

CURSO: ORGANIZACIÓN E XESTIÓN DE PROGRAMACIÓNS CULTURAI, DEPORTIVAS E DE OCIO NAS ADMINISTRACIÓNS LOCAIS

Tema 3: PROXECTOS DE ANIMACIÓN CULTURAL, DEPORTIVA E OCIO: DESENVOLVEMENTO DE PROXECTOS DE ANIMACIÓN CULTURAL, DEPORTIVOS E DE OCIO. REDES ASOCIATIVAS CULTURAI, DEPORTIVAS E DE OCIO



INTRODUCCIÓN

O peso significativo da cultura, o deporte e o ocio na economía española é incuestionable. Os recursos e riquezas que xeran, actúan como un factor de desenvolvemento e sostibilidade territorial. A diversificación, consolidación e mellora da súa oferta no territorio non só resulta fundamental para avanzar en cohesión co Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia Social, permitindo o acceso de toda a cidadanía a estes servizos, senón que tamén é un factor clave para o desenvolvemento económico ó longo do territorio.

Por poñer un exemplo, antes de sufrir o impacto da pandemia COVID 19, a industria cultural representaba o 3,2% do PIB en España e proporcionaba emprego a 710.200 persoas, o que representaba un 3,6 % do emprego total do país.

Esta contribución foi crescendo desde 2013 e o incremento interanual respecto do 2018 foi de 0,8 puntos porcentuais. A participación cultural da poboación mostraba, antes da pandemia, elevados indicadores anuais en actividades culturais como escoitar música, ler e ir ó cine, con taxas do 87,2%, o 65,8% e o 57,8% respectivamente. Estas actividades seguían en intensidade á visita a monumentos, que realizaba cada ano o 49,3% da poboación, a asistencia a museos ou exposicións, 40,5% e 29,8%, respectivamente, ou o acceso por Internet en bibliotecas, 26,8%. Cada ano o 46,8% da poboación participa en espectáculos en directo de artes escénicas ou musicais.



1.- DINAMIZACIÓN E COHESIÓN DO TERRITORIO

A cultura, o deporte e o ocio enténdense como forzas transformadoras para a rexeneración das comunidades, núcleos da riqueza patrimonial de Europa e da súa historia, e que desempeñan un papel fundamental á hora de aumentar o atractivo dos lugares e de reforzar a identidade única de unha ubicación específica. A elo debemos sumar a evolución do concepto de ocio ata os nosos días variado naturalmente en paralelo ós cambios que tiveron tamén outros moitos valores da sociedade. Esta evolución supón un proceso de democratización, chegándose a considerar o ocio na actualidade como un dereito de toda persoa.

O ocio e o tempo libre, constitúen un ámbito fundamental na vida de todo ser humano. É un tempo que dedicamos a facer o que nos gusta, o que nos fai disfrutar, o que desexamos compartir. O emprego positivo, sociocultural, activo, participativo, constructivo e comprometido con aquilo que pode chegar a cuestionar directamente ás persoas é o que denominamos ocio.

O tempo libre aparece como o continente mentres que o ocio maniféstase como o seu contido.

Todo elo son factores clave a ter en consideración para impulsar e posibilitar a innovación, ó igual que unha fonte de capacidade empresarial importante.

Máis se cabe no entorno do estado español caracterizado por un sistema territorial que fomenta a participación de diversos actores. O patrimonio é unha estrutura do pasado con presente e, sobre todo futuro, grazas á súa gran capacidade de arrastre.

Así, a dinamización é un factor decisivo para potenciar o impulso destas actividades económicas que, á súa vez, serven para mellorar a cohesión interna do territorio nacional.

Polo tanto, é decisiva a actuación para consolidar a actividade cultural, deportiva e de ocio ó longo do país sobre a base duns recursos sostibles, eficientes, capaces de xerar riqueza e benestar e con repercusión directa nos habitantes da zona. Doutro xeito, faise necesario garantir o acceso á cultura nos termos fixados pola Comisión na súa Nueva Agenda Europea para la Cultura (2018) na que se dictamina que a cultura é un medio ideal para favorecer a cohesión social.

O elemento inmaterial, é dicir, favorecer a proliferación de ideas e proxectos culturais vai na liña de ampliar as capacidades, permitindo a aparición e mantemento de actividades culturais de calidade e promovendo oportunidades de participación e creación para tódolos cidadáns, independentemente do seu lugar de residencia.

Trátase, en suma, de facilitar o acceso a este servizo como motor do crecemento no que as administracións locais xogan un papel clave e fundamental.



2.- A ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

A animación existe desde o nacemento da civilización, con nomes diferentes e baixo distintas formas. ¿Acaso non contamos sempre coa presenza de actividades que nos proporcionaron disfrute? Cando no Antigo Exipto organizaban os seu grandes banquetes, realizaban pelexas de loita libre ou xogaban a xogos de estratexia, ¿non buscaban o pracer de participar ou observar estas actividades? ¿Non perseguían o mesmo obxectivo os romanos cando levaban a cabo eses grandes eventos circenses ou espectáculos nos anfiteatros?

A primeira vez que se utiliza o termo “animación” é no ano 1955 en Austria durante unha reunión organizada pola UNESCO, aínda que onde adquire carta de natureza é na Francia da década dos sesenta (López y Salas, 1988). A finalidade principal da animación en este país trala 2ª Guerra Mundial, foi a de dotar dun sentido de comunidade a unha poboación fragmentada pola contenda.

A UNESCO define a animación sociocultural como “o conxunto de prácticas sociais que teñen como finalidade estimular a iniciativa e a participación das comunidades no proceso do seu propio desenvolvemento e na dinámica global da vida sociopolítica na que está integrada”



A pesar de que o termo expandeuse a estados con influencias francófonas, non ocorreu así en países anglosaxóns, onde se utiliza a palabra “sociocultural community development.”

A animación sociocultural é diferente á educación popular. Esta última nace a finais do século XIX ligada a ideoloxías políticas que pretendían a democratización da cultura escolar, surxindo así universidades populares, institutos de cultura popular, etc. A educación permanente e a de adultos son outros exemplos da súa finalidade e do entorno escolar no que se leva a cabo. Pola contra, a animación sociocultural está orientada a grupos e non a individuos aislados. Insértase na propia cultura do colectivo e utiliza as actividades educativas e culturais como medio para a emancipación persoal, grupal e social.

A animación sociocultural e de ocio teñen, á súa vez, asociada dous conceptos: o de democratización cultural e o de democracia cultural. O primeiro refírese á intención de facer chegar á maioría da poboación os coñecementos e valores culturais elaborados e desfrutados historicamente por unha minoría culta. O segundo, e en relación co anterior, pretende que colectivos cada vez máis amplos participen na creación e formulación dos valores e actividades culturais que lles concirnen e que lles afectarán

no futuro. O/a animador/a deberá, polo tanto, cumprir esta dobre función, por un lado poñer os seus coñecementos e habilidades ó servizo das persoas participantes, e por outro implicar directamente ó grupo na toma de decisións, facilitando así a súa propia autonomía.

O animador deportivo é aquel profesional que desempeña unha función dinamizadora, formativa e socializadora, tanto nun contexto individual como grupal. Non se dedica en exclusiva a unha poboación determinada, polo que debe posuír recursos e coñecementos suficientes para atender a todos e cada un dos colectivos cos que traballe. A súa labor no ámbito do grupo trata de conseguir o máximo crecemento da persoa a través de dinámicas que requiran unha relación e colaboración cos demais como medio para alcanzar un desenvolvemento social global

2.1.- A ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL E O SEU PAPEL. ¿QUÉ FAI, COMO PLANIFICA O SEU TRABALLO?

A figura do/da ASC é o/a axente que motiva, facilita e dinamiza os procesos de participación grupal e social para que os colectivos ou sectores sociais determinados poidan desenvolver a capacidade persoal e colectiva, de transformar a súa realidade concreta, mellorando a súa calidade de vida, con protagonismo e autonomía.

Podemos sinalar entre as principais misións desta figura as seguintes:

- Promove a participación, actuando na expansión e fortalecemento das redes de participación social.
- Impulsa o coñecemento da realidade. Parte dos recursos, necesidades, características propias da realidade e do entorno no que traballa e, en consecuencia, coñece e analiza esa realidade e sabe, así mesmo, ensinar ó grupo a coñecela e analizala tamén.
- Facilitador/a de aprendizaxes de participación, de organización social: coñecer a propia realidade, cambiar actitudes e hábitos, desenvolver capacidades, habilidades e destrezas, potenciar valores relacionados co concepto de solidariedade, respecto, interculturalidade, convivencia, paz, resiliencia, espírito deportivo, etc.
- Motivación dos grupos e colectivos, fortalecemento da autoestima, do desenvolvemento da creatividade, facilitar a iniciativa, a agrupación e a cooperación.

- Canaliza as demandas de maneira eficiente.
- Impulsor/a e fortalecedor/a de grupos, mediante a intervención nun marco concreto dun barrio, unha asociación, unha comarca, etc, sempre nun territorio que poida coñecer e afiance as relacións.

2.3.- A ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL E A SÚA METODOLOXÍA

A realidade na xestión das actividades culturais, deportivas e de ocio desde os servizos municipais é complexa e diversa. En cada comunidade xurden necesidades, intereses e situacións diferenciadas segundo os sectores que o compoñen, polo que a acción non pode ser indiscriminada e xenérica. Necesítase unha metodoloxía de intervención, un conxunto de técnicas sociais que eviten a improvisación ou discontinuidade.

Aínda así, podemos sinalar algúns elementos comúns:

- Analizar a realidade: consiste en realizar o diagnóstico previo á posta en marcha; coñecer as necesidades, descubrir as potencialidades e recursos dispoñibles. A análise debe de ser algo dinámico e en continua actualización conforme avancen no coñecemento de novas necesidades.
- Fixar o obxectivo: impulsar a iniciativa colectiva, o protagonismo do grupo ou da comunidade no seu propio proceso de desenvolvemento.
- Planificar: dirixindo as accións para conseguir o punto anterior. O porqué, o qué, o para qué, o a quen, o cómo, o con quen, o con qué, o cando e o ónde. É un proceso de identificación de prioridades. Unha axeitada planificación debe de ser para o “éxito” no logro dos obxectivos, e contribuirá á redefinición dos novos.
- Avaliar: debe ser un proceso permanente durante todo o proxecto, non algo puntual ó rematar, contando coa máxima participación grupal. A avaliación é un novo punto de partida para outra actividade e a continuidade da anterior. Avaliar é obter os resultados do recoñecemento do proceso.
- Revisar: a metodoloxía ten que ser un proceso flexible e adaptativo, que implique ó grupo, a tódolos participantes.
- As accións: deben ser gratificantes para os que as desenvolven, imaxinativas, creativas e participativas; alcanzables e executables e encamiñadas ó éxito. Promover a continuidade e a mellora constante.

3.- REDES ASOCIATIVAS CULTURAIS, DEPORTIVAS E DE OCIO

Existen toda unha variedade na tipoloxía de asociacionismo no noso país. Se falamos estrictamente do ámbito cultural, de ocio e deportivo podemos clasificalas como: **culturais, educativas e de comunicación, deportivas e recreativas.**

Resulta fundamental fomentar e potenciar o asociacionismo, pero desde un prisma de consolidación e estabilidade que pouco a pouco se consolide a través da xeración dos seus propios medios. A labor de guía e acompañamento desde a área municipal correspondente será fundamental para o crecemento destas actividades e poder chegar así a toda a poboación, logrando maior participación e dinamización da cidadanía.

Por outra banda, o apoio da iniciativa privada mediante a promoción, a difusión, a participación activa e a aportación de ideas, é un elemento clave no desenvolvemento das actividades destas áreas.

Unha asociación aberta, conectada con outras, ben enredada cos colectivos e entidades que traballan no seu entorno, que se alimenta permanentemente coas ideas, as informacións, as aportacións, os recursos, as oportunidades que lle proporcionan as súas múltiples relacións, conseguirá medrar, farase máis forte e poderá avanzar mellor cara as súas metas sociais.

Pola contra, unha asociación illada, pechada en sí mesma, que se mira permanentemente o embigo, está irremediabilmente condenada a enquistarse, a envellecer e, en definitiva, a desaparecer.

Pero non nos enganemos, a cousa non é nada fácil. Non se trata dun cambio superficial, senón de unha transformación profunda na cultura asociativa, unha “revolución cultural” nas asociacións. Na promoción das nosas actividades teremos en conta a potenciación do asociacionismo, implicando máis ós axentes sociais comunitarios, creando órganos de participación e decisión. Tamén ás administracións, especialmente a local, que deberá actuar de guía e apoio permanente, así como levar a cabo accións de colaboración e cooperación con estas redes para non duplicar ofertas e aproveitamento de recursos e evitar a competencia desleal.



❖ Podemos encontrar maior información nos seguintes enlaces:

❖ Tempo libre, actividades de ocio e deporte:

<https://www.csd.gob.es/es/tiempo-libre-actividades-de-ocio-y-deporte>

❖ Plan director do deporte inclusivo:

<https://www.csd.gob.es/es/mujer-y-deporte/plan-director-deporte-inclusivo-2020>

❖ A xestión cultural nos pequenos e medianos municipios: *“Mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo. (E. Galeano)*

<https://elnuevofuncionarioconhabilitaciondecaracternacional.wordpress.com/2018/02/17/la-gestion-cultural-en-los-pequenos-y-medianos-municipios/>

❖ Xestión deportiva municipal en España.

[http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/C9EE00D4-2A6E-4D8E-A0CB-B7C82634E979/268582/gestion dep mpal ibero espana.pdf](http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/C9EE00D4-2A6E-4D8E-A0CB-B7C82634E979/268582/gestion%20dep%20mpal%20ibero%20espana.pdf)