



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

“LA ANIMACIÓN CULTURAL”

| |
|--|
| AUTORÍA ÁFRICA CHACÓN BLANCO |
| TEMÁTICA ESTUDIO EN LA ESCUELA |
| ETAPA EDUCACIÓN PRIMARIA |

Resumen

Este tema es importante porque no podemos olvidar que la Animación Cultural es una de las formas de Acción Social y tiene como finalidad última el cambio social a través de la promoción de la cultura.

Por otro lado no toda la animación es institucionalizada, la animación ha existido siempre de forma difusa. En los pueblos, en los barrios, ha habido siempre hombres y mujeres con cierta responsabilidad sobre los otros, que investidos o no de una función normal, se imponían como representantes, consejeros, responsables de un grupo. En la sociedad moderna se insiste en la animación hasta llegar a institucionalizarla; esto nos sugiere la necesidad de una animación difusa y de una animación institucionalizada, ambas complementarias y por lo tanto no excluyentes.

Palabras clave

La animación cultural

1-INTRODUCCIÓN

A menudo se asocia la acción cultural a la utilización del tiempo libre de los ciudadanos; sin embargo, la animación cultural es algo más que estimular a llenar su tiempo libre, el ocio es condición necesaria para la cultura pero no suficiente.

El ocio en su sentido más elevado es el que posibilita y da lugar a la creatividad cultural entendida como "el nivel efectivamente actualizado del potencial de creación humana, de expresión y de interacción puesto al alcance de los individuos y de los grupos en el seno de la comunidad". Esto es lo que pretende conseguir la "animación cultural", frente a una función de mera "difusión cultural", que mantiene a los individuos pasivos e improductivos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ANIMACIÓN CULTURAL.

- Participación activa, no directivita
- Contacto con toda la población
- Progresismo, liberación, libre expresión, creatividad
- Comunicación recíproca, facultad de expresión para todos
- En todos los ambientes, accesible a todos
- Valoración del grupo

Una política cultural no solamente prevé actividades y agentes culturales, sino todos los medios requeridos. Uno muy específico son los centros cívicos o centros culturales.

La animación cultural en lo que tiene de "transformación cultural", de "rescate de la cultura" sólo puede sostenerse éticamente si se asume una actitud liberadora, desde la propia acción de las personas, del grupo. La base ética de toda animación cultural está en pasar de ser "objeto" a ser "sujeto".

Ander-Egg define la animación como acción de estímulo y movilización de individuos, grupos y colectividades. Es una forma de infundir ánimo e insuflar dinamismo y entusiasmo. Dar vida y movimiento a un conjunto de personas, excitar a la acción.

En cuanto forma de acción cultural, la animación nace como un medio de promoción de actividades destinadas a llenar creativamente el tiempo libre; atenuar el desarraigo que producen los grandes centros urbanos; evitar que se ahonde aún más la brecha o foso cultural existente entre diferentes sectores sociales; desbloquear la comunicación social mediante la creación de ámbitos de encuentro que faciliten las relaciones interpersonales; y estimular la realización de actividades que desarrollan expresión, iniciativa y creación de la misma gente.

La incorporación de la animación como forma de acción dentro de la política cultural implica adoptar una modalidad de acción cultural de signo progresista, expresada en términos de "democracia cultural" o de "democratización de la cultura".

La cultura tiene múltiples significados, es una palabra polisémica, pero a pesar de ello un referente mínimo que nos permite saber a qué nos referimos cuando hablamos de cultura. Por cultura no referimos al elemento más diferencial del hecho humano. En sus variadas acepciones subyace siempre la misma idea de que se trata de algo diferente a la naturaleza, de algo que es hecho por el mismo hombre.

En cuanto a las concepciones más globales y totalizantes de la cultura, podemos hablar de tres, según las expone E. Ander-Egg en "La Animación y los Animadores".



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

- La cultura como adquisición de un conjunto de saberes, como resultado de dicha adquisición y como producción de "cosas superiores".
- La cultura como estilo de ser, de hacer y de pensar, y como conjunto de obras e instituciones
- La cultura como creación de un destino personal y colectivo.

En esta última concepción la cultura se considera fundamentalmente un proyecto a construir o como un futuro a inventar. Una cultura está viva, cuando sin perder el sentido del pasado, actualizando las tradiciones vivas, es capaz de cambiar y mantenerse en movimiento hacia adelante. Siguiendo el hilo argumental de esta última concepción podemos decir que existe una gran variedad de culturas, lo mismo que existen varios grupos sociales diferenciados.

No existe, pues, una cultura con un público, sino culturas con públicos, es decir, "subculturas". Cada público tiene sus aspiraciones y sus necesidades propias. Esta diversidad de públicos exige una diversidad cultural que ofrezca a los individuos y a los grupos una posibilidad de elección.

La noción de Animación Cultural posee una importante tradición en España. Parte del presupuesto de la necesidad de animar lo inanimado y del constante riesgo de que la cultura caiga en lo inanimado. Intenta aportar herramientas de conocimiento y de educación artística para enriquecer la creatividad personal y de las comunidades. Otorga a la actividad cultural la función de incrementar y fortalecer la mediación entre los productores y los receptores de cultura. Sus tesis principales son el desarrollo de las comunidades y el necesario apoyo a la intermediación, que conlleva una gran importancia de lo pedagógico.

3.- ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN.

No existe una metodología única y específica de Animación Cultural; existen diferentes propuestas metodológicas. Sin embargo, dentro de esa variedad existe un elemento o aspecto en común: se trata de una **metodología participativa** que en todos sus momentos, fases o acciones, tiende a generar procesos en los que se implica a la misma gente.

Por ser una metodología participativa, es flexible y adaptativa a cada aplicación concreta. Es decir, se cambia y enriquece de acuerdo con las intervenciones y aportes de la misma gente, de sus intereses y preocupaciones.

La propuesta metodológica que aquí planteamos exige realizar cuatro tareas básicas:

- Un estudio-investigación que se expresa en el diagnóstico cultural.
- Una programación de las actividades que se quieren realizar
- La intervención propiamente dicha.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

- La evaluación de la actividad realizada.

Para actuar con eficacia y coherencia es preciso conocer la realidad sobre la que se va a actuar con el fin de diagnosticar necesidades y problemas.

Como guía o esbozo metodológico que sirva para realizar la investigación y elaborar un diagnóstico de la situación cultural proponemos los siguientes ítems:

3.1.- Referencia a la situación global

Ninguna situación 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 cultural eficaz. Es imprescindible disponer de una información lo más completa posible de la situación de la sociedad en la que se va a realizar la acción.

El alcance que ha de tener el estudio para disponer de una información lo más completa posible comprende los siguientes aspectos:

- Información demográfica fundamental.
- Factores económicos.
- Factores sociales.
- Factores psicosociales.
- Factores políticos que inciden de manera más directa en la situación cultural.

3.2.- Características de la situación cultural.

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 través de algunos indicadores que pueden considerarse como los más relevantes de la misma:

VIDA CULTURAL

- 1.- Cómo se informa a la gente sobre las actividades culturales.
- 2.- Tipo de actividades que se desarrollan; contenido y orientación de las mismas:
- 3.- Servicios culturales que se ofrecen. Actividades y manifestaciones culturales de mayor arraigo.
- 4.- Detección de las personas y colectivos que tienen una mayor participación en la vida culturales; es importante detectar las minorías activas y grupos de incidencia que puede participar en los programas de animación.
- 5.- Modo de concebir y desarrollar las actividades culturales.
- 6.- Tradiciones más significativas.
- 7.- Gustos y preferencias expresados por la gente.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

- 8.- Manifestaciones culturales que influyen en la formación de sus gustos actuales.
- 9.- Principales destinatarios de las actividades que se realizan.

POTENCIAL CULTURAL

- 1.- Recuento de organizaciones e instituciones que promueven actividades culturales públicas y privadas
 - estructura funcional de las mismas; capacidad
 - disponibilidades financieras;
 - recursos humanos disponibles;
 - sistemas de relaciones existentes entre las actividades culturales.
- 2.- Infraestructura y equipamiento cultural
 - bibliotecas; casas de cultura;
 - teatros; cines;
 - centros sociales; centros recreativos y culturales;
 - salas de exposiciones; salas de conciertos; etc.

MODOS O ESTILOS CULTURALES

- 1.- Modelos y patrones culturales dominantes.
- 2.- Valores culturales dominantes.
- 3.- Procesos culturales más importantes.

Las pautas o indicaciones presentadas para realizar el estudio de la situación global y la caracterización de la situación cultural, no son exhaustivas. Se pueden excluir unas y agregar otras.

3.3.- 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 las actividades culturales. Este ámbito operativo puede ser un grupo, una organización, un barrio, un municipio, zona o región.

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.

Digamos, ante todo, que entendemos por necesidades culturales todas aquellas que se relacionan con



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

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 ilustrado de la razón; de las que permiten el acceso a determinados bienes; de las que favorecen la expresión. Constituyendo a su vez, formar de iniciación o de desarrollo de los lenguajes creativos; de las manifestaciones lúdicas de la creación de ámbitos de encuentro y comunicación que favorecen la vida asociativa.

Como antes mencionamos. Los tres ámbitos operativos principales en los que se puede promover y desarrollar programas de Animación Cultural y en donde, consecuentemente se deben realizar estudios de necesidades culturales son: el grupo, la organización o institución y la 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 a las técnicas a utilizar para conocer las necesidades culturales.

Estudio de las necesidades culturales de un grupo

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

- 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 lo 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 cultural.

Para conocer las necesidades culturales de un grupo podemos utilizar como técnica la reunión (adecuadamente preparada).

Estudio de las necesidades culturales de una organización

El estudio será bastante diferente según la índole de la institución que desea promover las actividades: una escuela, un centro social, una asociación de vecinos, una casa de la juventud, una institución cultural. etc.

Conviene estudiar, fundamentalmente las siguientes cuestiones:

- estructura funcional de la institución.
- aspectos normativos de la institución, disposiciones, reglamentos etc... Que regulan las actividades



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

culturales

- aspectos técnicos-operativos que hacen referencia a los principales rectores y a la modalidad de llevar a cabo las actividades culturales

- actividades culturales que ha realizado la institución

- actividades que desearía realizar y no lo ha hecho

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.

- observación.

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

Ya que dentro de un área geográfica existen diferentes tipos de usuarios los criterios para el estudio de necesidades serán los siguientes:

1.- Características de la población.

2.- Grupos específicos, ya sea porque están conjuntados en organizaciones o instituciones, o bien porque se trata de grupos informales que tienen necesidades comunes.

3.- Ubicación geográfica: según subáreas o sectores; lugar de residencia. Posibilidades de acceso a los servicios culturales, equipamientos e infraestructuras disponibles, etc.

4.- Existencia de áreas policulturales o poliétnicas, que hacen más complejo un estudio de este tipo.

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 participativa.

- técnicas de grupos nominales y foro de la comunidad.

- censos de conducta.

- informantes-clave.

- grupos de creación participa

3.4.- Estudio de la demanda cultural

La razón que justifica este estudio - que es diferente al de las necesidades - es obvia: ¿de qué sirve una oferta cultural sino existe una demanda de lo que se ofrece? Es necesario conocer todo lo referente a los gustos y preferencias expresadas por la gente, a los que aludíamos en el párrafo de la situación cultural.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

Lo que se pretende con el estudio de la demanda es prestar atención efectiva a las distintas clases de público.

El estudio de la demanda cultural debe realizarse teniendo en cuenta las distintas categorías de usuarios culturales:

- Usuarios habituales.
- Usuarios potenciales
- No usuarios

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.

3.5.- Jerarquización de necesidades y problemas

No basta con haber obtenido un listado de necesidades y problemas, es necesario establecer una jerarquización de los mismos. Los criterios para establecer la jerarquización serán los siguientes:

- ideológico-políticos
- técnico-operativos.

La jerarquización de necesidades se hace a efectos de establecer prioridades en la fase de programación.

3.6.- Inventario de los recursos disponibles

Un programa o simplemente una actividad cultural, puede desembocar en un fracaso si no se presta la debida atención a los recursos para llevarlo a cabo.

Hay que distinguir cuatro tipos de recursos: materiales. Financieros, técnicos y humanos.

En el contexto de la animación cultural como en todas las técnicas sociales la metodología del proceso de intervención implica consideraciones relacionadas con otras tres además del diagnóstico ya expuesto.

En cuanto a la intervención propiamente dicha, existen dos estrategias diferenciadas: **normativa** y **participativa**

INTERVENCIÓN NORMATIVA

- El animador interviene como un consejero, comenzando el diálogo con los diferentes miembros de un grupo.
- Se define el problema de manera sistemática y se formulan hipótesis.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 41 – ABRIL DE 2011

- Se programa el proceso de aplicación de las hipótesis elegidas.
- Se comienza el proceso de intervención, evaluando periódicamente los efectos de las actuaciones realizadas.
- Se procede a la evaluación final y a la toma de decisiones normativas.

INTERVENCION PARTICIPATIVA

- La comunidad es la que analiza, define y resuelve el problema.
- El fin último de la intervención es la transformación social.
- La intervención participativa exige la participación plena e integral de la comunidad.
- El proceso de intervención participativa puede suscitar una mejor toma de conciencia de quienes intervienen en el.
- La participación de la comunidad facilita un análisis más preciso de la realidad social.
- El animador aquí, es un participante comprometido que aprende durante la investigación. Adopta una actitud militante y no se refugia en la indiferencia.

4- APLICACIÓN EN EL AULA

En definitiva la aparición de la animación cultural responde a una reacción frente al carácter inaceptable de una cultura cuya producción y transmisión están reservadas a una minoría privilegiada intelectualmente y/o económicamente y a un proyecto tendente a que los ciudadanos intervengan directamente en una cultura que viven cada día, participen en su creación y la integren en su desarrollo general.

5-REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- *ANDER-EGG. E. (1989). *La animación y los animadores*. Narcea. Madrid.
- * CASTRO de, A. (2000) *La animación cultural. Nuevas perspectivas*. Popular. Valladolid

Autoría

- Nombre y Apellidos: África Chacón Blanco
- Centro, localidad, provincia: Ceuta (Ceuta).
- E-mail: afri-76@hotmail.com