses del pueblo.

Con esto queremos destacar que la demanda cultural no constituye, por sí misma, la regla de oro que ha de servir como referencia para programar y realizar las actividades socio-culturales.

Sin embargo, es desde ella (de las demandas concretas que hace un grupo o colectivo concreto), que se ha de elaborar la estrategia de acción. Y esto por una razón fundamental: la demanda cultural expre-

* *Metodología y práctica de la animación socio-cultural*, Hymánitas, 1985 y *Cultura y liberación: apuntes para una política cultural*, I.C.S.A., 1987.

sa un nivel de conciencia, de centros de interés y de expectativas. Teniendo en cuenta esta realidad, considerada como punto de partida, debemos programar las actividades.

Digamos para terminar, que a pesar de las limitaciones inherentes a los estudios sobre la demanda cultural, estos se realizan (o se deben realizar), porque la concepción moderna de la acción cultural, no se funda sólo en la transmisión de un patrimonio, sino fundamentalmente en que cada uno se convierta en protagonista de las actividades. Y esta participación debe ser vivida como actitud cotidiana inherente a la condición humana que se desarrolla en un contexto que atiende a las exigencias de la calidad de la vida.



5. Jerarquización de necesidades y problemas

No basta con haber obtenido un listado de necesidades y problemas, es necesario establecer una jerarquización de los mismos. No todo tiene igual importancia, ni todo puede realizarse simultáneamente, ni todo tiene igual efecto multiplicador (esta última cuestión reviste particular importancia para los programas de animación socio-cultural, en cuanto que pretenden generar procesos de participación).

Ahora bien, el problema práctico que se presenta al respecto es el siguiente: ¿con arreglo a qué criterios se ha de establecer la jerarquización de las necesidades y problemas?... En este punto hay que distinguir dos tipos de criterios:

- * ideológicos/políticos (podría hablarse también de la cosmovisión subyacente o de la filosofía de un programa)
- * técnicos/operativos, que implementen el marco ideológico/político.

En la práctica ambos criterios están entrelazados, porque todo criterio ideológico-político debe tender o traducirse en formas operativas que conduzcan a su realización, y porque todo criterio técnico (que nunca es neutro), depende de un marco referencial más amplio.

A la vista de las necesidades detectadas y de la demanda potencial existente, hay que estudiar y determinar cuáles son las más urgentes a satisfacer. Entendiéndose por "urgentes" en este contexto, aquellas que hay que atender primero y con más intensidad y cantidad de medios. Hay que escoger y a esto se le denomina: establecer prioridades. Los criterios de priorización pueden ser múltiples; he aquí algunos de ellos:

- un criterio puede ser la carencia de algo que se considera fundamental e importante satisfacer
- otro puede ser porque es capaz de movilizar recursos humanos e institucionales
- también puede considerarse prioritario todo aquello que tenga "efecto de demostración", es decir, por su multiplicación/repercusión social
- en algunas circunstancias la solución de determinados problemas o necesidades se consideran prioritarios, porque existen recursos para esas demandas concretas
- por razones de equilibrio o compensación, etc.

Una cuestión de gran importancia a tener en cuenta en relación a este criterio es el siguiente: la jerarquización de necesidades se hace a los efectos de mejor **establecer prioridades** en la fase de programación. Más aún: un buen ensamble entre diagnóstico y programación supone una total articulación entre:

- jerarquización de necesidades
- determinación de prioridades

6. Inventario de los recursos disponibles

Un programa o simplemente una actividad socio-cultural muy necesaria y de gran importancia para un grupo o comunidad, puede desembocar en un fracaso, simplemente porque no se atendió a algo tan elemental (y decisivo), como los medios y recursos para llevarlo a cabo.

Como es aceptado de una manera bastante generalizada, hay que distinguir cuatro tipos de recursos que, para la realización de un programa de animación, serían los siguientes:

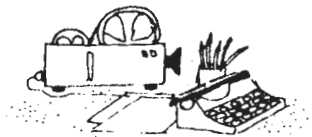
Materiales:

infraestructura y equipamientos; utilaje profesional



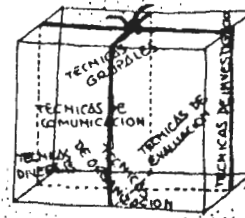
Financieros:

fuentes de financiamiento, disponibilidades financieras, modalidades de uso



Técnicos:

que comprende tanto las técnicas socio-pedagógicas como los procedimientos técnicos operativos



Humanos:

cantidad y cualificación de personal disponible (remunerado y voluntario) para realizar el programa.



a. Recursos materiales

Para cualquier tipo de acción socio-cultural, la infraestructura y los equipamientos son un medio, pero la carencia o déficit de los mismos, son una limitación u obstáculo para su realización. "Aunque en el orden de las ideas —nos dice Adolfo Maillo— lo fundamental sean las concepciones a las que ha de obedecer la animación socio-cultural, en el campo de las exigencias reales parece preferible que nos ocupemos de los recursos materiales, sin los cuales toda elucubración acerca de los objetivos y los fines queda reducida a poco más que bellos sueños"(1).

Decíamos que en lo referente a recursos materiales, hay que estudiar dos aspectos principales:

- infraestructura y equipamientos
- utilaje profesional

Infraestructura y equipamientos

Es por demás evidente que los locales y equipamientos constituyen un elemento básico para poder realizar programas de animación sociocultural. No se puede llevar a cabo ninguna actividad de animación, si no existe una plataforma material o un ámbito espacial en el cual ésta podrá desarrollarse.

Ahora bien, en esta fase de la investigación, sugerimos estudiar los siguientes aspectos o cuestiones:

- Locales y lugares que, de manera expresa, tienen un propósito de tipo cultural (casas de cultura, bibliotecas, galerías de arte, salas de exposiciones, museos, etc.)
- Locales y lugares que la gente utiliza corrientemente para encontrarse y realizar actividades