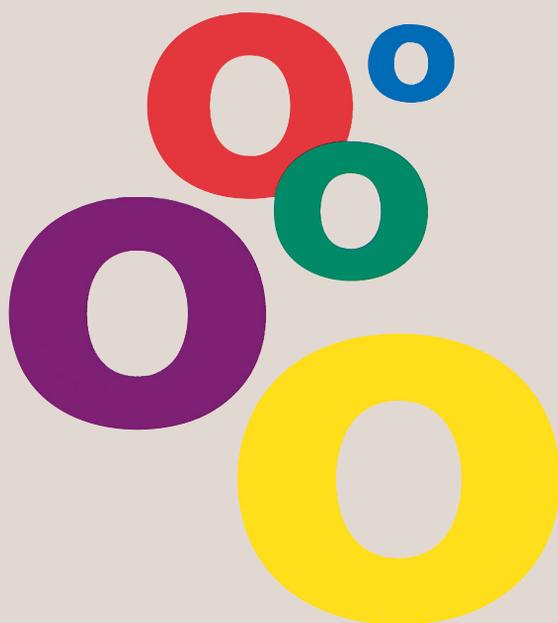


José Antonio Caride Gómez y Juan Francisco López Paz (editores)

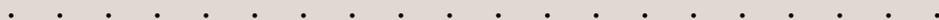
Ocio y Voluntariado Social

Búsquedas para un equilibrio integrador

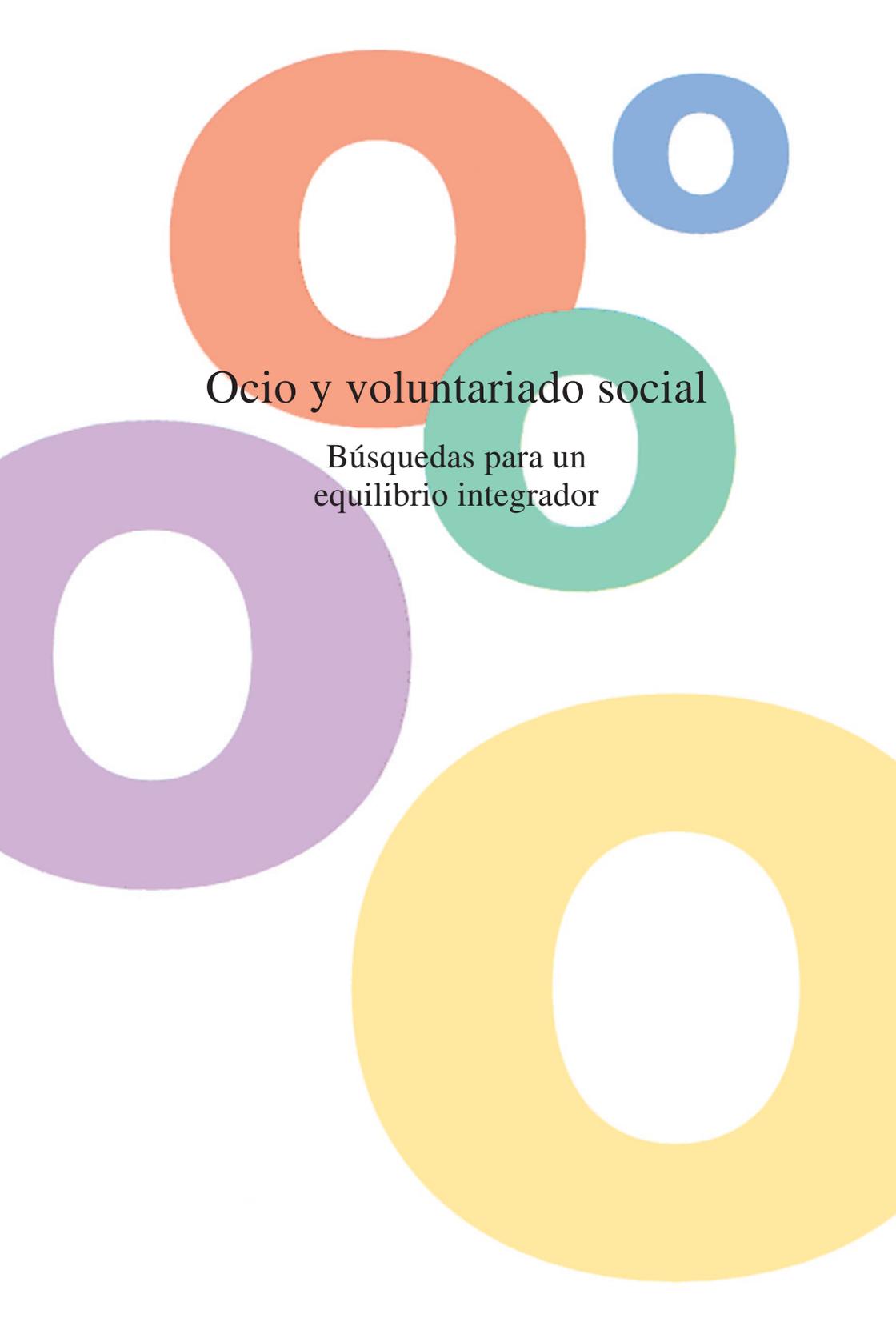
Documentos de Estudios de Ocio, núm. 21



Universidad de
Deusto



**Instituto de
Estudios de Ocio**



Ocio y voluntariado social

Búsquedas para un
equilibrio integrador

José Antonio Caride Gómez y Juan Francisco López Paz (editores)

Ocio y voluntariado social

Búsquedas para un equilibrio
integrador

2002
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 21

El Instituto de Estudios de Ocio pretende que la aparición de sus *Documentos* ayude a paliar la escasez de publicaciones sobre temas de ocio en lengua castellana. Cada Documento tratará de responder a alguna cuestión relacionada con la práctica del ocio, entendido como cultura, deporte, educación, turismo, recreación y desarrollo personal y comunitario. Los especialistas y técnicos en las áreas señaladas podrán disponer así de investigaciones, instrumentos de trabajo y puntos de vista de personas que colaboran con este Instituto universitario. El contenido de cada uno de los documentos es obra y responsabilidad de su/s autor/es.

Dirección

Manuel Cuenca

Edición

Cristina de la Cruz

Consejo de Dirección

M.^a Luisa Amigo

Susana Gorbeña

Eduardo Martín

Roberto San Salvador del Valle

M.^a Luisa Setién

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Publicación impresa en papel ecológico

© Universidad de Deusto

Apartado 1 - 48080 Bilbao

ISBN: 978-84-9830-448-0

Índice

- Introducción.** Ocio y voluntariado social: Solidaridad y acción cívica en el tiempo libre,
por *José Antonio Caride Gómez* y *Juan Francisco López Paz* . . . 9

PRIMERA PARTE

Evolución del voluntariado en clave socio-histórica

- Cuestiones de investigación del voluntariado y el ocio,
por *Geoff Nichols* y *Richard Garrett* 37
- El voluntariado social propio de una cultura alternativa,
por *Juan Francisco López Paz*. 53
- Ocio, voluntariado y desarrollo humano,
por *M.^a Luz Barba Tejedor*. 67

SEGUNDA PARTE

El voluntariado en la sociedad contemporánea

- El voluntariado en el Reino Unido: oportunidades y retos,
por *Justin Davies Smith* 75
- Las respuestas estratégicas de los clubes deportivos de voluntarios al Sport England Lottery Fund,
por *Richard Garrett*. 91
- Voluntariado en el Reino Unido: un caso de estudio de deporte y ocio,
por *John J. Deane* y *Andrew Adams*. 115

El voluntariado dentro de la empresa. El caso de Servicios Sociales Integrados S. Coop., por <i>Marta Enciso Santolices</i>	141
El programa Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, por <i>María Colomer Rosa</i>	155
La globalidad del fenómeno del ocio y el fenómeno asociativo: el rol de Aisiker ante la transformación del perfil de los profesionales del ocio, por <i>Sorkunde Barandiarán y Teresa Grande</i>	171

TERCERA PARTE

Experiencias e investigaciones que denotan el protagonismo del voluntariado

Interrelación entre ONG y ciudadanía: análisis de la base social de Médicos Sin Fronteras-España, por <i>Bernardo García Izquierdo</i>	201
Experiencia de ocio en disminuidos físicos de Aragón, por <i>Ana Aznar Martínez</i>	221
Ocio y tiempo libre de los universitarios: el caso del asociacionismo, por <i>Julio Rodríguez Suárez y Esteban Agulló Tomás</i>	233

Introducción

Ocio y voluntariado social: solidaridad y acción cívica en el tiempo libre

José Antonio Caride Gómez y Juan Francisco López Paz

La emergencia del voluntariado: realidades y perspectivas

Son muchos los autores que coinciden en observar el voluntariado como uno de los fenómenos más sugerentes del quehacer social que se construye en las últimas décadas. No sólo como un modo de reconocer o hacer más visible la ingente tarea que emprenden los «nuevos» movimientos sociales a favor de la libertad y del desarrollo humano, luchando por los «viejos» ideales de justicia, solidaridad o emancipación (Riechmann y Fernández Buey, 1994), sino también como una forma de comprometer e incrementar el protagonismo de los ciudadanos en una sociedad cada vez más golpeada por las perversas consecuencias de la modernidad (Beriain, 1996). Sociedad en riesgo, pobre y opulenta a un tiempo, arcaica y naciente, opresora y libre... en magnitudes cuyos contrastes apenas encuentran precedentes en la larga historia de la Humanidad.

Es en este escenario, planetario y local, donde las iniciativas colectivas que suscriben —con mayor o menor radicalidad— los derechos cívicos tratan de sobreponerse a la indiferencia egoísta o al individualismo a-social, generando *instancias de mediación* que nutren su credibilidad en la participación altruista, voluntaria y hu-

manitaria, fuera e incluso en contra de los Estados y sus estructuras institucionales; mediación que no prescinde de la asistencia o la ayuda cooperativa, aunque con frecuencia se reivindique adscrita a los procesos de transformación y cambio social. De hacerlo, en cualquier caso, desde el poder que confieren las «virtudes públicas» de una ética civil dirigida a regular la convivencia y la participación de los ciudadanos en una sociedad democrática: de una democracia con capacidad para «organizar la vida pública de forma que todos los individuos se sintieran obligados a luchar por unos intereses comunes y no se ocuparan exclusivamente en la satisfacción de sus intereses particulares» (Camps, 1991: 43). Y que, por ello, motiva la *implicación organizada* de personas que se preocupan y ocupan de problemas que brotan de la conflictividad bélica y étnica, de las desigualdades sociales, de la segregación y la exclusión social, del abandono o del maltrato físico y moral, de necesidades insatisfechas, etc.

De este modo, por muy diversas razones, la convergencia entre el altruismo cívico, por un lado, y la responsabilidad civil, por otro, adquieren un amplio reconocimiento público por su contribución al pluralismo social, a la ayuda mutua y al bienestar individual. Lo que, en opinión de Montagut (2000: 134) debe contextualizarse en una realidad social que «ayudada por el incremento del tiempo de ocio, del nivel de vida en las economías industriales y de una amplia difusión de las normas de participación y de autoayuda, en los países más avanzados», ha derivado hacia una mayor cooperación de los ciudadanos con los servicios sociales, impulsando nuevas formas de vinculación personal y colectiva al trabajo social, especialmente en su trayectoria asociativa. Coincidimos, en este sentido, con López-Cabanas y Chacón (1997: 217) cuando señalan que «el voluntariado es una forma de participación de los ciudadanos para colaborar en la resolución de problemas sociales, fundamentalmente organizados a través de asociaciones». Se trata, por ello, de un voluntariado organizado, que dirige su atención a dar respuestas eficaces y exigentes a necesidades de los individuos con la intención de mejorar su calidad de vida a través de iniciativas que se fundamentan en la solidaridad y la participación. Una participación voluntaria, dirá Zubero (1996: 57), que «no se reduce al compromiso en organizaciones sociales, aunque éste pueda ser su

máximo exponente», ya que participar, ser solidario, actuar con otros y para otros significa ser protagonista de la vida política y económica más cotidiana con nuevos criterios y desde otros marcos de referencia.

Como se sabe, al menos desde la Ilustración, la importancia de movimientos colectivos en la articulación del tejido social, en la lucha por la integración o por la cohesión social ha resultado decisiva. O, más aún, resultó y todavía resulta imprescindible cuando otras instancias de la sociedad instituida —las Administraciones Públicas, los sistemas educativos, los servicios sociales, la Sanidad, las Empresas, el Mercado, etc.— muestran importantes debilidades a la hora de garantizar los derechos de amplios sectores sociales. Bien es cierto que llegando al extremo de que su creciente protagonismo en la vida cotidiana —junto a otras razones no siempre confesadas— ha deparado «el sometimiento de la acción voluntaria a formas jurídicas y la intervención de los poderes públicos en la organización, promoción y orientación del voluntariado» (Madrid, 1996: 262), en la esfera de los Organismos Internacionales, de las competencias gubernamentales y de las prácticas políticas de alcance nacional, regional o local.

Sirva como ejemplo el caso español, donde estas intenciones se ha proyectado, entre otros, en los textos normativos de la Ley 6/1996, de 15 de enero, del Voluntariado, o en las Leyes de «Servicios Sociales» y del «Voluntariado» de las Comunidades Autónomas. Más o menos literalmente coinciden en la necesidad de promover la acción voluntaria organizada como una dimensión sustantiva del derecho a la libre asociación, permitiendo a las personas habilitarse como agentes sociales, superando la mera adscripción que conllevan las relaciones de vecindad, amistad o familiares. En su «exposición de motivos», la Ley del Voluntariado aprobada por las Cortes Generales (Boletín Oficial del Estado de 17 de enero de 1996) suscribe que «el moderno Estado de Derecho debe incorporar a su ordenamiento jurídico la regulación de las actuaciones de los ciudadanos que se agrupan para satisfacer los intereses generales, asumiendo que la satisfacción de los mismos ha dejado de ser considerada como una responsabilidad exclusiva del Estado para convertirse en una tarea compartida entre Estado y sociedad». A lo que añade: «el Estado necesita de la responsabilidad de sus ciudadanos

y éstos reclaman un papel cada vez más activo en la solución de los problemas que les afectan».

En opinión de García Inda (1995, 1996), el contexto en el que se enmarca la regulación del voluntariado está determinado por dos fenómenos muy concretos. En ellos también han insistido otros autores (véase, por ejemplo: Renes, 1994; García Roca, 1994) cuando se plantean la necesidad de crear vínculos y redes sociales en una sociedad desarticulada, o cuando se invoca la solidaridad y el altruismo como mecanismos que permitan afrontar una dinámica social cada vez más competitiva y mercantilizada:

- El primero de ellos se remite a la «crisis del Estado de Bienestar» o, si se prefiere, a las transformaciones del Estado Social, y la consiguiente necesidad de redefinir los mecanismos que permiten satisfacer las necesidades sociales: «el voluntariado, ante esa circunstancia, aparece como una posibilidad interesante para complementar según unos, o sustituir, según otros, las insuficiencias de los cauces de participación y acción social públicos o privados, configurando un sistema mixto que permita aprovechar las diferentes iniciativas (públicas y privadas) que contribuyen al bienestar» (García Inda, 1996: 201). Así, en muy diversos ámbitos —la educación, el medio ambiente, la salud, la dinamización cultural, la mujer, la vejez, la infancia, etc.—, los «voluntarios» ejercen y complementan tareas que, supuestamente sin yuxtaponerse al papel del Estado y al de los «profesionales», se encaminan al fomento y universalización de los derechos individuales y sociales. No obstante, la delimitación de los campos que han de ocupar el voluntariado y otros agentes sociales como los grupos primarios, el mercado o los poderes públicos siguen estando en el centro de la polémica.
- El segundo se inscribe en las extensas y continuadas transformaciones globales de una sociedad que empuja a amplios colectivos sociales (jóvenes, mujeres, profesionales, etc.) hacia la búsqueda de «vías informales de organización y de expresión de necesidades y recursos sociales, lo que se ha calificado con la expresión más o menos discutible como una reemergencia de la sociedad civil» (García Inda, 1996: 202),

como reacción al escepticismo y al desencanto que han ido suscitando otras formas de participación. La «regulación», en un Estado que se hace permeable a la penetración de la acción voluntaria, se hace así más política, toda vez que la acción voluntaria ya no se contenta con atender ciertas necesidades o problemas emergentes, sino que diseña estrategias, sistematiza la organización de la iniciativa social, se plantea influir en el conjunto de la sociedad, pone el acento sobre la conciencia crítica, anima la «acción reivindicativa de base», etc. En opinión de Gil García (1989: 11), «cabe pensar que se trata de una permeabilidad sospechosa e interesada», toda vez que la institucionalización del voluntariado está generando dependencias excesivas (subvenciones, convenios, etc.) y sistemas de control que amenazan con desnaturalizar sus motivaciones más primigenias. La domesticación de las entidades de acción voluntaria con la intención de adherir o «racionalizar administrativamente» cualquier tentativa de movilización social, no sólo ha supuesto su instrumentalización sino también la fagotización de la espontaneidad más creativa y asociativa. Y, con frecuencia, un quehacer colectivo más libre y honesto.

Con todo, más allá de las lecturas que ubican el voluntariado o la acción voluntaria en las contradictorias realidades sociales de finales del siglo xx, ya sea en las sociedades desarrolladas o en las que aspiran a ello, ha de reconocerse la transcendencia que el han alcanzado sus modos de canalizar la contribución que las personas o grupos de personas realizan libre y gratuitamente en proyectos colectivos. Tanto que, como recuerda Domingo (1996: 27), en la asociación voluntaria queda reflejado «uno de los fenómenos más apasionantes para la ética política» de las últimas décadas. En este sentido, no puede obviarse que los múltiples cambios socio-económicos y culturales que se producen a partir de los años setenta (a raíz de acontecimientos tan significativos como la crisis energética, el «mayo francés», la conclusión de la «guerra fría», etc.) derivan hacia la quiebra de muchas de las líneas de identidad, solidaridad y articulación social que buscaron amparo —después de la Segunda Guerra Mundial— en el Estado de Bienestar de perfil keynesiano y

en la universalización de los Derechos Humanos proclamados en 1948. La reinención de la «sociedad civil», cuando ya agoniza el segundo milenio, resume buena parte de los ensayos destinados a hacer compatibles la modernización social, la seguridad económica, la viabilidad política de los derechos sociales y la legitimidad de la democracia (Rodríguez Cabrero, 1997).

Es en esta coyuntura, donde se produce la «búsqueda del mayor equilibrio posible entre los actores sociales (personas, grupos, comunidades, colectivos ciudadanos, etc.) y los agentes políticos que ostentan su representatividad en los escenarios del Estado y de las diferentes Administraciones Públicas, al menos en lo que se refiere a la satisfacción de las necesidades más básicas del conjunto de la población, la redistribución de los recursos disponibles, la gestión de los bienes que configuran el patrimonio común o la universalización de los derechos fundamentales a todas las personas que comparten un determinado territorio» (Caride, 2000: 19). Curiosa o desdichadamente, sin que esta situación pueda pasar por alto el peligro de trasvasar la dualización social a lo que Domingo (1996: 27) concibe en términos de «una doble moral: en la vida profesional-pública se práctica la lucha despiadada por el éxito y como voluntario-privado se práctica la ayuda, la compasión y la generosidad. Peligro que se agrava cuando las instituciones, junto con sus responsables de legitimación o formación, presumen de compromisos cosméticos con el voluntariado, olvidándose de las condiciones de responsabilidad que podrían hacer posible unos mínimos de justicia».

En una u otra dirección, los *viejos* y *nuevos* movimientos sociales, las organizaciones no gubernamentales, el Tercer Sector y otras denominaciones al uso (tercer sistema, tercera dimensión, sociedad flexible, sector non-profit, privado-social, economía social, entidades de iniciativa social, entidades no lucrativas, entidades altruistas, etc.) acabarán identificándose con un amplio elenco de agentes colectivos que surgen con la intención de afrontar —o, simplemente, compensar— la verticalidad del poder y la cultura cívica que genera el Estado-nación, insatisfechos o frustrados por sus incongruencias en el combate del malestar social, buscando formas alternativas de organización y de relación humana al objeto de intervenir en el proceso de transformación social, promoviendo cam-

bios u oponiéndose a ellos (Riechmann y Fernández, 1994: 47). Caracterizados por un alto grado de pluralismo y de diferenciación interna, con multiplicidad de corrientes, tendencias y formas de acción, en muchos casos canalizan sus energías «como reacción a las estrategias neoliberales de privatización y desmantelamiento del Estado del bienestar. La política social —su defensa o incluso su realización a partir del funcionamiento de organizaciones no gubernamentales o del voluntariado social— ha sido... uno de los puntos nodales de [sus] movilizaciones en los últimos años» (Alonso, 1993: 12-13). Otras veces, su tarea no va más allá de la instrumentalización que precisan ciertas instituciones financieras, socio-políticas y religiosas para «obtener plausibilidad de sus acciones ante la opinión pública» (Domingo, 1996: 28): no sólo para legitimarse, recuperar o adquirir credibilidad social; también para dotarlas de una fuente inagotable de rentabilidad financiera y estratégica.

Aunque esto sea o pueda ser así, en una sociedad que trata de vitalizarse ensanchando las posibilidades de sus estructuras asociativas, sobre todo en el mundo occidentalizado —ya que no puede darse por supuesto que todas las sociedades, en particular las no occidentales, compartan esta tendencia hacia la asociación voluntaria (Then, 1999)— no debe intepretarse únicamente desde los significantes críticos —o negativos— de un proceso que ha posibilitado el despertar político y moral de un ingente volumen de personas y colectivos que luchan por un mundo más habitable y solidario. Esto es: como una acción social que compromete «libremente» a los ciudadanos con una mejora significativa de la sociedad, injertando los derechos humanos en realidades vivas y palpables.

En todo caso, estamos mucho más cerca de su *cultura de la participación y de la solidaridad* que de los desapegos e inhibiciones procurados por las redes tecnológicas, la globalización o el mercado capitalista. Una *cultura*, en definitiva, que apuesta por «el trabajo cívico» —como complemento del trabajo convencional— y su sentido alternativo como fuente de «actividad e identidad que no sólo hace más feliz a la gente, sino que también crea cohesión en la sociedad individualizada mediante la revitalización de la democracia cotidiana» (Beck, 2000: 202); y que, por tanto, optimiza las posibilidades de una sociedad desjerarquizada. No obstante, conviene

precisar que en el discurso del Director del Instituto Sociológico de la Universidad de Munich la antítesis de la sociedad del trabajo no es la sociedad del tiempo libre o la sociedad del ocio, ya que éstas siguen siendo prisioneras del valor trabajo, contemplado negativamente: «es la sociedad de los ciudadanos, políticamente entendida, autónoma y consciente de sí misma, es decir, la cultura del *do-it-yourself*, la que desarrolla, pone a prueba y lleva a la práctica un nuevo (y más denso) concepto de lo político» (Beck, 2000: 16).

Al margen de estas consideraciones, reveladoras de las dificultades existentes para consensuar los perfiles de la sociedad que tenemos o pretendemos, de la sociedad imaginada o construida (¿del ocio?, ¿post-industrial? ¿post-moderna? ¿de la información?, etc.), justo cuando la vida en común cada vez se torna más incierta, controvertida y compleja, creemos que ha de precisarse cuáles son los verdaderos significados de aquello que identificamos como voluntariado o trabajo cívico. Y, aún más, como indica Montagut (2000: 140), evitar la confusión que puede existir entre *entidades voluntarias* y *voluntariado*, «dos conceptos que se refieren a dos fenómenos distintos aun siendo muy semejantes». Veamos.

Las *organizaciones voluntarias* son agrupamientos de personas que comparten y defienden intereses comunes, directamente afectados por su voluntad de coadyuvar en la construcción de la sociedad civil (Funes, 1993). Sus tareas —delegadas por el Estado o por propia iniciativa— se proyectan más allá de los miembros asociados, tratando de dar respuesta a una demanda o necesidad no satisfecha ni por el sector público ni por el mercado (Montagut, 2000). Para Froufe (1997: 97), «las funciones sociales que satisfacen las organizaciones de voluntarios son múltiples y siempre importantes dentro de la sociedad civil: dinamizan el tejido social; funcionan como mediadores ante los poderes públicos; impulsan la participación de los ciudadanos; colaboran en la construcción de un buen sistema de servicios sociales y hasta critican el abandono que padecen los más desfavorecidos dentro del organigrama del Estado». Reguladas con mayor o menor exigencia normativa, han de ajustarse taxativamente a su caracterización como entidades sin ánimo de lucro, en las que se garantiza la libre adscripción de personas que por su propia iniciativa participan en la acción social. La ética de la solidaridad y la transferencia del tiempo de uno mismo al tiempo dedicado

a los demás, constituyen soportes fundamentales de una tarea en la que, como recuerda Tedesco (2000: 25), «la posibilidad de vivir juntos no constituye una secuencia ‘natural’ del orden social sino una aspiración que debe ser socialmente construida».

El *voluntariado* pone énfasis en las personas que de una manera desinteresada dedican su tiempo y esfuerzos a cooperar en tareas por las que no recibe ninguna recompensa material o instrumental. Se mantiene en el tiempo, al no restringirse a actuaciones aisladas o esporádicas, en una situación muy concreta o en un momento determinado; tiene carácter altruista y solidario, pues supone una respuesta individual o colectiva a los problemas y necesidades de otros; su esencia radica en la libertad de la elección, ya que no podrá responder a una obligación personal o a un deber jurídico; su trabajo se ha de concretar en la obtención de bienes o servicios útiles, derivados de una dedicación humana, manual o intelectual o mixta, que exige un esfuerzo. En síntesis, en lo más formal, precisado en la Ley del Voluntariado española de 1996, «se entiende por voluntariado el conjunto de actividades de interés general, desarrolladas por personas físicas, siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o cualquier otra retribuida», y que se lleven a cabo «a través de organizaciones privadas o públicas y con arreglo a programas o proyectos concretos». Distanciándose de esta formalidad, dirá Beck (2000: 139-141), insistiendo en su conceptualización como un «trabajo cívico» que se trata de un contrapeso político que «no excluye absolutamente a ninguna persona, a no ser que ésta se excluya a sí misma», que «debe y puede unirse al trabajo en pro del bien común», que «está allí donde existen problemas y saltan chispas y también donde hay un margen para la crítica y la protesta. Se interesa por asuntos que suelen ser desdeñados, falseados o silenciados por las autoridades de turno. Se alienta particularmente... con los derechos civiles de las minorías y marginados», que «moviliza e integra (también los movimientos de protesta) y presta de este modo una ayuda preciosa a la Administración, a los partidos políticos y al Estado».

La formación del voluntariado, entendida no sólo como una exigencia de la organización hacia sus miembros, sino como un compromiso que las entidades voluntarias promueven respecto a

sus integrantes, desempeña un papel clave. De hecho, en la mayoría de las directrices que regulan las actuaciones de las entidades voluntarias consta que éstas han de proporcionar a las personas voluntarias una formación específica, orientándolas suficientemente para el ejercicio de sus funciones. Esta formación, en opinión de Armengol (1996: 92), deberá incidir en diversos ámbitos, caracterizándose como una formación *humana*, al objeto de garantizar la «identidad personal y de maduración en relación a los valores y actitudes personales básicas del voluntariado»; *relacional*, tanto en cuanto ha de refrendar la «calidad en las relaciones interpersonales, tanto por lo que se refiere a las actitudes como a las habilidades concretas»; *asociativa*, como aval de su «participación e integración en proyectos globales asociativos»; *técnica*, procurando el saber hacer y el desarrollo de competencias relativas a los «recursos personales y capacidades técnicas» que permitan actuar según la misión de la entidad y la vocación personal; *socio-cultural*, tanto en cuanto ha de asegurar la «comprensión del ahora y aquí de la entidad y del servicio del voluntariado que se pueda desarrollar».

Tiempo libre y voluntariado: el ocio como vivencia solidaria

Pese a su versatilidad, ya sea en los discursos o en las prácticas que lo procuran, el *ocio* mantiene desde antiguo una decidida vocación liberadora. Al menos, en dos dimensiones cuyos significados le otorgan un indudable protagonismo en la vida cotidiana de las personas, justo cuando se advierte el advenimiento de una civilización «inmaterial» y digitalizada (Mayor Zaragoza, 2000), en cuya arquitectura social el *ocio* y el *tiempo libre* suelen incluirse entre sus rasgos más definitorios.

La primera supone observar el ocio como el exponente de una práctica social que se inscribe en un «tiempo» que va más allá de las obligaciones rutinarias, impuestas por la supervivencia y las responsabilidades sociales (familiares, laborales, institucionales, etc.), y en el que se concretan situaciones o actividades que se realizan de forma completamente voluntaria, ya sea para descansar, divertirse o formarse: un tiempo, por tanto, que jamás podrá ser impuesto o direccionado preceptivamente al margen de la voluntad

de las personas. El ocio, dirá Ruskin (2000: 121) «se refiere a un área específica de la experiencia humana, dotado de sus propias ventajas, entre las que se incluyen la libertad de elección, la creatividad, satisfacción, disfrute y aumento del placer y la felicidad. Abarca formas globales de expresión o actividades cuyos elementos son, en su naturaleza, tan a menudo físicos como intelectuales, sociales, artísticos o espirituales». De ahí que, prosigue el autor, «el ocio es uno de los principales recursos para el desarrollo personal, social y económico, y uno de los aspectos importantes de la calidad de vida».

La segunda, mucho más importante, insiste en la necesidad de contemplar el ocio como un modo de proyectar la «libertad» en la vida cotidiana, posibilitando que la autorrealización personal y comunitaria se diversifique en emociones, sentimientos, iniciativas, experiencias, etc. al alcance de todos los ciudadanos; esto es, como un derecho que ha de reconocerse y ejercerse universalmente, aunque no puedan pasarse por alto las condiciones de desigualdad en las que se genera y perpetúa su valoración como una «realidad» más accesible a quienes ya gozan —con mayor o menor plenitud— de otros derechos fundamentales (relacionados con el trabajo, la salud, la educación, la vivienda, la alimentación, la seguridad, etc.). Por ello se considera que es una libertad sustantiva por sí misma, pero también en relación a otros valores que contribuyen al desarrollo integral de los seres humanos, actuando como sustratos fundamentantes en cualquier proceso orientado a de la ciudadanía y de la convivencia cívica: tolerancia, solidaridad, cooperación, participación, asociacionismo, responsabilidad, paz... En este sentido, recuerda Cuenca (1999: 69) que «la vivencia del ocio es una experiencia humana ligada a un mundo de valores y significados profundos, de ahí su confluencia con el ejercicio de otras acciones igualmente humanas».

Siendo oportuno referirse al *ocio* y a la cultura —en una acepción que incluye la economía, la política o la ciencia— que lo promueve, como un fenómeno que acompaña la metamorfosis del trabajo (Gorz, 1995) y los nuevos estilos de vida en la sociedad postmoderna, no podrá pasarse por alto que en sus prácticas se afianza la posibilidad de abrir nuevos horizontes para la Humanidad; o incluso, como han señalado diversos autores (entre otros:

Dumazedier, 1962; Fourastié, 1968; Sue, 1984), de apuntar hacia una civilización representada por la «sociedad del ocio», con propuestas que pretendían enfatizar la progresiva disminución de las jornadas de trabajo y la mayor disposición generalizada de tiempo para uno mismo, para el descanso y el esparcimiento. Una denominación, que frente a otras que han tratado de definir paradigmáticamente la sociedad que emerge en las últimas décadas —«tecnológica», «de la información», «post-industrial», «post-moderna», «red», etc.—, tendrá el inconveniente de referirse más a un «tiempo» que a una actividad, provocando un cierto desajuste o asimetría en las comparaciones que se realizan con estas últimas, al estar mucho más perfiladas o materializadas en sus señas de identidad.

A pesar de las incertidumbres —y contradicciones— que residen en los significados de un ocio cada vez más generalizado y accesible «democráticamente» a las personas que habitamos los países desarrollados (Díaz Martínez, 1995), no sólo perdura sino que parece agrandarse en el imaginario colectivo su consideración como una práctica social potencialmente liberadora de las personas y de las comunidades, fuente de satisfacción para quien lo experimenta, que permite fomentar y ejercitarse en roles y valores sociales tan necesarios como la propia vida (Cuenca, 2000): como vivencia que arranca de las propias convicciones, que se refuerza y amplía con el encuentro y el proyecto compartido con otras personas, incorporado con intensidad y emoción a la biografía de cada sujeto y a su concepción del mundo.

En su direccionalidad positiva, como ocio autotélico —esto es, como una experiencia humana desinteresada, cuyo fin está en ella misma— se aproxima e, incluso, integra en los terrenos del voluntariado, con el que comparte muchas de las motivaciones que tienden a satisfacer necesidades recurrentes de orientación, autorrealización y expansión de los individuos. Siendo así, podríamos situar al ocio (autotélico) y al voluntariado en la senda de una vivencia que no podrá ser entendida al margen de la responsabilidad y la libertad, que favorece los vínculos sociales mediante una intensidad afectiva que suele estar ausente de otras situaciones, que supone un desprendimiento y una cierta independencia respecto a los intereses de la vida cotidiana, que da importancia a la subjetividad, a la di-

versión, al placer, las relaciones amistosas... Un tiempo, nos dice Lasén (2000: 200), que no es necesariamente un tiempo alienado dedicado exclusivamente a un consumo pasivo, «sino que es el tiempo de la apropiación y la (re)creación de las relaciones y los vínculos con los demás y el entorno. No es tampoco sólo un tiempo privado, sino un ir y venir entre la intimidad y el estar juntos, donde la diferencia clásica entre privado y público se nubla».

Es aquí, justo cuando ocio y voluntariado están llamados a compartir su preocupación por integrar la libertad con la responsabilidad y el compromiso social, donde creemos que ha de restablecerse la importancia que tiene la *dimensión solidaria del ocio* (Cuenca, 2000) como un fenómeno relacionado con distintos modos de vivir, a los que se adscriben distintos ámbitos, ambientes, equipamientos y recursos. La dimensión solidaria, «permite hablar de un ocio entendido como vivencia social, comprometida y altruista, de la satisfacción enraizada en el hecho de ayudar desinteresadamente a otros, independientemente de la actividad realizada en sí. Ejemplificada en grupos de voluntariado y asociaciones de ocio, el desarrollo de la dimensión solidaria se corresponde con comunidades abiertas, en las que madura la responsabilidad y el compromiso, cuyo fundamento descansa en la voluntariedad y libre elección. El ocio, en cuanto vivencia solidaria, representa un potencial de desarrollo de gran trascendencia para una comunidad (Cuenca, 2000: 99).

Hemos de entender que se trata de una invitación a la solidaridad que no debería limitar o inhibir otras dimensiones (lúdica, creativa, festiva-comunitaria, ambiental-ecológica) que caracterizan el ocio como una realidad cotidiana, grata y compatible con otras formas de concretar el «uso del tiempo libre». Una situación que, sin embargo, contradicen estudios sociológicos como los de Aguinaga y Comas (1997: 185-186), cuando se pone de relieve que los jóvenes españoles que realizan actividades como voluntarios —apenas un 1 % de los 1200 sujetos que conformaron la muestra— no las «conciben como prácticas alternativas a los tiempos de ocio, con televisión, copas con los amigos, baile en discotecas, etc., sino como una de las obligaciones que los jóvenes más íntegros, e integrados, acometen y que les proporciona una imagen que los protege de los riesgos». Así, señalan, que el voluntariado se concentra los días laborables

entre las 17 y las 21 horas y los sábados antes de comer..., dedicando los mismos tiempos que el resto de los jóvenes a las actividades «puramente de ocio, pero trabajan y estudian menos que la media, practican menos actividades regladas de ocio, como deporte, apenas realizan tareas o cuidados personales y comidas. También es verdad que entre las actividades de ocio, hay tres, ver la tele, manejar el ordenador y no hacer nada que obtienen medias más bajas».

Por lo demás, las relaciones que se establecen entre ocio y voluntariado se diversifican en múltiples áreas y programas de acción. Entre otros, pueden señalarse los siguientes ámbitos:

- *salud*: acompañamiento y apoyo a personas —pacientes y familiares— que están sometidas a cuidados en instituciones sanitarias; apoyo a enfermos con dolencias físicas y psíquicas; colaboración en tareas vinculadas a transfusiones y donaciones; información a usuarios de centros de salud y apoyo a los servicios administrativos y socio-sanitarios; tareas de prevención, tratamiento, rehabilitación y reinserción social, etc.
- *servicios sociales*: colaboración en programas dirigidos a distintos colectivos sociales (infancia, juventud, adultos, tercera edad); colaboración en tareas de rehabilitación, sensibilización e inserción social; colaboración en programas de prevención o reinserción de toxicómanos; colaboración en programas de intervención familiar, ayuda domiciliaria; etc.
- *protección civil*: autoprotección, prevención y auxilio en emergencias; colaboración en la realización de programas de emergencia y campañas de información; etc.
- *defensa de los derechos humanos*: colaboración con diversos órganos de participación social en tareas relacionadas con la salvaguardia y protección de los derechos de las minorías étnicas, de refugiados y extranjeros, de transeúntes, mujeres, infancia, etc.
- *colaboración internacional*: participación en actividades de promoción y cooperación para el desarrollo, fundamentalmente en pueblos del tercer mundo.
- *medio ambiente*: actividades de vigilancia, protección y conservación del medio ambiente; colaboración en tareas de ase-

soramiento, información y formación ambiental; implicación en actuaciones orientadas a potenciar los valores y la conciencia ecologistas; etc.

—*educación y cultura*: apoyo en centros escolares a alumnos con necesidades educativas especiales; colaboración en actividades de biblioteca y animación a la lectura; realización de tareas que tengan como finalidad la promoción y animación sociocultural; apoyo a actividades artísticas y musicales; etc.

—*turismo y tiempo libre*: apoyo y promoción del turismo; colaboración en espectáculos deportivos; realización de tareas de animación sociocultural en instituciones y asociaciones; etc.

En su conjunto, ponen de manifiesto como el voluntariado encuentra en el ocio una posibilidad, ética y solidaria, de transformar el tiempo disponible para uno mismo —“tiempo libre», no condicionado o asociado a algún estado de necesidad— en tareas e iniciativas que se fundamentan en la entrega desinteresada a los demás, especialmente las que tratan de garantizar el respeto íntegro a los derechos humanos; incluyendo entre ellas las que procuran el «ocio como un derecho para todos», ya que, como señala Cuenca (2000: 139), «la dimensión solidaria facilita tomar conciencia de las dificultades para tener vivencias gratificantes mínimas, y comprometerse, en la medida que cada cual pueda, para hacer realidad el derecho y la igualdad de oportunidades para acceder al ocio». Muchas de las reflexiones y experiencias que se presentan en este volumen se sitúan decididamente en estas coordenadas.

Las Organizaciones de acción social voluntaria: potencialidades y dificultades

Las personas, grupos y colectivos de la sociedad actual se debaten entre la vertiginosidad de los cambios y la urgencia por buscar nuevas y efectivas respuestas para los problemas que los aquejan. No obstante, hay que advertir que las posibilidades de cualquiera de las innumerables organizaciones vinculadas a una intervención social, esencialmente voluntaria, requieren de una política y gestión correcta.

El adecuado manejo, planificación y gestión, de las entidades sociovoluntarias conlleva fijar la atención en diversos pilares, que actúan como verdaderos motores de dinamización social, cuyos ejes fundamentales se articulan en una doble y complementaria delimitación de principios y líneas de acción social: la innovación y la renovación, la individualización y la socialización, la competencia y la diversificación y, la inclusión y la emancipación (Tezanos, Montero y Díaz, 1996; Medina y Tristán, 1999).

Innovación y renovación

Como se sabe, son muchos quiénes comparten la opinión de que las Organizaciones voluntarias tienen una capacidad de innovación en el campo social que no se da ni en el seno de los grupos primarios, ni en el mercado, ni en el sector público. Estas organizaciones han sido pioneras tanto en la detección de necesidades y/o situaciones nuevas como en la invención de soluciones. Su potencial creativo respecto a los grupos primarios estriba en las ventajas de la especialización y la organización. En comparación con el agente mercantil, el sector voluntario tiene la evidente ventaja de su motivación genuina, no instrumental (Alemán y Garcés, 1996). Su mayor nivel de creatividad respecto al sector público suele y debe apoyarse en una más rica gama de motivaciones, en la ausencia de reglas o normas que condicionan el pensamiento y la acción y, también, en la libertad de hipotecas dimanantes de un personal corporativizado. La inercia, la rigidez y el corporativismo también hacen presa en las viejas entidades sociovoluntarias, pero la sociedad tiene una gran capacidad de generar continuamente nuevas colectividades con proyectos emergentes.

El sector de la acción social voluntaria tiene, pues, el interés, entre otros, de asegurar la experimentación, la ampliación de ofertas, la diversidad de respuestas. Todas ellas son funciones de particular importancia en sociedades cambiantes, que valoran altamente el progreso técnico y que demandan diversidad de opciones (Rodríguez Cabrero, 1996).

Naturalmente que la creatividad en estas Organizaciones requiere de ciertos requisitos, que pueden resumirse en la idea de au-

tenticidad. Dicho a la inversa, el sentido pionero de estas entidades voluntarias de bienestar social queda comprometido cuando éstas se desvían hacia el familismo, el mercantilismo o la burocratización y gubernamentalización (Benavides Gil, 2001). Estos son riesgos que pueden generarse por la existencia de una demanda desbordante y parcialmente solvente, por ejemplo en el caso de la tercera edad o las toxicomanías. La tentación comercial desvía el interés de algunos agentes sociales desde la experimentación de soluciones hacia la reproducción de fórmulas convencionales. Ello está dando lugar a fenómenos desnaturalizadores que esterilizan la creatividad de los auténticos grupos de voluntariado.

Por un lado, la oferta de recursos públicos suele hacerse en España de modo muy reglamentado, tanto en lo que concierne a las acciones financiables como a los procedimientos de solicitud y justificación. Ello propicia que las organizaciones voluntarias no se guíen tanto por su apreciación de la demanda cuanto por las posibilidades de la oferta.

Por otra parte, la burocratización de los procedimientos en el sector público, en su relación con el privado, induce la burocratización de éste.

Y, finalmente, un fenómeno aún más lesivo para la creatividad de estas entidades voluntarias es la gubernamentalización; se trata de una reconversión o configuración de la oferta de acuerdo con las prioridades gubernamentales.

Individualización y colectivización

La atención individualizada y global tiene sus mejores posibilidades en el ámbito de las relaciones primarias y en la acción voluntaria. Los agentes mercantiles seleccionan aquellas facetas de una persona o colectivo que se corresponden con especializaciones profesionales viables económicamente. En lo que atañe al sector público, pueden conllevar que se fragmente a las personas y a los colectivos atendiendo a facetas más acordes con la división del trabajo administrativo.

La posibilidad de que las organizaciones voluntarias atiendan de modo singular y global a los sujetos, individuales o colectivos,

estriba en su disposición para dar prioridad a las necesidades de aquellos sobre exigencias de productividad o seguridad y sobre intereses corporativos. Dicho de otro modo, la lógica funcional del sector voluntario posibilita, pero no asegura, su mejor calidad de servicio (García Roca, 1994).

La desviación de estas organizaciones en la dirección de las relaciones primarias, cuando se convierten en grupos vertebrados por la afectividad, puede favorecer su capacidad de singularización y globalización. El familismo y el paternalismo son especialmente acogedores para las personas y los colectivos con necesidades complejas (Casado, 1994; INSERSO, 1996). Ahora bien, los resultados terapéuticos de intervenciones guiadas por dichos tipos de relación son problemáticos; frecuentemente, están minados por la dependencia.

Por otra parte, la mercantilización de las organizaciones voluntarias compromete su capacidad de singularización y globalización, sobre todo por dos vías: el productivismo y el profesionalismo. El afán de logros materiales puede conducir a la división del trabajo y a la especialización en busca de una mayor productividad. En el caso de la profesionalización, esto también sucede aunque en función de criterios corporativos. Es el conocido hándicap de los agentes de desarrollo muy profesionalizados, que desean intervenir únicamente mediante sus técnicas especializadas y sólo durante el horario de oficina convencional o laboral.

Y, por último, la burocratización igualmente compromete su capacidad de acoplamiento a las circunstancias que son peculiares de cada caso. La lógica de la especialización competencial y el recurso a una gestión muy formalizada, que son propios de la acción burocratizada, merman la capacidad diferencial de adaptación de estas entidades (Renes, Alfaro y Ricciardelli, 1994; Gracia Fuster, 1997). Presentan enormes dificultades para protagonizar programas de lucha, por ejemplo, contra la pobreza implicando cambios económicos, sociales y culturales.

Competencia y diversificación

La eficiencia de las entidades sociovoluntarias en la captación y la explotación de recursos marginales constituye uno de sus princi-

pales reconocimientos. Estriba, fundamentalmente, en su capacidad para captar colaboraciones gratuitas, su renuncia al lucro, su competencia especializada y su adaptabilidad, es decir, su flexibilidad en el empleo de los recursos materiales y humanos. Obviamente, la mercantilización arruina los dos primeros factores citados, en tanto que la burocratización acaba con los dos últimos. Corresponde a estas organizaciones voluntarias autovigilarse para no desviar sus fines o sus medios en las direcciones indicadas.

Una segunda nota de eficiencia consiste en la capacidad que muestran para gestionar procesos de incorporación social de sujetos marginales. Este hecho se constata muy claramente en el campo laboral. Los grupos primarios vienen procurando el acoplamiento de las personas en situación de riesgo o dificultad en funciones productivas adaptadas a sus circunstancias, especialmente en empresas familiares. Pero esto no es posible en todos los casos y no cabe recurrir al mercado, que se rige por el principio de competencia, ni al sector público, que recluta a su personal mediante procesos muy formalizados y excluyentes (Doppler, 1997; Martínez de Pisón, 1999). En esta cuestión invierten grandes esfuerzos, por ejemplo, con la creación de talleres de empleo protegido para personas discapacitadas, cooperativas de jóvenes con problemas de marginación o en empresas de reciclaje de materiales.

Las principales dificultades en la promoción de estas iniciativas radican en la incompetencia y la picaresca. Los procesos de incorporación social exigen contar con el sujeto y con el medio, obviamente. Para conectar correctamente ambos factores se requiere una competencia técnica que no se adquiere por tal o cual profesión especializada ni, menos aún, por la simple virtud de la voluntad.

Finalmente, hemos de mencionar la capacidad diferencial de estas Organizaciones voluntarias en relación con sujetos marginales desde un punto de vista jurídico o político (Renes, 1994). Se trata de, por ejemplo, los inmigrantes clandestinos, los refugiados políticos en situación problemática, etc. De un lado, las entidades con ánimo de lucro o no se interesan por estos colectivos o los explotan; de otro, los poderes públicos se ven forzados a cumplir funciones represivas; y, por la vía de las relaciones primarias se salvan pocas situaciones. Las mejores posibilidades de acción estriban en organizaciones que contemplan dos condiciones fundamentales:

por un lado, gozan de autonomía real, no dependiendo para esta función de recursos públicos y, por otro, que los poderes públicos se comporten de modo tolerante (Domingo Moratalla, 1997; Cartes, Hernan y López, 1998).

Inclusión y emancipación

Parece igualmente oportuno evocar una función de las organizaciones sociovoluntarias que no hace referencia a sus usuarios, sino a sus agentes, y que consiste en facilitarles vías de salida para sus iniciativas libres hacia el conjunto social. Se trata de que ciertos individuos y grupos sociales son sujetos cargados de tensión creativa, de solidaridad y aun de espíritu de contradicción, que desean proyectar en el medio social. Obviamente cuentan para ello con las propias relaciones personales, también con el mercado y, además, con el espacio público-político, pero necesitan igualmente de estas entidades voluntarias.

Las relaciones personales son un campo muy complejo para la mayor parte de las iniciativas de carácter social; y no se puede propiciar la rehabilitación de toxicómanos sólo mediante contactos privados. En el mercado no se compran las soluciones destinadas a gente que no tiene solvencia económica. El medio público-político, por su recurso al poder, resulta contraindicado para ciertas empresas y convivencias de talante fraternal; el poder se justifica por el servicio público, pero no todos los servicios públicos necesitan del poder (Gracia Fuster, 1997; Rodríguez Eyré, 2000). Estas organizaciones voluntarias cumplen, pues, el importante papel de dar cauce a las vocaciones de servicio público sin exigencia de contrapartida política. En lo fundamental, es una función de integración de las iniciativas sociales libres.

En la perspectiva de las propias organizaciones voluntarias, se registran riesgos de alteración de su función por inversión de sus fines. Por ejemplo, miembros de asociaciones de ayuda mutua pueden servirse de ellas en beneficio privado. En cuanto a las entidades de carácter altruista, sucede que muchas de ellas están mediatizadas por fines egoístas. Este es el caso de las fundaciones creadas para evadir impuestos, con fines publicitarios o para atraer más recursos.

Desde el punto de vista del poder político, el cumplimiento de la función integradora de las entidades voluntarias está amenazado por las posibles limitaciones a un ambiente de libertad institucional. En España esta libertad viene garantizada, entre otros preceptos, por el artículo 22 de la Constitución, que regula el derecho de asociación, y por el 34, que reconoce el derecho de fundación. Sin embargo, la práctica política, tanto de las propias organizaciones de voluntariado como del poder político, no es siempre coherente con dicho marco jurídico.

En primer lugar, se registra la idea de que el fundamento político de estas organizaciones es el principio de participación, siendo su destino la cooperación con el poder público. Se trata de un planteamiento en virtud del cual la actividad social privada adquiere su identidad y justificación por su referencia a la esfera público-política: puro estatismo doctrinal, a contracorriente de la legislación vigente (Gutiérrez, 1997). Los consejos de servicios sociales, bienestar social o acción social, que son meramente consultivos, son los casos en los que se celebra de modo más formalizado la «relación» de participación.

Y, en segundo lugar, el marco de libertad institucional de las organizaciones sociales voluntarias se quiebra mediante la política que dice perseguir su fomento. Estas se han supeditado a las subvenciones que les ofrecen las Administraciones Públicas, y están aceptando su discrecionalidad sin que se produzca control real de las mismas. Las convocatorias de ayudas, subvenciones y créditos para convenios-programa no incluyen apenas garantías de objetividad en la evaluación y en la toma de decisiones que las afecta. De este modo, y aunque la gestión pública fuera intachable, se instaura un régimen de dependencia que no contribuye al fomento de estas organizaciones voluntarias, sino a su domesticación; la función de integración social en libertad que habrían de cumplir se pervierte al servir, en muchos casos, de simples correas de transmisión del poder público-político.

En el texto, que se presenta a continuación, hemos pretendido sumergirnos en la realidad del voluntariado social partiendo de necesidades y significados que han llevado a su génesis y, consiguientemente, a su evolución contemplando las transformaciones que se han producido en el mismo, al menos en una doble vertiente,

individual y social. La actual concepción del ocio como autotélica, sin duda alguna, es determinante para entender este voluntariado social propio de una sociedad contemporánea como la nuestra. No obstante, y con el ánimo de seguir avanzado, evolucionando, no podemos perder de vista las distintas potencialidades y dificultades que conllevan la compleja y permanente dinamización social.

Este planteamiento se proyecta en las contribuciones que hoy se publican, estructuradas en tres grandes apartados:

- El primero, configurado por aportaciones en las que describe e interpreta la evolución del voluntariado en clave socio-histórica. Se contemplan las modificaciones que han ido surgiendo en relación a necesidades y valores sociales asumiendo una perspectiva, fundamentalmente, cronológica. Incluso, se alude a una clarificación conceptual resuelta en base al avance de la propia sociedad. Y, todo ello pasa por la comprensión de un voluntariado que se presenta vinculado al ocio bajo dos modalidades muy diferentes: económica y emocional; en ambos casos, el común denominador lo constituye el altruismo. Son sus autores Geoff Nichols, Richard Garret, Juan Francisco López y María Luz Barba.
- En segundo lugar, presentamos aquellas comunicaciones que aprecian el voluntariado en la sociedad contemporánea bajo distintas formas de participación e implicación activa. Experiencias que no pueden ser leídas al margen de las realidades sociales más cotidianas. Se integran en este apartado los trabajos de Justin Davies Smith, Richard Garret, John Deane, Marta Enciso, Teresa Grande, Sorkunde Barandiarán y M^a Colomer Rosa.
- Por último, en el tercer apartado se plasman diferentes investigaciones referidas a escenarios o ámbitos en los que el voluntariado mantiene un importante protagonismo: el universitario, en clave de asociacionismo, articulando prácticas culturales y de ocio; en colectivos específicos, como el de discapacitados físicos con una vertiente evidentemente integradora; en relación con el conjunto de la ciudadanía, tomando como referencia Médicos Sin Fronteras-España; y, finalmente, relacionando la base social con la actividad

asociativa para la búsqueda y análisis de un perfil de socio. Todas ellas aportaciones de las que son autores: Bernardo García, Julio Rodríguez y Ana Aznar.

En definitiva, partiendo de una breve panorámica sociohistórica, los trabajos que presentamos se adentran en distintas realidades, experiencias e investigaciones en las que se muestra la vitalidad del voluntariado en los últimos años, a las que llega y en las que se instala estableciendo nuevos vínculos con el quehacer ciudadano en el ocio y el tiempo libre.

Finalizamos señalando que con esta edición se pretenden recoger y divulgar ideas, reflexiones, aportaciones, experiencias que surgieron con motivo del 6º Congreso Mundial de Ocio, último de los celebrados, concretamente, en el área temática del «Voluntariado Social». Entendemos que forma parte de una realidad presente y que, a la vez, podrá servirnos para entender no sólo de dónde venimos sino hacia dónde pretendemos llegar, qué nuevas necesidades y objetivos han de satisfacerse con la intención de mejorar las alternativas que se adopten respecto de las cambiantes circunstancias sociales, de sus problemas y demandas emergentes.

Referencias bibliográficas

- AGUINAGA, J. y COMAS, D. (1997). *Cambios en el uso del tiempo: trayectorias temporales de los jóvenes españoles*. Madrid: Instituto de la Juventud – Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- ALEMÁN, C. y GARCÉS, J. (1996). *Administración social: servicios de bienestar social*. Madrid: Siglo XXI.
- ALONSO, L. E. (1993). La reconstrucción de las señas de identidad de los nuevos movimientos sociales. *Documentación Social*, 90, pp. 9-25.
- ALONSO, L. E. (1999). Los derechos sociales en la reconstrucción posible del Estado del bienestar. *Documentación Social*, 114, pp. 77-96.
- ARMENGOL, C. (1996). Nuevos modelos y campos de formación desde el tiempo libre y la animación sociocultural. En FEETLC. *Actas del III Congreso Internacional: Hacia una sociedad participativa y solidaria, nuevos modelos de intervención social*. (pp.71-101). Lugo: Federación de Esceulas de Educadores de Tiempo Libre Cristianas.

- BECK, U. (1992). *Risk Society: Towards New Modernity*. Londres: Sage Publ.
- BECK, U. (2000). *Un nuevo mundo feliz: la precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- BENAVIDES GIL, G. (2001). Características psicosociales del voluntariado de acción social. Universidad de Valencia.
- BERIAIN, J. (comp., 1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- CAMPS, V. (1991). Los contenidos de la ética civil. *Documentación Social*, n.º 83, pp. 43-50.
- CAMPS, V. (1997). *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.
- CARIDE, J. A. (1999). Administraciones Públicas y movimientos sociales: redes para la ciudadanía y la democracia cultural. En PÉREZ SERRANO, G. (coord.). *Administraciones Públicas y Movimientos Sociales*. Sevilla: Junta de Andalucía, pp. 17-47.
- CARTES, L., HERNÁN, M. y LÓPEZ, O. (1998). Las organizaciones del voluntariado en España. Madrid: Plataforma para la Promoción del Voluntariado en España.
- CASADO, D. (1994). Acción social y servicios sociales. V Informe sociológico sobre la situación social en España: Sociedad para todos en el año 2000. Madrid: Fundación FOESSA.
- CORTINA, A. (1998). *Hasta un pueblo de demonios: ética pública y sociedad*. Madrid: Taurus.
- CUENCA, M. (1999). El fenómeno del ocio: importancia y nuevas perspectivas. *Revista Proyecto Hombre*, n.º 32, pp. 59-74.
- CUENCA, M. (2000). *Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DOMINGO, A. (1996). ¿Voluntarios? No, gracias: clarificación ética de la acción voluntaria. *Documentación Social*, n.º 104, pp. 27-38.
- DOMINGO MORATALLA, A. (2000). Ética y voluntariado. Una solidaridad sin fronteras. Madrid: PPC.
- DOPPLER, S. (1997). Voluntarios y cooperantes. Guía para el trabajo solidario. Madrid: Ediciones Delfín.
- DUMAZEDIER, J. (1962). *Vers une civilization du loisir*. Paris: Seuil.
- FALCÓN, E. (1997). Dimensiones políticas del voluntariado. Barcelona: Cristianisme y Justicia.
- FOURASTIÉ, J. (1968). *La civilización del ocio*. Madrid: Guadarrama.
- FROUFE, S. (1997). El Tercer Sistema como creador de espacios educativos comunitarios. *Cultura y Educación*, n.º 8, pp. 91-102.
- FUNES, M. J. (1993). Las organizaciones voluntarias en el proceso de construcción de la sociedad civil. *Revista Sistema*, n.º 117, pp. 55-70.

- GARCÍA INDA, A. (1995). La regulación del voluntariado en el contexto de las transformaciones del Estado Social. *Revista de Fomento Social*, vol. 50, n.º 200, pp. 493-514.
- GARCÍA INDA, A. (1996). Aspectos legales del voluntariado. El modelo de la Ley 6/1996, de 15 de enero. *Documentación Social*, n.º 104, pp. 201-236.
- GARCÍA ROCA, J. (1994). Solidaridad y voluntariado. Santander: Sal Terrae.
- GRACIA FUSTER, E. (1997). El apoyo social en la intervención comunitaria. Barcelona: Paidós.
- GORZ, A. (1995). *La metamorfosis del trabajo*. Madrid: Sistema.
- GUTIÉRREZ, A. (1997). Acción social no gubernamental. Análisis sobre las organizaciones voluntarias. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- INSERSO (1996). Voluntariado y personas mayores. Una experiencia de investigación Acción Participativa (IAP). Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- LASÉN, A. (2000). *A contratiempo: un estudio de las temporalidades juveniles*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- LÓPEZ-CABANAS, M. y CHACÓN, F. (1997). *Intervención psicosocial: un enfoque participativo*. Madrid: Síntesis.
- MADRID, A. (1996). Algunos interrogantes sobre el fenómeno del voluntariado. En CAPELLA, J. R. y otros: *En el límite de los derechos* (pp. 243-275). Barcelona: EUB.
- MARTÍNEZ DE PISÓN, J. (1999). El voluntariado: regulación jurídica e institucionalización social. Zaragoza: Egido Editorial.
- MAYOR ZARAGOZA, F. (2000). *Un mundo nuevo*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- MEDINA, M. y TRISTÁN, E. (1999). Voluntariado, participación y dinamización social. Murcia: Ayto. Murcia.
- MONTAGUT, T. (2000). *Política Social: una introducción*. Barcelona: Ariel.
- RENES, V. (1994). Voluntariado social, incorporación social y solidaridad social: independencia, interdependencia y ambigüedades. *Revista Documentación Social*, n.º 94, pp. 141-156.
- RENES, V., ALFARO, E. y RICCIARDELLI, O. (1994). El voluntariado social. Madrid: EOS.
- RIECHMANN, J. y FERNÁNDEZ BUEY, F. (1994). *Redes que dan libertad: introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ CABRERO, G. (1996). *Las entidades voluntarias en España. Institucionalización, estructura económica y desarrollo asociativo*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.

- RODRÍGUEZ CABRERO, G. (1997). Por un nuevo contrato social: el desarrollo de la reforma social en el ámbito de la Unión Europea. En MORENO, L. (Comp.). *Unión Europea y Estado del Bienestar* (pp. 3-30). Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- RODRÍGUEZ EYRÉ, M. (2000). Voluntariado y participación ciudadana: de la teoría a la práctica. Madrid: Asociación Española del Voluntariado.
- RUSKIN, H. (2000). ¿Cómo puede la educación del ocio contribuir al desarrollo humano?. En CUENCA, M. (ed.). *Ocio y desarrollo humano* (pp. 121-126). Bilbao: Universidad de Deusto-World Leisure.
- SUE, R. (1984). *Vers une société du temps libre*. París: PUF.
- TEDESCO, J. C. (2000). Enseñar y aprender a vivir juntos en la sociedad del conocimiento. En ORTEGA, P. (coord.). *Educación para la Paz* (pp. 25-38). Murcia: Caja Murcia.
- TEZANOS, J., MONTERO, J. y DÍAZ, J. (1996). Tendencias de futuro en la sociedad española. Primer foro sobre tendencias sociales. Madrid: Sistema.
- THEN, V. (1999). Introducción. En BERGER, P. L. (ed.). *Los límites de la cohesión social: conflicto y mediación en las sociedades pluralistas. Informe de la Fundación Bertelsmann al Club de Roma* (pp. 15-20). Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores.
- ZUBERO, I. (1996). El papel del voluntariado en la sociedad actual. *Documentación Social*, n.º 104, pp. 39-68.

PRIMERA PARTE

Evolución del voluntariado
en clave socio-histórica

Cuestiones de investigación del voluntariado y el ocio

Geoff Nichols y Richard Garrett, Universidad de Sheffield, RU

Esta comunicación examina la relación entre el ocio y la actividad voluntaria. Relaciona las concepciones del voluntariado con las del ocio. Considera las presiones que pueden cambiar la naturaleza del sector voluntario y del propio voluntariado. Entre ellas se encuentran presiones temporales, la necesidad de producir resultados medibles en respuesta al apoyo externo, demandas de incremento de la calidad del servicio proporcionado, las percepciones de los miembros de las organizaciones voluntarias y su visión del ocio. A partir de esto surge un conjunto de cuestiones de investigación que deben probar las concepciones teóricas del voluntariado. En segundo lugar, la investigación necesita medir si las presiones sobre el sector voluntario están modificando su naturaleza. Y en tercer lugar, la investigación, que hasta ahora se ha concentrado en los países desarrollados occidentales, debe ampliarse para examinar si las medidas del sector voluntario y sus cambios pueden generalizarse a otros países. El debate se basará en estudios recientes elaborados sobre el sector voluntario en el campo del deporte (Gratton y otros, 1997) y en los voluntarios de la Guide Association (Nichols y King, 1997), ambos realizados en el RU.

Introducción

Alguien afirmó que definir el ocio resulta tan difícil como intentar inmovilizar una medusa. La definición del voluntariado y del sector voluntario en el ocio no es tan difícil, sin embargo, una reciente revisión de ocho estudios sobre el voluntariado (cuatro de los cuales eran nacionales y otros cuatro internacionales) reveló que existía una falta de consenso en la definición del objeto de los estudios. «Cada persona establecerá la línea divisoria entre lo que es el voluntariado y lo que no lo es en diferentes puntos» (Lyons y otros, 1998, p. 50). Así que identificar la superposición entre el voluntariado y el ocio no resultará fácil. Esta comunicación se desarrolla a través de algunas comprensiones del voluntariado y comenta los vínculos potenciales que existen con el ocio. Como resultado concluye con un conjunto de cuestiones de investigación generales para examinar la relación entre ambos.

Definir el sector voluntario por objetivos

Los tres tipos de Handy

Handy (1988, pp. 9-18) distingue tres categorías principales de organización voluntaria mediante tres tipos de objetivo: mutuo apoyo, prestación de servicios y activismo. Existen organizaciones de mutuo apoyo que ponen en contacto a personas con entusiasmos comunes. Sólo necesita una mínima ordenación y cualquiera que comparta ese entusiasmo puede unirse a ella. Para Handy las organizaciones de mutuo apoyo no desean ser «gestionadas». Son reacias a desviar energías en las tareas de administración u organización». En la categoría de prestación de servicios, Handy incluye a organizaciones como las de rescates de montaña o el Royal National Institute for the Blind (organización nacional de ciegos británica). Su finalidad es la de ofrecer servicios a otras personas. A diferencia de las de mutuo apoyo, este tipo de organizaciones consideran más importante la «profesionalidad, la eficacia y el mantenimiento al mínimo de los costes». Sólo aquéllos que dispongan de las destrezas y cualificaciones apropiadas pueden unirse a la

parte provisora de estas organizaciones. Implican una mayor burocracia, puestos sujetos la vez a definiciones formales, responsabilidades formales y obligaciones. Las organizaciones activistas constituyen el tercer tipo de organización voluntaria. Se constituyen para realizar campañas por una causa específica.

Las categorías de Handy de organización voluntaria no son exclusivas, una organización puede encajar o pasar de una a otra. Si una organización cambia de un tipo a otro, provocará tensiones en el papel que desempeñan los voluntarios y en la naturaleza de su participación.

Función económica u «organización en torno al entusiasmo»

Otra forma de definir el sector voluntario es por su función económica: llenar el vacío provisorio entre los sectores público y comercial. Esta definición residual de las «organizaciones sin ánimo de lucro» es la que ha prevalecido en Estados Unidos. Por ejemplo Weisbrod (1978) analiza el sector voluntario como sector que satisface la demanda de bienes, como clubes deportivos, que no pueden satisfacer correctamente los sectores público y privado. Gratton y Taylor (1985, 1991) explican que el análisis de Weisbrod resulta especialmente relevante en cuanto a los bienes colectivos en los que existe un consenso insuficiente sobre su valor que justifique la provisión pública u ofrecer con eficacia dicha provisión. Las infinitas agrupaciones de intereses sólo pueden alcanzarse mediante pequeños grupos que actúen colectivamente en el sector voluntario.

Sin embargo, un método alternativo para comprender el voluntariado, más común en el RU y en Europa, se tipifica en el estudio de Hogget y Bishop (1985) sobre la «organización en torno al entusiasmo» (*organising around enthusiasms*). Este enfoque se interesa por las organizaciones de ayuda mutua y de autoayuda. Como afirman Lyons y otros (1998, p. 52), «son el producto de la capacidad de las personas de trabajar conjuntamente para satisfacer necesidades compartidas y abordar problemas comunes». La organización de ayuda mutua de Hoggett y Bishop parece ser similar a la de mutuo apoyo de Handy.

Los dos enfoques implican diferentes comprensiones de la relación entre la actividad voluntaria y el ocio. El análisis económico de Weis-

brod en términos del resultado de la organización (lo que produce) en relación con las oportunidades de ocio proporcionadas por el sector público y privado. Este enfoque considera el ocio un artículo intercambiable, que puede comprarse y venderse. Significa que es válido cuantificar el voluntariado, en términos de horas concedidas y que esto puede utilizarse para relacionar el «resultado» del sector voluntario con el de los sectores público y privado. Este método se adopta mediante la valoración del esfuerzo voluntario como parte de la correspondiente financiación que oferta Sport Lottery y se utilizó en un estudio de los voluntarios en el sector deportivo del RU (Gratton y otros, 1997).

Pero el método económico ignora la posibilidad de que el acto de producción del resultado sea en sí mismo una experiencia de ocio. En el enfoque económico, la actividad voluntaria es una forma de producir una oportunidad de participar en el ocio o de consumirlo. En cambio, el enfoque de ayuda mutua poseería una concepción diferente de la relación entre el sector voluntario y el ocio. Por ejemplo, una sociedad teatral de amateurs puede pasar muchas semanas preparando una representación. La obra que producen al final es parte del resultado, la gente llega a pagar por ir a verla, de forma que es un artículo intercambiable, pero para los miembros de la sociedad, el acto de producción, expresar un entusiasmo compartido por el teatro, puede ser más importante. Por eso, en el sector voluntario, el ocio pueden producirlo y consumirlo las mismas personas y el acto de producción también puede ser una experiencia de ocio. Esto es algo que se perdería si sólo se valorara el resultado y no el acto de producirlo.

¿Hasta qué punto pueden compararse los tres tipos de organizaciones voluntarias de Handy con el enfoque económico o de ayuda mutua? Mientras que el mutuo apoyo parece ser comparable con la ayuda mutua, ¿las organizaciones de prestación de servicios y activistas coinciden con los tipos que pueden definirse como existentes para cubrir un vacío económico?

En cualquiera de los modelos económicos, o en el de ayuda mutua, necesitamos examinar la experiencia del voluntariado para ver en qué grado se superpone con las definiciones de ocio.

Si todo el voluntariado debe ser ocio porque se caracteriza por una libre participación y no se trata de trabajo remunerado, ¿difiere la naturaleza del voluntariado como ocio en las organizaciones de

ayuda mutua, prestación de servicios y activistas? ¿implican todas ellas ocio como una expresión activa de intereses mutuos? ¿Se aplicaría esto de forma similar a alguien que estuviera recogiendo fondos para Amnistía Internacional, guiando un bote salvavidas o a un miembro de una sociedad de teatro de aficionados?

El grado de participación activa de los voluntarios

Las organizaciones sin ánimo de lucro podrían situarse en un espectro según la cantidad de participación voluntaria. El término «sin ánimo de lucro» se aplica a una amplia gama de organizaciones y considerar la cantidad de participación voluntaria puede ayudar a determinar la superposición con el sector voluntario. Algunas organizaciones pueden implicar poca participación voluntaria. La pertenencia implica pagar una suscripción, pero pocos suscriptores realmente ofrecen un esfuerzo voluntario. En estas organizaciones una gran proporción del trabajo la llevan a cabo empleados remunerados.

En el extremo opuesto del espectro puede situarse un grupo de acción de la comunidad local, como la sociedad teatral de aficionados utilizada en el anterior ejemplo, que depende completamente del esfuerzo voluntario que realizan sus miembros. Si pensamos en el voluntariado como una actividad de ocio, las organizaciones sin ánimo de lucro que implican más voluntariado estarían más próximas al ocio.

Podría realizarse otra distinción entre una organización que dispone de representantes voluntarios en toda su estructura administrativa y una que sólo cuenta con voluntarios en la escala inferior. Un ejemplo del primer tipo sería la Guide Association del RU o los organismos directivos de muchos clubes deportivos británicos. Esta distinción podría ser de utilidad para mostrar el grado de control que tienen los voluntarios sobre la fijación de objetivos de la organización y la planificación estratégica.

Las motivaciones de los voluntarios y el papel del altruismo

Handy distingue entre tres tipos de contrato psicológico. En el trabajo remunerado el contrato es mayoritariamente «calculador»;

el individuo está ahí porque se le paga por ello. Se ha calculado una media entre esfuerzo y compensación. Un contrato «coercitivo» implica que un individuo esté ahí por obligación. Un contrato «cooperativo» implica que un individuo esté ahí porque está de acuerdo con los objetivos de la organización y las personas que allí trabajan. En un contrato cooperativo el individuo tiene derecho a retirar su participación. Sin embargo, en la práctica esta tipología contractual no es excluyente. Si se considera el ocio una actividad de libre participación y una expresión de valores personales, podría establecerse un estrecho paralelismo con un contrato cooperativo. Sin embargo, un voluntario puede sentir un grado de obligación por permanecer en una organización y en ese caso un contrato predominantemente cooperativo implicaría un elemento de coerción. Esto parece ser el caso de algunos líderes voluntarios de la Guide Association (Nichols y King, 1999a) y de algunos clubes deportivos (Gratton y otros, 1997). Los actuales voluntarios sienten la obligación de seguir implicados porque si no lo hicieran la organización se vendría abajo.

El enfoque que concede Handy a la motivación sugiere que el altruismo será un elemento importante en los contratos cooperativos y por lo tanto en el sector voluntario, pero esto no queda totalmente claro. En una revisión de un estudio americano sobre las motivaciones de los voluntarios, Smith (1994) señala que el altruismo con frecuencia se esgrime como motivo de participación, pero cita su anterior trabajo (1981) en el que afirmaba que «existía poco altruismo puro en la participación puesto que la gente obtiene algo de placer para sí misma incluso cuando actúa de forma altruista». Según el análisis económico de Weisbrod, la motivación de los voluntarios podría comprenderse como una racionalidad calculadora del interés propio, en la que los participantes dan en relación con lo que obtendrán. Un trabajo americano más reciente (Caan y otros, 1996) ha demostrado que la concepción que del voluntariado tienen las personas incluye un elemento de altruismo. Esto podría mostrar simplemente que las personas tienen un modelo ideal del voluntariado como una actividad altruista, pero en la práctica, tal vez no sean necesariamente muy altruistas.

El paradigma de «organización en torno al entusiasmo» también aporta otra perspectiva sobre las motivaciones de los volunta-

rios. Por un lado, uno podría considerar a los voluntarios como implicados en busca de sus propios intereses, por ejemplo, los voluntarios de un club deportivo crean una oportunidad para su propia participación en el deporte. Alternativamente, para algunos voluntarios, el entusiasmo por la actividad puede ir más allá del interés propio, según la forma en que Gorz describe las relaciones personales y emocionales como no implicativas de una cuestión de intercambio igualitario. En estas relaciones, que para Gorz predominarían en su sociedad ideal, los individuos se dan generosamente. «En este nivel, los objetivos económicos y valores comerciales no existen» (Gorz, 1985, p. 72). Esto puede ser típico de los voluntarios que entrenan a jóvenes en diferentes deportes o aquéllos de las organizaciones juveniles del sector voluntario.

Tal vez a pesar del énfasis de Handy en un contrato cooperativo y las percepciones públicas del altruismo, las motivaciones de los voluntarios se comprendan mejor como un equilibrio entre interés propio y altruismo. Esto puede variar entre los diferentes voluntarios y en un mismo voluntario a lo largo del tiempo. La importancia del altruismo puede estar relacionada con el concepto de ocio serio.

El concepto de ocio serio como definición del «tipo ideal» de voluntariado

El concepto de ocio serio definido por Stebbins (1997, p. 117) es la «búsqueda sistemática de una actividad como amateur, aficionado a un hobby o voluntario que los participantes consideran tan sustancial e interesante que, en el caso típico, se lanzan a sí mismos a una carrera centrada en adquirir y expresar sus especiales destrezas, conocimientos y experiencias». El concepto es un «tipo ideal» en sentido weberiano (Freund, 1972, p. 59-70). Para Stebbins, la actividad voluntaria sólo es un tipo de ocio serio, que se distingue de otros tipos por su «altruismo, que invariablemente le impulsa» (Stebbins, 1996, p. 219). La expresión de altruismo es una recompensa del voluntariado en sí mismo, «una forma principal, si no la forma principal, de enriquecimiento personal hallado en este tipo de actividad».

Dentro del voluntariado un campo de actividad más estrecho se define como «voluntariado profesionalizado o vocacional». Esto

implica una actividad voluntaria continuada, en contraste con un acto único o donación aislada de dinero. Una carrera de ocio serio tendrá «momentos decisivos y etapas de realización e implicación» (Stebbins, 1997, p. 119). Este tipo de voluntariado está normalmente conectado con una organización.

Como tipo ideal, el ocio serio tiene seis cualidades definitorias (Stebbins, 1997).

Son las siguientes:

- La necesidad ocasional de perseverar para superar dificultades
- La provisión de una carrera que implica etapas de realización y participación.
- El requisito de un esfuerzo personal significativo basado en un conocimiento especialmente adquirido, formación o destreza.
- Beneficios duraderos o compensaciones.
- La fuerte identificación del participante con el objetivo escogido.
- Un espíritu único que se desarrolla en conexión con la actividad.

La Guide Association del RU constituye un excelente ejemplo de este tipo de actividad. Ser una líder de Guide no sólo implica todas las anteriores características, sino que también supone un compromiso explícito con el altruismo y los valores de la asociación, que se expresa en la realización de la promesa como Guide (Nichols y King, 1999b).

Así la definición del tipo ideal de Stebbins hace un hincapié especial en el altruismo. ¿Pero abarca toda la actividad voluntaria? No incluiría la provisión de una carrera o sencillos actos de buena vecindad, como ir a hacerle las compras a un vecino, puesto que esto no requiere una carrera ni un esfuerzo personal significativo basado en un conocimiento, formación o destreza especialmente adquiridos.

¿Pueden las satisfacciones del voluntariado, como ocio serio, colmar una vida sin trabajo remunerado? Stebbins (1998) ha sugerido que podría ser, pero esta conclusión debe cualificarse de la misma forma que Glyptis (1989) observó las limitaciones de la participación deportiva para desempeñar este papel. La actividad vo-

luntaria puede proporcionar la estructura que sustituya el trabajo remunerado, pero no es una alternativa viable, mientras que las compensaciones financieras del trabajo lo son en mucho mayor medida. Sin embargo, puede ofrecer un estilo de vida de mayor compensación, por ejemplo, para los jubilados.

Presiones sobre el sector voluntario

Del estudio de los voluntarios del campo del deporte y de los de la Guide Association el autor llegó a la conclusión de que el sector voluntario se veía sometido a varias presiones (Nichols, Shibli y Taylor, 1998). Sin embargo, esta conclusión dependía enormemente de las percepciones de los entrevistados y no estuvo respaldada por medidas longitudinales.

1. Presiones temporales sobre voluntarios potenciales y actuales

Los voluntarios indicaron que un problema importante lo planteaba el poco tiempo que quedaba después del trabajo remunerado. Es debatible si se ha producido últimamente un aumento del número de horas de trabajo en el RU (Holliday, 1996, Martin y Mason 1998), si las presiones temporales son simplemente mayores para una proporción cada vez mayor de familias con dos sueldos o si la falta de tiempo percibida es consecuencia meramente de una gama cada vez mayor y competitiva de oportunidades de ocio (Robinson y Godbey, 1999).

2. Una demanda de profesionalismo

Tanto en los clubes deportivos como en la Guide Association los voluntarios sentían que tenían que ofrecer un servicio cada vez más parecido y comparable a los del sector privado y público.

Esto en parte era debido a las demandas realizadas por organizaciones externas, como el Sports Council (Consejo de deportes) o las autoridades locales. Houlihan (1991, p. 115-149) ha afirmado que aunque las finanzas de los organismos directivos dependen cada vez más de las subvenciones procedentes del Sports Council,

desde finales de la década de 1980, estas subvenciones, coherentes con el deseo del Council de potenciar su control financiero y responsabilidad, han pasado a estar cada vez más relacionadas con los planes de desarrollo que incorporan los objetivos políticos del Sports Council. De la misma forma Houlihan informa que desde finales de los setenta hay elementos de la subvención del Sports Council procedentes del gobierno central han sido asignados directamente por éste para fines específicos (Houlihan 1991, p. 102).

3. Incremento de la complejidad de las destrezas de los voluntarios

Los estudios sobre los voluntarios de la Guide Association (Nichols y King, 1997) y voluntarios deportivos (Gratton y otros, 1997) demostraron que los voluntarios estaban preocupados con el aumento de las exigencias referentes a sus destrezas. El estudio nacional sobre el voluntariado de 1997 (Davis Smith, 1998) también reveló que esta preocupación constituía una razón fundamental esgrimida por los no voluntarios para no realizar actividades de voluntariado. Estas destrezas pueden incluir realizar solicitudes a National Lottery, tratar con temas legislativos, aprender cómo ofrecer entrenamientos especializados o destrezas de liderazgo o de tratamiento de textos. Las destrezas también pueden incluir supervisar las relaciones con organizaciones «asociadas».

4. Mayor opción y competencia

Las demandas de «profesionalismo» (actuar como si el trabajo fuera remunerado) y las cada vez mayores exigencias de destrezas tienen que ver con el aumento de la competencia a la que se enfrenta el sector voluntario procedente del sector público y privado. Los nuevos miembros de un club deportivo pueden encontrarse con que pueden elegir una provisión alternativa de los sectores público y privado. Por ejemplo, si bien en un momento dado la única forma de jugar al bádminton era en el salón parroquial los miércoles por la tarde, ahora uno tiene la posibilidad de reservar una pista municipal a una hora que le venga bien. De la misma forma, las líderes de la Guide entrevistadas en el estudio de la Guide Association defendían que los jóvenes tenían cada vez una gama más amplia de

actividades entre las que elegir y la asociación tenía que competir con más intensidad por su interés, incluso aunque tuvieran que luchar con la visión de una telenovela en la TV. Esto está relacionado con el análisis económico del sector voluntario, si no es necesario para cubrir el vacío de provisión es menos probable que exista. También está relacionado con la percepción de Robinson y Godbeys (1999) de incremento de la competencia entre las oportunidades de ocio durante un tiempo limitado.

5. Un cambio de actitud ante el voluntariado

La impresión general de los proyectos de investigación, tanto de los voluntarios deportivos como de los de la Guide Association, es que se ha producido un descenso en el número de voluntarios. Una gran parte de ellos informó de que «no había gente suficiente que deseara realizar actividades voluntarias en el club» y que el trabajo recaía sobre menos personas.

Sin embargo ¿realmente se ha producido un cambio de actitud con respecto al voluntariado? Los estudios National Survey of Voluntary Action y General Household Survey (Goddard, 1994) muestran un descenso limitado en el número de voluntarios. ¿Podría ser que los voluntarios sean simplemente pesimistas? El National Survey of Volunteering (Davis Smith, 1998) muestra una disminución del número de voluntarios más jóvenes y sugiere que existen diferentes actitudes que puedan justificar esta situación.

6. Una redefinición hegemónica del sector voluntario.

Las presiones anteriores podrían entenderse como parte de una redefinición hegemónica del sector voluntario, como que el ocio cada vez se parece más a un ocio materialista. El ocio se compra y se vende, no lo producen y consumen las mismas personas y no es el resultado de relaciones en la sociedad ideal de Gorz, en la que los individuos se dan generosamente.

Tanto para Henry (1993) como para Hedley y Davis Smith (1992), los derechos y responsabilidades de los ciudadanos están siendo sustituidos por los derechos y responsabilidades de los consumidores. Esto erosiona el sentido de obligación a realizar una activi-

dad voluntaria, a contribuir con la sociedad y respalda la visión hegemónica de que las relaciones deben ser mediadas por el nexo monetario. Esto explica los comentarios de los voluntarios deportivos respecto de los padres utilizan sus sesiones de entrenamiento deportivo para los más pequeños como servicios niñera baratos para sus hijos y no están preparados para contribuir con su propio esfuerzo, por ejemplo en algo tan sencillo como guardar el equipo. Las guías realizaron comentarios similares y el 41% de ellas no estaba satisfecha con las contribuciones de los padres (Nichols y King, 1998, p. 23).

Los modelos económicos aplicados al análisis del sector voluntario (Weisbrod, 1978) podrían considerarse como reflejo de una definición hegemónica del ocio como producto de compra y venta si no logran reconocer el acto de voluntariado como ocio y sólo hacen hincapié en la insolvencia calculadora de los voluntarios más que en la participación guiada por el altruismo.

Si bien las anteriores presiones existen, son muy difíciles de identificar con certeza sin un estudio longitudinal. También son materia de interpretación. En concreto, se ha afirmado que una redefinición hegemónica del sector voluntario puede ser el resultado de una percepción sesgada de los sociólogos del ocio, que valoran una determinada forma de ocio. Plantea una cuestión de si una forma de ocio es mejor que otra.

Algunas cuestiones de investigación

La anterior discusión ha planteado muchas posibles cuestiones de investigación.

1. ¿Existen las presiones sobre el sector voluntario, sugeridas anteriormente, y en ese caso en qué medida lo modifican? ¿Qué presiones pueden explicar la disminución de la participación en actividades de voluntariado por parte de los jóvenes (Davis Smith, 1998)? ¿Conducirán estas presiones a una situación en la que el contrato psicológico de participación cambie tanto que las personas lleguen a considerar las organizaciones voluntarias como un proveedor barato de servicios que desean, una organización de provisión de servicios que

les ofrece un servicio, más que una organización con la que tienen la responsabilidad de contribuir y no sólo de recibir?

2. Si el sector voluntario está cambiando ¿importa? Si ahora el sector público y privado son más capaces de suplir las necesidades del mercado, podría decirse que el sector voluntario se necesita menos. La preocupación respecto al sector voluntario hace referencia a una cuestión de si un tipo de ocio es mejor que otro y la base sobre la cual se realizan este tipo de valoraciones. ¿Es el ocio que proporciona y se experimenta a través del voluntariado un ocio más satisfactorio para el individuo y más beneficioso para la sociedad que el ocio que proporciona el mercado? ¿Valoramos el sector voluntario porque se caracteriza por el altruismo y esto contrasta con la provisión de ocio del libre mercado del capitalismo que fomenta valores de codicia, avaricia y envidia (Schumacher, 1979)? También podemos valorar la actividad voluntaria porque pensamos que representa una expresión más libre del individuo que una definición hegemónica del ocio bajo el capitalismo, en el que las necesidades y deseos de ocio están moldeadas por las fuerzas económicas. De nuevo, esto es una cuestión de opiniones, y es fácil que los juicios de valor oscurezcan las cuestiones de investigación pertinentes.
3. Pero ¿qué relación existe entre el altruismo y el voluntariado? ¿Debe implicar siempre la actividad voluntaria altruismo, como el «tipo ideal» de voluntariado como ocio serio? ¿O puede la actividad voluntaria seguir existiendo en base a un interés propio calculado? ¿Qué quiere decirse exactamente por altruismo? Si para Stebbins es una «forma principal, si no la forma principal de enriquecimiento propio hallada en este tipo de actividad» ¿es el altruismo sólo una forma de satisfacer una necesidad de orden superior y en este sentido es egoísta más que desinteresado?
4. ¿Qué utilidad tiene el concepto de ocio serio en la comprensión del sector voluntario y dentro del mismo el voluntariado caracterizado por el altruismo y dentro de esto el voluntariado profesionalizado o vocacional? ¿Puede el «espíritu único» del ocio serio utilizarse para definir un nicho de selección? Es decir, que los voluntarios tienen más tendencia a

reclutar a personas del mismo tipo y que la similitud puede definirse por el espíritu compartido (Nichols y King, 1999b).

¿Hasta qué punto puede el voluntariado, como ocio serio, ofrecer satisfacciones alternativas al trabajo remunerado?

5. ¿Qué organizaciones voluntarias pueden comprenderse mejor como existentes para proporcionar oportunidades de ocio que no están disponibles en el sector público o privado? ¿En qué puede el acto de producción por sí mismo ser también una experiencia de ocio?
6. ¿Podría el enfoque económico de valoración del sector voluntario extenderse a cuantificar las externalidades de la actividad voluntaria en términos del enriquecimiento de una comunidad y los beneficios del capital social según la forma descrita por Putnam?
7. ¿Cómo es probable que cambie el contrato psicológico de voluntariado con la participación? La transformación puede deberse a cambios en las circunstancias vitales, por ejemplo, responsabilidad de los niños o alteración de los valores a medida que uno absorbe los de la organización en la que está implicado (Nichols y King, 1999a).

Estas son cuestiones de investigación muy amplias y ni siquiera han llegado a examinar las diferencias existentes en el voluntariado de diferentes culturas y naciones. ¿es la actividad voluntaria más importante donde el capitalismo está menos desarrollado? Pero dentro de estas cuestiones podrían existir numerosos estudios locales a pequeña escala. Por ejemplo, referentes al concepto de ocio serio de grupos concretos (Wilkin, 1999) o comprender cómo los clubes deportivos de voluntarios reaccionan a las presiones de la financiación de National Lottery en el RU (Garret, 1999). Con suerte toda esta discusión, a nivel general, dará paso a proyectos de investigación más concretos.

Referencias bibliográficas

CAAN, R., HANDY, F., and WADSWORTH, M. (1996). Defining who is a volunteer *Social Policy and Administration*, 30, 206-226.

- DAVIS SMITH, J. (1998). *The 1997 National Survey of Volunteering*. London: National Centre for Volunteering.
- FREUD, J. (1972). *The sociology of Max Weber*. London: Penguin.
- GARRETT, R. (1999). *The effect of lottery funding on voluntary sports clubs*. Paper given to the Leisure Studies Association Conference 1999, Cheltenham, UK.
- GLYPTIS, S. (1989). *Leisure and unemployment*. Milton Keynes: Open University Press.
- GODDARD, E. (1994). *Voluntary work*. London: HMSO.
- GORZ, A. (1985). *Paths to paradise*. Pluto Press: London.
- GRATTON, C. NICHOLS, G. SHIBLI, S and TAYLOR, P. (1997). *Valuing volunteers in UK sport*. London: Sports Council.
- GRATTON, C. and TAYLOR, P. (1985). *Sport and recreation, an economic analysis*. London: E and F Spon.
- GRATTON, C. and TAYLOR, P. (1991). *Government and the economics of sport*. London: E and F Spon.
- HANDY, C. (1988). *Understanding voluntary organisations*. London: Penguin.
- HEDLEY, R. and DAVIS SMITH, J. (1992). *Volunteering and society* London: Bedford Square Press.
- HENRY, I. (1993). *The politics of leisure policy*. Macmillan: Basingstoke.
- HOGGETT, P. and BISHOP, J. (1985). *The social organisation of leisure*. London: Sports Council.
- HOLLIDAY, S. (1996). Trends in British working time: has the British worker's increasing workload become a barrier to leisure participation? In C. Gratton (Ed.), *Work, leisure and the quality of life: a global perspective*. Sheffield: Leisure Industries Research Centre.
- HOULIHAN, B. (1991). *The government and politics of sport* London: Routledge.
- LYONS, M., WIJKSTROM, P., and CLARY, G. (1998). Comparative studies of volunteering: what is being studied? *Voluntary Action*, 1, 45-54.
- MARTIN, W.H. and MASON, S. (1998). *Transforming the future quality of life; rethinking free time and work* Sudbury: Leisure Consultants.
- NICHOLS, G., & KING, L. (1997). *Research for the Guide Association*. unpublished. London: Guide Association.
- NICHOLS, G., & KING, L. (1998). Volunteers in the Guide Association; problems and solutions. *Voluntary Action*, 1, 21-32.
- NICHOLS, G., SHIBLI, S. and TAYLOR, P. (1998). Pressures that contribute to a change in the nature of the voluntary sector in British sport. *Vrijetijdstudies*, 16, 34-46.

- NICHOLS, G. and KING, L. (1999a). The changing motivations and frustrations facing volunteers in youth programs: a study of the Guide Association of the United Kingdom. *Journal of Applied Recreation Research*, 23, 243-262.
- NICHOLS, G. and KING, L. (1999b). Redefining the Recruitment niche for the Guide association in the United Kingdom. *Leisure Sciences*, 21, 307-320.
- ROBINSON, R. and GODBEY, G. (1999). *Time for life: the surprising ways Americans use their time*. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- SCUMACHER, E.F. (1979). *Good work* London: Abacus.
- SMITH, D.H. (1994). Determinants of voluntary participation and volunteering: a literature review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 23, 243-263.
- SMITH, D.H. (1981). Altruism, volunteers, and volunteerism. *Journal of Voluntary Action Research*, 10, 21-36.
- STEBBINS, R. (1996). Volunteering: A serious leisure perspective. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 25, 211-224.
- STEBBINS, R. (1997). Serious leisure and well-being. In J. Haworth (Ed.), *Work, leisure and well-being*. London: Routledge.
- STEBBINS, R.A. (1998). *After Work*. Calgary: Detselig Enterprises Ltd.
- WEISBROD, B.A. (1978). *The voluntary non-profit sector*. Lexington, Massachusetts: Lexington Books, in Gratton and Taylor, op. cit.
- WILKIN, J. (1999). *Creative writing: art, therapy or leisure? The case of QueenSpark books' writing groups*. Unpublished dissertation submitted in part requirement for MA in Arts and Heritage Management, Leisure Management Division, Sheffield University Management School.

El voluntariado social propio de una cultura alternativa

Juan Francisco López Paz, Universidad de Deusto

Introducción

Por todos es conocido que siempre han existido personas que han prestado parte de su tiempo y de sus capacidades personales a otros individuos y a la comunidad, gratuita y desinteresadamente, de modo voluntario y solidario. Son los voluntarios, que actúan impulsados por motivaciones humanitarias, religiosas, socio-políticas o psicológicas. Es decir, en el marco de la participación, actuar voluntariamente, por decisión propia, en beneficio de los demás, y sin recibir nada a cambio es una de sus formas posibles. No obstante, caben múltiples maneras de participar como miembro de la sociedad civil desarrollando la comunidad, desde aquel que participa acompañando a jóvenes deportistas de su peña o club en sus desplazamientos, hasta el que coopera con su agrupación política-sindical, o aquel otro que participa en un programa de integración de parados de larga duración desarrollado por una institución determinada.

Cuando hablamos de voluntariado partimos siempre de decisiones que surgen del sujeto concreto, y nos planteamos al mismo tiempo qué mueve a los individuos a tomar semejantes decisiones

de participar voluntariamente. Los diversos intereses, la motivación que mueve a los voluntarios será diferente según se trate de un simpatizante o afiliado a un partido político o sindicato, o de aquel otro que es amante del deporte, o de quien se mueve por motivaciones religiosas. Pero, ¿qué sucede con aquellos que sin ser creyentes y al margen de afiliaciones políticas o intereses económicos o profesionales, prestan su tiempo y capacidades en beneficio de personas que necesitan determinados servicios y son atendidos por una organización o entidad sin ánimo de lucro mediante determinados programas sociales ? Entre las muchas razones que pueden mover a un sujeto, podemos contemplar el prestigio de la institución, la seriedad con que se trabaja, la necesidad de sentir que uno es útil a los demás al margen del trabajo con que se gana la vida, la búsqueda de relaciones humanas no mediatizadas por el rol profesional, más horizontales, o entre quienes se conceden el estatus de igualdad. A todo este conjunto de factores, que probablemente podrían explicar la existencia de los voluntarios en el sector institucional y que practica la acción social de carácter voluntario, le llamamos voluntariado como fenómeno sociológico (Calo, 1990).

El voluntariado social, si añadimos las actividades que realizan como personas físicas en una organización y en el marco de la acción social. Se trata de un fenómeno sociológico cuyo reto consiste en averiguar las causas sociales de su existencia, pero sin perder de vista el conjunto resultante global: la existencia de voluntarios, organizados institucionalmente y que actúan como tales en diversos sectores de la acción social de modo desinteresado, según planes y métodos.

Desde antaño, el ser humano ha manifestado un espíritu de ayuda hacia sus semejantes, atendiendo a pobres, ancianos, viudas, huérfanos, lisiados o indigentes. Se trata del conjunto de personas que se citan como beneficiarios históricos de la acción benéfica y voluntaria. Sin embargo, hoy asistimos a una visible explosión de amor por el voluntariado y las organizaciones voluntarias, especialmente el y las operantes en el campo social, cuando, al mismo tiempo, se registra un fenómeno de negación o, al menos, de preterición de la acción voluntaria, incluyendo la del objeto social (Renes, 1994).

Aunque la mayoría de los pensadores clásicos y dirigentes religiosos han apoyado tanto en la cultura griega como la judeocristiana y oriental la obligación de ser solidarios y ayudar a los desvalidos, dichas acciones pueden adquirir muy diversas formas. Por ello mismo hemos de saber distinguir el voluntariado como tal y la existencia de voluntarios de aquellas formas institucionales usadas o escogidas por ellos, así como del destino de la acción voluntaria.

Evolución del voluntariado social y sus valores

No deja de ser paradójico que, en la actualidad, aparezcan juntos responsabilidad civil e individualización compleja. Precisamente, la raíz del voluntariado reside en la propia conciencia individual, que es donde surge la decisión de actuar voluntariamente en beneficio de los demás sin obtener compensaciones estrictas de mercado.

La participación en asociaciones voluntarias y, por ende, la existencia de una sociedad civil arraigada y bien tratada formaban parte de las características de sociedades con un determinado nivel de desarrollo, de modernización y de cambio social. Las sociedades que cuentan con ese tejido social más denso serían aquellas en las que se da una alta industrialización y urbanización, una influencia más bien débil de las estructuras eclesiales y la familia, con tradiciones liberales asentadas y con una presencia del Estado más bien secundaria (Ander-Egg, 1988).

España ha formado parte más bien del grupo de sociedades con más problemas de desarrollo, menos secularizadas y con un papel de la mujer y del entorno familiar mucho más tradicional.

A ese conjunto de factores debemos añadir la absoluta falta de libertades individuales, políticas y civiles bajo una dictadura que anuló toda la vida pública, alejando así las preocupaciones colectivas de unos ciudadanos a los que se pedía que se dedicaran a los suyos, el resultado no podía ser otro que apatía, desinterés y desconfianza social, que en nada invitan a la cooperación o al simple intercambio e intercomunicación personal (Campo, 1993).

En cualquier caso, vamos a centrarnos en el desarrollo, evolución del voluntariado social a lo largo de las últimas cuatro décadas.

En la década de los años sesenta existía un voluntariado vinculado mayoritariamente a las instituciones de la Iglesia, pero ajeno a las reivindicaciones políticas que se gestaban en los primeros movimientos sociales en España. La debilidad de las coberturas sociales y la falta de libertad asociativa no permitían hablar de voluntariado organizado, tal y como hoy lo entendemos. Existía, en cambio, cierta contestación al Estado por parte de los movimientos sociales, que iba cobrando mayor protagonismo y que dejaba a un lado el asociacionismo voluntario tradicional.

Si la contestación y reivindicaciones frente al Estado se produce a finales de los sesenta, en torno a 1975 confluyen una mayor conciencia del derecho a la participación política-social y una más que evidente crisis del Estado del bienestar, que en España cobra particulares características al tener que arbitrar un restablecimiento de la democracia, que, previa a la participación de la sociedad civil, exige la participación política en el sentido estricto. Por ello mismo, el voluntariado se hará presente algo más tarde en nuestro país, cuando, asentada la democracia y pulsados los grandes problemas, se contempla con sumo interés no sólo su aportación, sino también la necesidad de que la misma sociedad se incorpore, por la iniciativa social, a los déficits del Estado del Bienestar, incluido el que se ha desarrollado en España. Es decir, que ha tenido lugar un proceso en el que la participación político-social tiene una prioridad (Linz, 1970).

La cultura del voluntariado acabando la década de los setenta y en los inicios de los años 80 es la cultura de la participación vecinal, de la ciudadanía y del desarrollo de las asociaciones. Se produce en nuestro país, en torno a los años 80, cuando el Estado de Bienestar en los países de la Europa desarrollada está haciendo agua, mientras España trata de sobreponerse al retraso acumulado. Con los nuevos ayuntamientos democráticos perderá fuerza el conjunto de ciudadanos participantes en las asociaciones de vecinos, juveniles, etc. frente a los nuevos servicios de los entes locales. No existía la imperiosa necesidad de recurrir al voluntariado porque se confiaba en la capacidad de los entes públicos para satisfacer la demanda de necesidades de los ciudadanos, y porque tampoco se tenía conciencia clara de lo que había supuesto el voluntariado organizado antes de la instauración de la democracia. Ahora bien, se

comenzaba a asistir al surgimiento de una gran diversidad de entidades que persiguen conquistas concretas en el ámbito del bienestar social. Incluso ensayan con la Administración fórmulas de prestación de servicios a la comunidad de modo institucional y profesional. Se puede deducir, entonces, que no existía interés institucional porque participara el tejido social organizado. La confianza era institucional y sólo de modo residual era considerada la participación comunitaria.

Así, lo que desde la dictadura se veía como una garantía más de su supervivencia, entoncaba con tendencias y experiencias más de fondo de la sociedad española y conducía a una cultura política que a principios de los años ochenta se caracterizó como clientelar, particularista, intolerante e insolidaria.

Por otra parte, es importante adentrarnos en otro de los aspectos que tradicionalmente se han considerado como un requisito previo para la formación de asociaciones y entramado social autónomo: la confianza interpersonal. En ausencia de vínculos de confianza, de compromiso mutuo, de pautas de reciprocidad, todo individuo tiene fuertes incentivos para ir por libre, para desertar, para eludir su compromiso en la acción colectiva. Las sociedades que cuentan con tradiciones que incentivan la reciprocidad y que poseen mecanismos de comunicación interpersonal y compromiso cívico dispondrían de un capital social que las situaría en mejores condiciones para afrontar situaciones como las actuales, en las que coinciden enquistamiento de problemas con crisis de los mecanismos tradicionales de representación y con procesos de deslegitimación de la autoridad. Y esas redes se materializan en la participación de asociaciones voluntarias de todo tipo, en las que a los individuos, unidos por lazos débiles (para diferenciarlos de los lazos fuertes característicos de los lazos familiares), se les habilita para poder traspasar todas las posibles fracturas de la estructura social, contribuyendo así a la cohesión social mediante la difusión de la confianza interpersonal (Casado, 1991).

Nuestro país se caracteriza más por la persistencia de los lazos fuertes que por la difusión de los lazos débiles, lo que explica la falta de cooperación social más allá del ámbito laboral, de calle o de barrio, al ser difícil para la gente confiar en aquellos a quienes no conoce o de quienes no tiene referencias directas. A partir de

ahí, el salto hacia la preocupación por problemas colectivos se hace muy difícil, tendiéndose a delegar (a desresponsabilizarse) en esos temas a una esfera institucional en la que tampoco se confía y de la que tampoco se espera (Bernardo, 1984).

A mediados de los ochenta va quedando superada la clásica confrontación entre lo público y lo privado, entre el desinterés y la profesionalidad, entre lo asistencial y lo promocional, entre la élite y lo popular. Sin embargo, existe una tendencia a homologar voluntario y joven, voluntariado joven y cultura de la gratuidad; no obstante, se sale ya al paso de un progreso hacia las motivaciones diversas entre quienes practican el voluntariado. Al mismo tiempo, se aboga por valores culturales alternativos como la cooperación solidaria, la creatividad, la participación y el protagonismo de la persona. Se crea la plataforma para la Promoción del Voluntariado en España como expresión, entre otras cosas, de una conciencia social que tiene por objetivo promocionarlo y buscar formas de entendimiento con la Administración.

Lo cierto es que el nuevo contexto exige un reajuste de las entidades de voluntariado. Es evidente que complementan al Estado y que se buscan nuevas formas de relación con el mismo: concreción, convenio, acuerdo. A partir de aquí es cuando las entidades de voluntariado irán desarrollando un camino que, por la propia dinámica que genera la relación con el Estado, podrá ser interpretado como de dependencia, ocasionalismo, compromiso, denuncia, etc. (Rodríguez y Montserrat, 1996).

En torno a los años 90 existe una conciencia social más clara de lo que significa el voluntariado organizado. También aumenta el número de las entidades de voluntariado en cantidad y diversidad. Al mismo tiempo, se habla más de concertación porque la concertación supone ciertas concesiones por parte del Estado, pero tiene una contrapartida clara: la movilización de apoyo voluntario, puesto que la corporación ha de renunciar expresamente a utilizar su potencial de obstrucción, potencial en base al cual se cuenta con ella y no con otra. Es en el ámbito de las organizaciones sin ánimo de lucro donde se puede reproducir la cultura empresarial, con la particularidad de que el cordón umbilical que las mantiene son las subvenciones.

Esta cultura de los años 90 puede interpretarse como la única alternativa a los problemas propios de la crisis del Estado de Bienestar.

Es más, hasta puede pensarse que, en el fondo, los desajustes reflejan la insolidaridad del ser humano. En consecuencia, el voluntariado como antídoto, ha de ser de total gratuidad y falta de egoísmo. Dejando en suspenso tan respetable hipótesis, podemos observar, junto a los intereses estrictos de mercado, intereses humanos que cuentan con el otro, gradación de la solidaridad, solidaridad calculada, escalonamiento de los móviles humanos, que pueden dar como resultado múltiples formas de voluntariado. No es, por tanto, condición inexcusable del voluntariado social la total gratuidad. Es más la combinación de la participación y del interés solidario lo que atraviesa a las comunidades, mercados e instituciones del Estado. Contar con el otro, reconocerlo, es dinamizar un intercambio que puede ser solidario, porque nos identificamos como iguales desde la colaboración. Cuesta creer en la cultura estricta de la gratuidad cuando la reestructuración del mundo laboral y del propio mercado han producido y, siguen produciendo, escalonamientos socio-laborales que alcanzan la marginación.

Pasada la fase estética, postmoderna, del voluntariado, ahora parece iniciarse una nueva fase que se guía más por los deseos individuales, por los intereses subjetivos, aunque se cuente con el otro. El entusiasmo estético ha devenido para progresar individualizado y autónomo entre el voluntariado. En línea con semejante cambio, las transformaciones del voluntariado pueden ser de perfiles locales e individuales. Es la cultura posible del voluntariado en la década de los noventa una cultura de la solidaridad que es consciente de la complejidad de los problemas y que trata de humanizar los intereses y los deseos humanos que recorren nuestro mundo próximo y aquel otro más alejado (Alberich, 1990).

La creciente flexibilidad cultural, la mayor tolerancia y la búsqueda continua de alternativas no se inclinan por acentuar la diferencia de una ortodoxia del voluntariado. Se contemplará como una alternativa más; y el tamiz de la praxis social se encargará de situarla en su puesto temporal sin entrar en competencias medievales. La ortodoxia del voluntariado se diversificará, en todo caso, en función de las posibilidades de participación que tenga el ciudadano, posibilidades que pueden llegar a conjugar tiempo libre, posición social, creencias, valores, experiencias personales, etc.

En estos años noventa parece haberse añadido a ese modelo de sociabilidad, limitada básicamente a los estrechos lazos familiares y de

amistad, un nuevo sentimiento de solidaridad para con los otros, los que no integran el círculo inmediato de las relaciones personales, que representa una forma de intervención en el espacio público poco habitual en el país, y que estaría dando lugar a procesos de participación asociativa, constatables sobre todo entre los jóvenes. Así, solidaridad, preocupación por problemas sociales o disponibilidad para trabajar como voluntario son características que influyen cada vez más entre los jóvenes españoles. Esas nuevas tendencias expresan una creciente aceptación de los movimientos sociales, sobre todo aquellos más vinculados a la defensa de derechos individuales o colectivos.

Evidentemente, éste no es un fenómeno que pueda aún generalizarse a todo el país por igual, y que tampoco tiene expresiones homogéneas en los distintos sectores de intervención social.

En la actualidad, comenzando el año 2000 y habiendo variado notablemente las condiciones sociales, el voluntariado se puede plantear perfectamente como un modo, entre otros, de entender la convivencia, una manera de ser y de vivir, el derecho a la participación social, un modo de profundizar en la democracia participativa, de enarbolar la última bandera de la disidencia, o desempeñar, por contra, meras funciones puntuales. Se trata de crear o fomentar infraestructuras sociales que posibiliten el voluntariado organizado y cualquier otra forma de hacerlo profundizando, al mismo tiempo, en la democracia. No por ello el voluntariado ha de perder su derecho a la diferencia y a defender su espacio de disidencia, a que se valore, a pesar de su gratuidad, su aportación en base a la solidaridad; es decir, su papel, su función de creador de redes relacionales, de redes de solidaridad.

Lo cierto es que hoy día comienza a tomarse conciencia de la necesidad de que exista, se desarrolle y se apoye al voluntariado y al voluntariado social. Al mismo tiempo, se comenta la idea de la complementariedad del voluntariado (ni subsidiariedad, ni suplencia), ello no implica que se le entienda como desvinculado del conjunto de acciones profesionales que trabajan sobre el total relacionado de los problemas sociales tales como empleo o pobreza, que se incardinan de un modo especial en las comunidades (Cartes, Hernan y López, 1998).

Los discursos sobre el apoyo a la comunidad y sobre el desarrollo de la creatividad y participación comunitaria son coincidentes,

además del propio discurso sobre el voluntariado. En otras palabras, coincidencia de discursos para que, en definitiva, sea la propia comunidad quien se procure la satisfacción de sus propias necesidades, pudiendo optar por el mercado si se dispone de medios económicos para ello.

El perfil que adquiere el voluntariado es expresado también por el voluntariado social como un modo propio de llevarse a cabo en la comunidad en la que se encuentra actuando, de acuerdo con un plan y no de modo individualizado. En la comunidad, el voluntariado mismo es participación y expresión inequívoca de comunidad. Es así porque en la comunidad se profundiza en la igualdad, al superar ésta los derechos individuales en aras de las redes y proyectos locales comunes que nos identifican.

La fragmentación del voluntariado y del voluntariado social puede ir asociándose a colectivos o sectores sociales que reúnen determinadas condiciones, y que son susceptibles de autoorganizarse colectivamente para solucionar sus problemas. La propia participación del voluntariado como modo alternativo de entender la vida puede estar adquiriendo entre las personas mayores la suficiente relevancia como para estar atentos a la evolución. Una cultura alternativa que modifica pautas de comportamiento pasivas por otras más activas y solidarias que aumentan la calidad de vida (por ejemplo, la jubilación).

La cultura del voluntariado parece apuntar a remover los obstáculos del contexto en el que vive cualquiera de las personas a que nos hemos referido, porque es a partir de dicha cultura de donde surgen modos nuevos de afrontar y solucionar los problemas; se van creando, en definitiva, nuevos hábitos culturales. El protagonista es siempre el sujeto, el cual asumiendo la situación (pérdida de movilidad, dependencia, proximidad del final, rechazo, exclusión,...), activa al máximo las posibilidades de que dispone mientras otros voluntariamente le acompañan y facilitan su propio esfuerzo personal (Renes, Alfaro y Ricciardelli, 1994).

Se trata de una nueva cultura que ensalza el esfuerzo personal y comunitario, los proyectos, el entusiasmo por la vida y, en definitiva, la defensa de la dignidad humana aun en los casos más críticos: es la cultura del desarrollo de los ciudadanos.

La cultura del voluntariado provoca, insta, remueve, ayuda, acompaña, pero nunca puede convertirse en un problema que im-

pida que sea el protagonista del propio proceso quien decide iniciarlo y resolverlo.

La propia diversidad del voluntariado, de sus motivaciones, produce una heterogeneidad cultural (espacio interactivo y complejo), además de los propios ámbitos en los que se ejerce. La heterogeneidad de los voluntarios, exige una coordinación en los métodos y en los procesos que se siguen, de tal manera que se rebasen o superen las diferencias personales de motivación que les impulsaban a trabajar como voluntarios. En otras palabras, el voluntariado representa toda una demostración de solidaridad, de conciencia comunitaria y de responsabilidad ciudadana como pocas, que está exigiendo entendimiento, seguridad, bienestar, formación y competencia, actuación sobre la raíz de los problemas, colaboración con respeto a la autonomía, denuncia pacífica de todo sistema económico-político no democrático e intervención con proyectos para romper los circuitos de la marginación (Casado, 1994).

Viejos y nuevos valores del voluntariado

Los viejos o clásicos valores del voluntariado social se fundamentan básicamente en la religión, y en la caridad cristiana más exactamente. Los nuevos, si entendemos por tales los que se les atribuyen a los voluntarios y a las organizaciones de voluntariado social, están más relacionados con la solidaridad, con los intercambios no lucrativos, la participación, la responsabilidad ciudadana, la justicia, etc.

A nadie le pasa por alto que la gran mayoría de los que acuden a los Servicios Sociales son personas con notables carencias y de bajo estatus social; si, además, pensamos en la deshumanización y masificación del conjunto de los servicios públicos, podemos concluir, con la lógica irreflexiva al uso, que no merece la pena esmerarse en la prestación de los mismos. Sin embargo, son la espontaneidad, la creatividad, la iniciativa, la sensibilidad, la flexibilidad, la prevención y la agilidad, características que vinculan al voluntariado social que actúa precisamente con los más desfavorecidos. En tal caso, podemos augurar un claro progreso del voluntariado social y de sus actuaciones en materia de acción social. esto es así porque

los cambios sociales presionan y el voluntariado social habrá de elegir aquellas estrategias posibles que reduzcan la fragilidad y la vulnerabilidad de los mundos vitales: reinstaurar la convivencia, la participación, la solidaridad en ámbitos sociales en los que es necesario avanzar en esa línea para no verse desplazados por intereses convencionales (Tezanos, Montero y Díaz, 1996).

En la actualidad actuamos en función de muchas variables. Una de ellas es el tiempo, y el tiempo parcial es, precisamente una de las características que definen al voluntariado social de nuestros días. No hablemos hoy de una manera de ser, identificada por la diferencia de entregarse totalmente a los demás, porque es de sobra conocida y no parece adecuarse del todo a las exigencias del voluntariado social de nuestros días.

Entre los componentes, valores actuales, con que parece perfilarse el voluntariado ha cobrado especial relevancia la responsabilidad política y social como ciudadanos, sin olvidar la libertad del voluntario.

La gratuidad, a la que hemos hecho referencia, y la libertad con que decide actuar el voluntario son dos características emblemáticas y definitorias del mismo. Constituyen la esencia del voluntariado de nuestros días.

El compromiso frente a una solidaridad puntual es un valor del voluntariado de nuestros días.

La versatilidad y porosidad que confiere a la comunidad convierten al voluntariado en vigía y termómetro previsor de modificaciones sociales graduales.

La donación, concesión o fabricación de un espacio social y categoría ética nuevos para los más desfavorecidos es el precipitado más valioso para el voluntariado social.

La axiología social, los valores sociales en alza, son capaces de combinarse. egoísmo y altruismo, individualismo y comunitarismo, satisfacción por lo que hacemos y preocupación por ayudar a los demás, mantenimiento del tono de actividad vital y disminución del estrés propio de la actividad laboral... Sin embargo, ¿qué sucede: que el ser humano reparte las mil caras de su personalidad en la vida laboral, social, familiar, política, lúdico-deportiva y de voluntariado ? Diríamos que lo que hace es desarrollar su personalidad, sus metas,... allí donde le ofrecen oportunidades: en las entidades de voluntariado, por ejemplo.

No hay que olvidar que los datos empíricos nos muestran en Europa a un voluntariado notablemente ocupado y comprometido en otras muchas cosas. Seguramente por ello, no calcula demasiado, sino que siente y entiende la necesidad de actuar como voluntario, porque existe una trayectoria personal que se verifica desde el momento en que tiene oportunidades de llevarla a la práctica en una entidad de voluntariado. Hay inteligencia, sensación, proyecto, acción y ajuste o no a la propia personalidad. Los voluntarios encuadrados en una organización combinan los objetivos personales con los propios de la entidad, de tal modo que comenzamos a conocer datos sobre la mayor o menor acomodación de los intereses personales del voluntario a los propios de la organización en la que actúan (Zubero, 1996).

Egoísmo, altruismo, individualismo, comunitarismo, satisfacción, mantenerse en forma vital, etc. pueden darse al mismo tiempo en los voluntarios. Esto quiere decir que nos encontramos ante un conjunto de posibilidades que están por explotar, por desarrollar. Si en Europa se alcanza, en el mejor de los casos, un 30% de personas que prestan servicios como voluntarios, falta todavía por saber si haciendo hincapié en los valores mencionados, y en otros semejantes como de aventura, viajes, posibilidades de conocer cosas diferentes, etc., podemos ampliar el porcentaje anterior. En España, todavía estamos alejados de ese 30% de voluntarios.

Referencias bibliográficas

- ALBERICH, T. (1990). «La crisis de los movimientos sociales y asociacionismo de los años noventa.» *Documentación Social*, n.º 90.
- ANDER-EGG, E. (1988). *Voluntariado y desarrollo comunitario*. Vitoria: Conferencia de Voluntariado.
- BERNARDO, F. (1984). *El voluntariado en España*. Madrid: Cruz Roja Española.
- CALO, J. (1990). *¿Qué es ser voluntario?* Madrid: Plataforma para la Promoción del Voluntariado en España, vol. 2.
- CAMPO, S. (1993). *Tendencias sociales en España*. Bilbao: Fundación BBV, vol. 2.
- CARTES, L., HERNÁN, M. y LÓPEZ, O. (1998). *Las organizaciones del voluntariado en España*. Madrid: Plataforma para la Promoción del Voluntariado en España.

- CASADO, D. (1991). *Coordinación de la acción voluntaria*. Madrid: Acebo.
- CASADO, D. (1994). *Acción social y servicios sociales*. V Informe sociológico sobre la situación social en España: Sociedad para todos en el año 2000. Madrid: Fundación FOESSA.
- LINZ, J. (1970). *La realidad asociativa de los españoles. Sociología española de los años 70*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- RENES, V. (1994). «Voluntariado social, incorporación social y solidaridad social: independencia, interdependencia y ambigüedades.» *Documentación Social*, n.º 94.
- RENES, V., ALFARO, E. y RICCIARDELLI, O. (1994). *El voluntariado social*. Madrid: CCS.
- RODRÍGUEZ, G. y MONTSERRAT, J. (1996). *Las entidades voluntarias en España*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- TEZANOS, J., MONTERO, J. y DÍAZ, J. (1996). *Tendencias de futuro en la sociedad española*. Primer foro sobre tendencias sociales. Madrid: Sistema.
- ZUBERO, I. (1996). «El papel del voluntariado en la sociedad actual.» *Documentación Social*, n.º 104.

Ocio, voluntariado y desarrollo humano

M.^a Luz Barba Tejedor

Este documento trata de ser más que una disertación teórica una reflexión en voz alta sobre la relación existente entre ocio, voluntariado y desarrollo humano apoyado en nuestra práctica y que hacer cotidiano con los voluntarios que colaboran en la asociación Asprodes de Salamanca.

Hoy en día hay una serie de conceptos e ideas que están en boga: voluntariado, calidad de vida, desarrollo económico y social, autorealización, autodeterminación... En principio parece que no tienen ninguna relación entre sí. Si miramos el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española observamos las siguientes definiciones:

- Voluntario: persona que entre varias ejecuta un trabajo o servicio por propia voluntad.
- Ocio: diversión u ocupación reposada porque se toma por descanso de otras tareas.
- Desarrollo: progreso, crecimiento. Acción o efecto de desarrollar.

Aparentemente no hay ningún nexo entre ellas, pero si ahondamos en su verdadero significado podemos descubrir que guardan alguna relación.

En la sociedad en la que vivimos parece que está de moda el tema del voluntariado. Ante cualquier catástrofe natural (volcanes, huracanes, inundaciones...) son muchas las personas que se movilizan para paliar las consecuencias de tales hechos. La mayor aportación es sin duda la económica quizás porque es la más sencilla de realizar. Se crean asociaciones con uno u otro fin que en su mayoría reclaman y necesitan la presencia de personas voluntarias que colaboren y presten un servicio. Entre los jóvenes parece bien visto que se dediquen unas horas a la semana para atender a colectivos marginados o desfavorecidos. Las administraciones públicas se preocupan por organizar campañas de captación de voluntarios y los medios de comunicación han puesto de moda el voluntariado.

Además de todo esto si analizamos con detalle las razones por las que una persona decide ser voluntaria (soledad, necesidad de relaciones de amistad, desempleo, espíritu de aventura, necesidad de hacer algo, mejorar el curriculum, necesidad de justificar la propia vida...) nos encontramos con una variedad grande de perfiles y expectativas que en muchos casos no coincide con lo que nosotros ofrecemos y/o pretendemos: que la acción voluntaria se incorpore al proyecto de vida de cada persona como una actitud de justicia y amor.

Pero las modas pasan y es difícil encontrar personas verdaderamente voluntarias en un mundo que camina por la exclusión y la indiferencia, en una sociedad que tiene una visión parcelada de la realidad y en la que cada vez más aumenta la problemática social junto a la aparición de nuevos problemas psicosociales. Nuestra sociedad busca la promoción personal y la primacía del confort en detrimento de algunos valores como la solidaridad y la ayuda mutua que pasan a convertirse en valores pasajeros o temas de moda.

Sin embargo desde nuestros planteamientos defendemos el voluntariado como una pieza importante en los cambios y en el desarrollo del mundo en el que estamos inmersos, capaz de iniciar la verdadera transformación de una realidad injusta a la vez que crece personal y grupalmente. Defendemos un voluntariado basado en un compromiso solidario, atento a las necesidades permanentes que se plantean, creativo, divertido y dispuesto a consolidar una nueva manera de mirar la vida y a los demás; un voluntariado que descu-

bre al otro y a su vez se autodescubre mientras ayuda al otro a descubrirse a sí mismo.

La persona voluntaria debe entender su tiempo de ocio como un espacio solidario en el que a través de compartir con otros todos sus valores y capacidades se desarrolla plenamente como persona en un marco de libertad. No acude un par de horas semanales a una cita que le va a ser indiferente o que no va a suponer un cambio en su vida. No busca un título o un reconocimiento social ante la labor que desempeña. No mueven sus acciones los sentimientos de pena o compasión ante situaciones peores que la suya. Son voluntarios reivindicativos, exigentes, denunciantes...

Su tarea no consiste solamente en estar con esa causa o con esas personas marginadas, excluidas o que sufren, sino que lucha para que ellas salgan de esas situaciones. Su labor no es una actividad que ocupa un tiempo de tedio o aburrimiento sino que supera el tiempo de la tarea convirtiéndose en un proceso formativo y en un camino que enriquece la propia experiencia y favorece el encuentro interpersonal. El compromiso del voluntario supone un esfuerzo personal, una renuncia a tener más para que otro tenga algo.

El voluntariado entiende la vida como un compartir, como un dar sin esperar recibir nada a cambio. El voluntario crece y se desarrolla como persona cuando comparte su tiempo y su vida con alegría. Ve las situaciones injustas de la vida, las denuncia y es capaz de reivindicar con su acción un mundo más justo. Con su actuar se desarrolla y ese cambio le va a llevar a sentirse útil porque sabe que es capaz de hacer cosas por los demás, cosas que incluso muchas veces había pensado que no sabía o podía hacer.

Es capaz de sacar de los otros lo mejor y les ayuda a superarse cada día. Aprecia los pequeños detalles de su quehacer cotidiano. Se fija en las insignificancias de la vida que le dan grandeza a las situaciones: la sonrisa de un niño, un gesto de aliento, una palabra de ánimo, la caricia de un anciano, el caer de las hojas, el amanecer...

Aprende a esperar, a ser paciente, a confiar, a apostar ya que no tiene nada que perder y mucho que ganar. Es agradecido con lo que tiene y a la vez entregado pues ese tesoro lo hace común. Valora el esfuerzo. Mira lo positivo de las personas, sus capacidades y potencialidades. Disfruta con lo que hace y es capaz de contagiar a otras

personas esas inquietudes y esa alegría. En definitiva, cada día es un poco más persona.

Juntos todos los voluntarios son capaces de crear entornos y ambientes que puedan ser compartidos por todos; entornos agradables y solidarios, ambientes de desarrollo. En sus ratos libres de ocio hacen algo que les gusta, algo con lo que disfrutan, con lo que se realizan. Estas actitudes les llevan a entender la vida de otro modo. Su acción lucha por conseguir un mundo mejor y más justo.

El voluntario es una persona libre y coherente que ha descubierto su propia realización en el compromiso de transformar la realidad injusta en la que vive y por eso el voluntariado aunque en principio suponga un fin para la persona, se acaba convirtiendo en un medio para llevar a cabo determinadas opciones personales. Siente la vida como un regalo y como una oportunidad de realización y superación ya que está en constante actitud de búsqueda.

No todo es un camino fácil. Como en otras facetas de la vida hay tropiezos, retrocesos y obstáculos pero todo ello se vence si de verdad apostamos porque el voluntariado comparta su tiempo libre desde la gratuidad y el altruismo desarrollándose plenamente y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida propia y de otras personas, sabiendo que no estamos solos y uniendo esfuerzos; organizados, coordinados, acompañados, mimados por las estructuras (grupos de personas) creadas para tal fin.

¿No significa esto un crecimiento y un progreso? Si es así podemos decir que hay un desarrollo personal.

¿No es ésta una ocupación reposada realizada en un tiempo libre de la persona? Si es así implica ocio.

¿No es una actividad o un servicio elegido libremente por propia iniciativa y con libertad? Si es así es voluntariado.

Los voluntarios de nuestra asociación nos demuestran cada día que ocio, desarrollo y voluntariado son conceptos teóricos que se relacionan en la práctica y en la realidad cotidiana. No entienden su acción voluntaria como un sacrificio sino como una satisfacción y realización personal y social. Saben que se sienten bien y crecen cuando deciden colaborar con nosotros y saben también que eso implica una mejora en la calidad de vida de su entorno más cercano y por supuesto en la del colectivo por el que han decidido comprometer su tiempo libre.

La actividad que llevan a cabo les hace realzar su valor como personas y ejercitar determinadas características o cualidades que consideran imprescindibles en cualquier voluntario: constancia, responsabilidad, solidaridad, entusiasmo...

Muchas veces manifiestan que es el inconformismo personal el que les lleva a plantearse nuevas metas y a ser voluntarios aunque no sepan bien si su estilo de vida les lleva a ser voluntarios o ese ser voluntarios lo que caracteriza su estilo de vida. Buscan sentirse bien y encontrar la felicidad y realización personal en el compartir su plan de vida con los demás.

Creemos que estos son los planteamientos clave y nuestro trabajo con los voluntarios quiere seguir estas líneas que ahora planteamos. Sabemos que es difícil pero no imposible y cada día nos sorprende y nos alegra más poder contar con personas que les dan la oportunidad de desarrollar todas las potencialidades a las personas con retraso mental y buscan hacer un hueco en la sociedad para ellos. Nos alegra y nos sorprende que estas personas sean voluntarias y opten por vivir su ocio y su tiempo libre de un modo distinto, de una forma solidaria y transformadora de una sociedad a veces injusta. Nos alegra que las personas crezcan y se desarrollen y nos enorgullece que podamos contar con voluntarios agradeciendo mucho su labor.

SEGUNDA PARTE

El voluntariado en la
sociedad contemporánea

El voluntariado en el RU: oportunidades y retos

Justin Davis Smith,

Institute for Volunteering Research Volunteering

Introducción

En la actualidad parece que el voluntariado disfruta de buena salud. Hasta ahora, el gobierno nunca se había interesado tanto por este movimiento y nunca se le había otorgado tanto prestigio. Nunca pareció que el voluntariado sintonizara tanto con el espíritu de los tiempos, dada la importancia que concede a los poderes reducidos, a la expresión individual y a la capacitación.

Sin embargo, bajo la superficie, se desarrollan tendencias preocupantes que amenazan con despojar de su encanto a este panorama. Muchas organizaciones de voluntarios están teniendo dificultades para reclutar a gente y existen indicios de que el voluntariado se está pasando de moda entre los jóvenes. Aunque el apoyo gubernamental aporta indudables beneficios en términos de incremento del nivel de los perfiles y de la financiación, resulta preocupante la posible pérdida de control e independencia. Y la tendencia hacia una incluso mayor eficacia y profesionalidad de las organizaciones de voluntarios amenaza con minar los valores fundamentales y rasgos distintivos del voluntariado.

Esta comunicación abordará las oportunidades y retos a los que se enfrenta el movimiento de voluntariado en el RU. Examinará el origen del interés gubernamental por esta área, estudiará las últimas tendencias en niveles y modelos de participación e identificará los retos clave, incluyendo la mejor forma para ampliar la base del voluntariado y mejorar su práctica sin correr el riesgo de formalizar y profesionalizar en exceso esta actividad. Podría afirmarse que la base de una respuesta satisfactoria a este desafío se halla en la reinterpretación y recontextualización del voluntariado como una actividad principalmente de ocio, más que laboral.

Definiciones

Ante todo ¿de qué estamos hablando? El voluntariado se ha resistido de forma significativa a cualquier intento de establecimiento de una definición precisa. Como término significa diferentes cosas para personas distintas. El voluntariado es especialmente sensible a su entorno y está fuertemente influido por la sociedad en la que se desarrolla.

No sería realista esperar encontrar una definición del voluntariado que pudiera aplicarse universalmente, pero sí podemos identificar las características clave del voluntariado, que lo distinguen de otras formas de actividad humana, como el empleo remunerado, el ocio y las relaciones familiares. Si bien se reconoce la existencia de una amplia gama de diferentes definiciones de voluntariado, es posible identificar tres elementos clave comunes a la mayoría de ellas (si no a todas), que son:

- Que la actividad no debe ser remunerada o, al menos, que no se emprende en principio a cambio de un salario. Es decir, aunque se permite sufragar los gastos ocasionados y pagos excepcionales u honorarios, una característica clave definitiva del voluntariado y que lo distingue del empleo remunerado, es que no se realiza fundamentalmente a cambio de un beneficio económico.
- Que la actividad debería realizarse con libertad y no como resultado de una coerción o imposición del gobierno, empresa-

rios o cualquier otro agente. Tal y como ocurre con el asunto de la remuneración, estos límites son en cierto modo difusos. Aunque la coerción abierta, como la de un programa de alimentos a cambio de trabajo o la del trabajo a cambio de planes de beneficios sociales, queda fácilmente excluida. Pero ¿dónde situaríamos los planes de servicios comunitarios basados en la escuela en los que se anima o se «obliga» a los estudiantes, como parte del currículo, a participar en actividades de la comunidad? ¿O los planes de voluntariado de empresas en las que las perspectivas de promoción de los empleados pueden depender de su actividad en la comunidad?

- Que la actividad beneficie a un tercero, a otro individuo o grupo de individuos o a la comunidad en general, así como al propio voluntario. Ahora se acepta que el voluntariado aporta al voluntario una gama de beneficios, desde contactos sociales que pueden ayudarle a encontrar un trabajo remunerado, hasta mejoras en la salud. Pero también muchas otras actividades individuales, como dedicar tiempo a nuestras aficiones o deportes favoritos, pueden considerarse actividades generadoras de ventajas personales y satisfacción. Para distinguir el voluntariado de las actividades de ocio resulta esencial incluir cualquier definición de un criterio de beneficios para un tercero. Aunque como han afirmado autores de la talla de Robert Stebbins o Sussan Chambre, es posible considerar ciertos tipos de voluntariado formas de ocio serio, con todas las implicaciones que esto supone para la gestión de voluntarios. Volveré sobre este punto más tarde.

Construir una tipología del voluntariado

Habiendo establecido una definición de trabajo, es posible construir una tipología de las diferentes formas que puede adoptar el voluntariado en diferentes contextos. Aunque en cierto modo es posible ver que el voluntariado puede adoptar una variedad infinita de formas distintas reflejo de la infinita variedad de formas diferentes en que se refleja el empeño humano. Es posible dividir el voluntariado en cinco tipos fundamentales, que son:

- Voluntariado como autoayuda. Tal vez sea la más antigua de las diferentes formas o «tradiciones» de voluntariado, la autoayuda o mutuo apoyo (en la que los individuos se reúnen para ayudarse a sí mismos y al hacerlo ayudar a otros de su comunidad) es una fuerza poderosa de las sociedades en desarrollo y desarrolladas.
- El voluntariado como filantropía o servicio al otro. La filantropía representa la segunda gran tradición del voluntariado y se diferencia de la autoayuda o mutuo apoyo por un mayor énfasis en el servicio al otro o a la comunidad en general, más que a uno mismo o a nuestra comunidad más inmediata. Tal vez más común en las comunidades desarrolladas, adopta numerosas formas, desde dirigir grupos de juego hasta asesorar a jóvenes, desde visitar hospitales hasta distribuir a domicilio alimentos a personas mayores.
- Voluntariado como activismo. En muchas partes del mundo el voluntariado cuenta con una fuerte tradición como movimiento activista o *lobby* por un cambio. Tanto si se trata de las actividades de un grupo de inquilinos de una vivienda de protección oficial, como una campaña mundial en favor de la prohibición de las minas antipersonales que moviliza los esfuerzos de unos 100 millones de voluntarios en más de 100 países, en el fondo de la mayor parte del voluntariado subyace un deseo de un cambio y una justicia sociales.
- Voluntariado como gobierno y participación. Los voluntarios participan en una amplia gama de actividades de gobierno, como formar parte de comités de las organizaciones de voluntarios y cuerpos estatutarios hasta actuar como delegados y magistrados locales no remunerados.
- Voluntariado como capital cultural. Gran parte del capital cultural de la sociedad, personificado en el arte, el patrimonio, los grupos de aficionados a un hobby o a un deporte, depende del trabajo de los voluntarios. De hecho, existen estudios en Europa y América del norte que han sugerido que hay más voluntarios implicados en el deporte que en cualquier otro tipo de actividad.

Datos y cifras en el RU

Si nos centramos en esta amplia definición, encontraremos elevados niveles de participación en el RU. Los estudios nacionales indican que prácticamente la mitad de la población adulta dedica algo de tiempo al voluntariado durante el transcurso del año, dando de media unos 100 millones de horas semanales. Los mismos estudios registran elevados niveles de respaldo público al voluntariado, ya que 9 de cada 10 personas piensan que el voluntariado es un distintivo de una sociedad civilizada y una proporción similar cree que la sociedad siempre necesitará los servicios de los voluntarios.

Los voluntarios parecen ser un grupo significativamente competente, que señala la satisfacción y disfrute que obtienen de su actividad. De hecho, una reciente encuesta referente a fuentes de disfrute, descubrió que el voluntariado ocupaba el segundo lugar tras el baile (el baile escocés, más concretamente) en una tabla de actividades de disfrute, en la que la política languidecía al final.

Ciertamente el voluntariado parece ser algo bueno, un escenario clásico de acuerdo mutuamente beneficioso, parafraseando la jerga comercial, en el que todas las partes, el voluntario, el receptor y la sociedad obtienen beneficios de la experiencia.

Implicación gubernamental

Y tal vez a esto se deba el significativo interés que despierta en el ejecutivo. El nuevo gobierno del New Labour ha salido en defensa del voluntariado. El Primer Ministro, Tony Blair, ha apelado al pueblo británico a marcar el nuevo milenio con una «explosión del dar». Se ha lanzado una gran cantidad de nuevas iniciativas para fomentar la participación y existen planes para fomentar que los jóvenes realicen actividades de voluntariado y proyectos dirigidos a los recién jubilados, además de iniciativas centradas en la participación informal en la comunidad, así como otras basadas en el voluntariado más formal y estructurado. El Primer Ministro retó recientemente a los medios de comunicación y al sector público y privado a que hicieran más por fomentar una cultura de voluntariado entre sus empleados (Blair incluso prometió dedicar un día

al año a actividades de voluntariado en una escuela durante su legislatura).

Se ha concedido especial importancia a las nuevas tecnologías como medio de enlace entre voluntarios y oportunidades y se ha iniciado un nuevo programa, «TimeBank», que cuenta con el respaldo de la BBC.

Evidentemente este gobierno no es el primero en promocionar el voluntariado. La anterior administración conservadora disponía de su propio programa («Make a Difference»), que compartía muchos de los objetivos del New Labour y que obtuvo diferentes niveles de éxito. Y gobiernos de ambas tendencias políticas han estado dando vueltas a diferentes ideas para incentivar el voluntariado durante una gran parte de los últimos 30 años. Lo que tal vez haya cambiado es el nivel e intensidad con la que este gobierno está progresando. Realmente el voluntariado parece haber llegado a su mayoría de edad, en perfecta consonancia con la agenda gubernamental de inclusión social, ciudadanía activa y una *tercera vía* entre el Estado y el mercado.

Beneficios

Como decía, las ventajas del voluntariado están por todas partes. Los beneficios para el voluntario se han recogido en numerosos estudios: la oportunidad para conocer a nuevos amigos, la opción de aprender nuevas destrezas, la ayuda para encontrar empleo remunerado, incluso una mejora aparente de la salud.

Para la sociedad en general las ventajas parecen igualmente impresionantes.

El voluntariado realiza una importante contribución económica. Un estudio ha sugerido que el voluntariado tiene un valor económico virtual (calculado en términos de la escala salarial de sustitución) de 40.000 millones de libras anuales, lo que lo convierte en el tercer contribuyente más importante al PIB. Desde luego el voluntariado no está exento de costes, puesto que existen costes asociados con la motivación de los voluntarios, referentes a su selección, formación, pago de gastos etc., pero incluso teniéndolos en cuenta, el voluntariado parece salir muy rentable. Recientemente se intentó elaborar

una ecuación económica del voluntariado que ha situado la relación coste-beneficio en 1 a 7. Es decir, por cada libra invertida en el voluntariado una organización puede esperar obtener unas 7 libras.

Pero, sin lugar a dudas, el voluntariado es mucho más que un bien económico. Desempeña un papel principal en la promoción de una sociedad más inclusiva y participativa, ayudando a construir el capital social (las redes de asociación horizontales) que ayuda a unir la sociedad. Un papel que según Putnam y otros también tiene un objetivo que cumplir en el desarrollo económico.

Así que (en general) el voluntariado es un bien en la sociedad, que aporta beneficios a los participantes, a los beneficiarios inmediatos y a la comunidad en general. Digo en general, porque debe reconocerse que existe una cara oscura del capital social y del voluntariado y que sirve para reforzar las divisiones y fomentar el malestar (el Ku Klux Klan constituye el ejemplo más citado), más que para contribuir al bien común. Pero evidentemente esta es la excepción a la regla.

Retos

Pero no todo es halagüeño en el jardín del voluntariado. ¿No deberíamos regocijarnos por este recién hallado respaldo político y entusiasmo popular y concluir que las cosas van cada vez mejor y que probablemente es mejor dejarlas como están? Pues parece que no. Aunque no debemos ser indebidamente alarmistas o pesimistas y realmente debemos utilizar esta nueva estimada consideración a nuestro favor: no podemos permitirnos ser complacientes. Existen varias tendencias y evoluciones que amenazan con deshacer el hechizo.

Cifras en descenso

Para empezar, es indudable que el entusiasmo popular por el voluntariado se está traduciendo en un número cada vez menor de personas. La última encuesta nacional sobre el voluntariado reveló un ligero descenso en la participación durante la década de los noventa.

Evidentemente esto estaría en consonancia con la experiencia de muchas organizaciones de voluntarios que han encontrado grandes dificultades en los últimos años para captar a gente. Hace poco estuve en una conferencia en la que escuché al presidente de la British Red Cross (Cruz Roja británica) decir que su sociedad había perdido al 40% de sus voluntarios en los últimos diez años. Y en modo alguno son los únicos. Parece que es un tipo concreto de organización la que se encuentra con mayores problemas (la agencia de bienestar más tradicional) que ha tendido a basarse en un cierto tipo de voluntario que ya no existe o que está en vías de extinción.

Es evidente que existen tendencias en la sociedad que hacen peligrar el suministro de voluntarios. Los cambios en los modelos de trabajo, con la entrada de más mujeres en el mercado laboral remunerado, ha recortado drásticamente la cantidad de voluntarios en algunos sectores; mientras que el rápido crecimiento de grupos nuevos y organizaciones benéficas, tal vez más en consonancia con las actitudes y valores de los jóvenes de hoy en día, han socavado aún más el respaldo a las agencias más tradicionales.

Pero este cambio, aunque difícil para las organizaciones que salen perdiendo, tal vez no debiera considerarse un problema. El incremento de la competencia por hacerse con voluntarios debería mantener a las organizaciones alerta y conducirles a prestar más atención a las necesidades de sus voluntarios.

Ahora los voluntarios reclaman más sus derechos y están menos dispuestos a aceptar lo que consideran prácticas deficientes. Un estudio concluyó que dos tercios de los voluntarios expresaba alguna insatisfacción con respecto a la forma en que estaba organizado su voluntariado. Las organizaciones que logren captar y mantener a sus voluntarios serán las que ofrezcan el mejor trato, no un desarrollo no deseado.

Ampliar la base

Las organizaciones no sólo se verán obligadas a competir entre sí por el voluntario tradicional, lo que implicará controlar su rendimiento y hacer que sus prácticas sean más flexibles para adaptarlas a los actuales estilos de vida, cada vez más ocupados y ajetrechos.

También deberán adoptar un método radical para buscar nuevos grupos de apoyo.

Muchos estudios han descubierto que ciertos grupos están subrepresentados en términos de su participación en el trabajo de voluntariado formal: los desempleados, los jóvenes, los jubilados y los pertenecientes a comunidades étnicas minoritarias. De hecho, precisamente los grupos que están excluidos de otros aspectos de la sociedad. En este caso resulta importante la referencia al voluntariado «formal», porque estos mismos estudios han descubierto que las desigualdades en participación se superan cuando ampliamos la definición del voluntariado para abarcar la actividad informal de barrio. La situación referente a los jóvenes constituye un caso de especial preocupación. Estudios recientes indican que la participación de los jóvenes no sólo se ha reducido desde hace una década, sino que el voluntariado supone un importante problema de imagen en lo que a los jóvenes se refiere. El voluntariado no es sexy. Con esto no quiere decirse que los jóvenes no sean activos, sino más bien que participan en el tipo de actividades y campañas (el medio ambiente, los derechos humanos) que encuentran interesantes, más que en otras formas de voluntariado más tradicionales. Y siempre ha sido así. Tal vez los jóvenes no hayan sido nunca los candidatos más obvios de las agencias tradicionales más establecidas, pero con la decadencia del voluntario tradicional las organizaciones se verán presionadas a atraer a los jóvenes y al resto de los excluidos en el pasado. Y esta presión se verá incrementada por otras tendencias que evolucionan en la sociedad, como las iniciativas que fomentan la jubilación anticipada y el incremento de la esperanza de vida, que ofrecerán una enorme gama de nuevos voluntarios potenciales entre las personas de la tercera edad sanas y activas.

Una vez más, la aparente crisis del voluntariado podría resultar positiva si las organizaciones se abrieran más y fueran más receptivas a las necesidades de la población en general y se centraran en aquellos anteriormente excluidos.

Acentuar las desigualdades

Sin embargo, aunque algunas organizaciones están intentado ampliar el origen de su voluntariado, otras tienden a cerrarlo y a

centrar aún más su atención en el profesional preparado que se considera vital para el éxito de la organización o incluso para la supervivencia en el mundo feliz de la cultura contractual. Un estudio realizado hace unos años en 10 países europeos reveló que la mayoría de las organizaciones expresaban su deseo de centrar la selección de voluntarios en los grupos con destrezas profesionales (obtención de financiación, marketing, contabilidad), considerados los más valiosos en el nuevo clima de fuerte competición en el que deben funcionar.

Así que existe el peligro de que las desigualdades en el voluntariado se amplíen, en vez de reducirse.

Exprimir a los voluntarios

También existe el peligro de que el nuevo clima acabe por exprimir de una vez por todas a los voluntarios, o que como poco se produzca un cambio fundamental en los valores y la cultura del voluntariado. También existen indicios de que la contratación conducirá a las organizaciones a tender a reemplazar voluntarios por personal remunerado, sobre el que parecen tener más control, puede considerarse más fiable o resultar más fácil de dirigir hasta lograr adquirir los rigurosos estándares de calidad que se están aplicando. Incluso si las organizaciones conservan a sus voluntarios, tal vez pretendan imponerles más control (descripciones del trabajo, sistemas de revisión y evaluación formales e incluso procedimientos disciplinarios y conciliatorios) sistemas que se están convirtiendo en algo normal para todos los voluntarios.

Esta tendencia hacia la formalización del papel del voluntario amenaza con minar algunos de sus valores fundamentales.

Voluntariado como trabajo o como ocio

El voluntariado se está convirtiendo en algo cada vez más parecido al trabajo. Y aunque es cierto que algunas personas pueden verse atraídas por el entorno más formal y estructurado del voluntariado, otras probablemente se sentirán desanimadas. Para muchos

el voluntariado hace referencia a la flexibilidad e informalidad, está libre de las limitaciones más formales del trabajo remunerado. El voluntariado, para mucha gente, es más parecido al ocio que al empleo. Y la noción de trabajo remunerado sin salario puede no resultar nada atractiva.

Con esto no quiero afirmar que no deba apoyarse o formarse a los voluntarios. Uno de los resultados positivos de la formalización es que se toma más en serio a los voluntarios y se les otorga un respeto similar y apoyo organizativo que al personal contratado. Abogar por el mantenimiento de la distinción del voluntariado no significa una vuelta a la visión de los voluntarios como aficionados con buena intención que requieren poco de la organización, salvo la oportunidad de hacer buenas obras. Como he afirmado anteriormente, los voluntarios exigen cada vez más sus derechos. Y no se equivocan al hacerlo.

Peter Druker, el gurú americano de la gestión, ha señalado que se está produciendo un cambio en las aspiraciones y expectativas de los voluntarios. En un artículo publicado en *Harvard Business Review*, afirmó que «la permanente transformación del voluntario, de un aficionado con buena intención a un miembro de la plantilla no remunerada de profesionales formados, es la evolución más significativa que se ha producido en el sector no lucrativo». Los cambios demográficos y económicos, dice, significan que cada vez más voluntarios son «gente formada para puestos de trabajo de dirección y profesionales». Estas personas no se sienten satisfechas sólo ayudando. «Son trabajadores del conocimiento en los puestos de trabajo en los que se ganan la vida y quieren ser trabajadores del conocimiento en los puestos desde los que contribuyen a la sociedad, es decir, en su trabajo voluntario».

Si las organizaciones desean captar y conservar a esta gente, deben ofrecerles lo que Druker denomina una «realización significativa». ¿Y cómo hacerlo? Druker ofrece una lista de demandas que los trabajadores del conocimiento desean que se cumplan. Entre ellas se encuentran la responsabilidad, la participación en la toma de decisiones, oportunidades de promoción, evaluaciones anuales de su rendimiento y, fundamentalmente, «formación, formación y más formación».

Así la apelación a distinguir el voluntariado del trabajo remunerado no es una apelación a las malas prácticas. Las organizaciones

deben prestar atención a las necesidades de los voluntarios si desean continuar atrayendo y conservando su lealtad. Cuestionar las nociones de paridad entre el personal remunerado y los voluntarios no significa ignorar a los voluntarios.

El desafío real para las organizaciones es el descubrimiento de cómo satisfacer las cada vez mayores exigencias de los voluntarios referentes a un mejor trato sin caer en la trampa de tratarlos exactamente igual que al personal remunerado. Eso sí será un reto. La complejidad de la tarea se desprende de la ambigüedad de la posición que ocupan las agencias de voluntariado, que habitan tanto en el mundo de la asociación (con su énfasis en la informalidad, la pertenencia y la cooperación) y en el mundo burocrático de los sistemas y procesos. Aprender a tratar con esta ambigüedad no resultará fácil.

El punto de partida en el diseño de un estilo de gestión apropiado debería ser una comprensión más clara de los objetivos de la organización y de las motivaciones de los voluntarios. Algunas organizaciones, fuertemente dependientes de los voluntarios para ofrecer servicios de bienestar de primera línea pueden llegar a la conclusión, correcta, de que es necesario un sistema de gestión formal. Los voluntarios cómodos con este estilo se inclinarán por ellas. Otras organizaciones, en las que los voluntarios participan de manera más informal, tal vez deseen optar por un método mucho más libre y flexible. Y tal vez dentro de las organizaciones sea necesario emplear distintos métodos para los diferentes tipos de voluntarios. Es decir, nos encontramos ante el antiguo argumento de a cada cual, lo suyo.

Apoyo o control gubernamental

Aunque el apoyo del gobierno conlleva una mayor visibilidad y recursos, existe el peligro de que el voluntariado quede bajo el control del gobierno y de que éste trate de adaptarlo a su propia agenda política. Y de que ciertos tipos de voluntariado se consideren superfluos según los requisitos. Una revisión del proceso gubernamental consultivo referente a Millenium Volunteers (el programa de voluntariado clave del gobierno para los jóvenes) descubrió que

algunas agencias de voluntariado tradicionales, como las Guides y los Scouts, se sintieron marginadas y subestimadas ante agencias más nuevas.

Entre tanto, el Primer Ministro ha dejado claro cuál es el papel directivo que debe asumir el gobierno. En una reunión del National Council for Voluntary Organisations (Consejo nacional de organizaciones de voluntarios) en 1999 afirmó que «si logramos implicar a la gente, la siguiente tarea será la de canalizar ese entusiasmo en programas minuciosamente diseñados para dar tiempo». No se ofrecieron detalles sobre el tipo de actividades que debían promocionarse, pero la implicación quedó clara: el gobierno pretendía canalizar las energías de los voluntarios hacia determinadas actividades específicas en aras del bien común. Pero seguramente el sentido real del capital social es que surge de los propios intereses y aspiraciones de la gente, que se construye de arriba.

Conclusión

En cierto modo, el voluntariado en el RU está floreciendo. El gobierno le dedica cada vez más atención, a medida que aumenta el reconocimiento del papel vital que desempeña en la construcción del capital económico y social. La mitad de la población adulta británica realiza tareas de voluntariado y contribuye con unos 100 millones de horas semanales. Y muchos más dicen que participarían si supieran cómo.

El voluntariado está bien considerado y la gran mayoría de la población piensa que es algo bueno que debe fomentarse.

Pero no podemos permitirnos ser complacientes.

Existen indicios de que la participación puede decaer, especialmente entre los jóvenes. También existen indicios de que la presión sobre las organizaciones de voluntarios para que aumenten su eficacia y eficiencia puede resultar en una disminución de la base de participación al dar prioridad a garantizar los servicios de aquéllos que dominan una serie de destrezas profesionales, más que a tratar de atraer a los que socialmente están más excluidos.

Estas mismas presiones pueden conducir además a una erosión de la distinción del papel del voluntario, puesto que con el tiempo

predomina el modelo laboral de gestión del voluntariado (tratar a los voluntarios de forma similar al personal remunerado, pero sin sueldo).

Finalmente, existe el peligro de que el entusiasmo gubernamental por el voluntariado desemboque en un control gubernamental excesivo.

¿Qué hacer? ¿Cómo reaccionar?

Para el gobierno el desafío está claro: cómo premiar la causa del voluntariado sin tratar de asumir el control. El reciente pacto firmado entre el gobierno y el sector del voluntariado constituye un importante desarrollo en este respecto, puesto que establece la noción de independencia como elemento clave en las relaciones entre el gobierno y el sector.

Para las organizaciones el desafío se presenta en cómo responder a la demanda de una mayor eficiencia y eficacia sin erosionar las características distintivas del voluntariado. Para resolver esta tensión resulta fundamental abandonar el modelo laboral de gestión que prevalece y desarrollar modelos más apropiados que reconozcan que, para muchos, el voluntariado tiene que ver más con el ocio que con el trabajo.

Una nota sobre la investigación

¿Qué nos dice este análisis sobre la necesidad de investigar?

El aumento del interés por el voluntariado en los últimos años se ha reflejado en un aumento del cuerpo de estudios a él dedicado, pero aún queda mucho por hacer. Las prioridades del futuro deberían incluir:

- Un mayor cruce de ideas y conceptos entre las diferentes disciplinas. El voluntariado tiene mucho que aprender de y contribuir a campos de estudio tan diversos como la economía, la psicología, los estudios de gestión y el comportamiento organizativo. Y hasta el momento la mayoría de los análisis tienden a englobarse bajo el título de: estudios sobre el sector del voluntariado. Esta conferencia ha abierto una línea útil de estudio entre los investigadores del ocio y los del volunta-

riado y se espera que sea el comienzo de una prolongada y fructífera relación.

- Más investigación longitudinal. Disponemos de numerosos estudios únicos concretos, que aportan útiles visiones de las tendencias del voluntariado, pero carecemos de estudios longitudinales que sigan a los grupos de voluntarios durante un período de tiempo. Para poder dominar algunas de las cuestiones de gestión clave (¿qué piensan los voluntarios de su actividad? ¿Cómo debería organizarse su trabajo? ¿Por qué lo dejan?) resulta esencial saber más de la experiencia real del voluntariado a lo largo de un período de tiempo.

Más trabajo sobre modelos de gestión alternativos. Para ofrecer alternativas prácticas al modelo laboral es importante desarrollar teorías alternativas basadas en un análisis de la participación y gestión de los voluntarios en otros entornos más informales, incluidos los grupos de aficionados a un hobby, clubes de ocio, grupos comunitarios, etc. De nuevo, esto supondría un argumento a favor de un mayor cruce de ideas y ayudaría a garantizar que el voluntariado conserva sus características distintivas: el principal reto para el futuro.

Las respuestas estratégicas de los clubes deportivos de voluntarios al *Sport England Lottery Fund*

*Richard Garrett*¹, Universidad de Sheffield (RU)

Introducción

La Lotería Nacional del RU ofrece financiación a seis buenas causas, entre las que se encuentra el deporte. Desde 1995 Sport England se encarga de distribuir entre las instituciones deportivas de Inglaterra el dinero de la lotería, a través de Sport England Lottery Fund. Esta presentación, por medio de las respuestas estratégicas de Oliver (1991) determina empíricamente las respuestas de los clubes deportivos de voluntarios que reciben fi-

¹ Información de contacto del autor:
Leisure Management Unit
Sheffield University Management School
9 Mappin Street
Sheffield
S1 4DT
RU
+44 (0) 114 222 2181
emp97rjg@sheffield.ac.uk

nanciación de los fondos de la Lotería, ante las presiones institucionales que ejerce Sport England a través de Lottery Fund.

Contexto

El voluntariado en el área deportiva constituye la forma más extendida de actividad voluntaria organizada en Gran Bretaña (Davis Smith, 1998), reúne hasta 1,5 millones de voluntarios y genera un valor estimado en 1.500 millones de libras anuales (Gratton y otros, 1997). Ningún estudio ha calculado el número ni el valor de los voluntarios que participan en este tipo de clubes deportivos, independientes de los voluntarios del sector del deporte nacional e internacional, si bien Gratton y otros (1997) estimaron que los clubes deportivos locales representaban el 80% de la cifra y valor totales de voluntarios deportivos del RU. El valor de los clubes deportivos de voluntarios va más allá de los parámetros económicos. Situados en la base de la pirámide del deporte, estos clubes constituyen los cimientos de la provisión deportiva del país y resultan fundamentales para la ejecución de la política deportiva en ese nivel. Los clubes no son solamente indispensables para ofrecer oportunidades deportivas y de participación a la comunidad local, sino que son necesarios para alcanzar el éxito a escala nacional e internacional, puesto que constituyen el punto de partida de los deportistas de elite del futuro.

Los clubes deportivos ingleses de voluntarios normalmente son autónomos (Boothby y Tungatt, 1978) y dependen de los ingresos y recursos que generan sus miembros (es decir, de sus cuotas y del voluntariado). La importancia del voluntariado como recurso para este tipo de clubes no debe subestimarse (Burgess, 1996; Gratton y otros, 1997; Taks y otros, 1998). Sus miembros, normalmente entre 50 y 200, utilizan sus propias destrezas manuales o intelectuales para dirigir el club, ya que habitualmente se contrata directamente a muy pocos profesionales. Muchos clubes también obtienen financiación de fuentes externas que tienden proporcionar capital y patrocinan la realización de proyectos que no puedan llevarse a cabo mediante el mero esfuerzo de los miembros, como la construcción de locales nuevos o instalaciones deportivas.

Sin embargo, las organizaciones de voluntariado locales reciben cada vez más financiación estatal (Russell y otros, 1996), que de esta forma empieza a reconocer el valor del sector voluntario como un medio rentable de ofrecer servicios y poner en práctica políticas (Ministerio del Interior, 1990; National Council for Voluntary Organisations, 1992; Hall y Reed, 1998). Actualmente se considera que los fondos procedentes de la Lotería que recibe el sector del deporte voluntario en Inglaterra representan un incremento de la financiación estatal, puesto que es Sport England quien la administra.

Como agente del Estado, Sport England debe rendir cuentas al Parlamento, al que representa el Secretario de Estado para la Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, que es quien nombra a los miembros de la junta directiva de Sport England, financiada por las subvenciones del erario público (Sport England, 2000a). El Lottery Awards Panel (panel de los premios de la lotería) se reúne una vez al mes para encaminar la política del Lottery Fund de Sport England y es Sport England quien ratifica sus decisiones. De los quince miembros del Lottery Awards Panel, seis pertenecen a su vez a la junta directiva de Sport England (Simmons, 2000).

La financiación estatal tiende a racionalizarse y con frecuencia depende de programas específicos, ignora los costes de administración que generan la búsqueda y puesta en práctica de la financiación y está relacionada con los objetivos del organismo financiero (Joseph Rowntree Foundation, 1995; Leach y Wilson, 1998; Nichols y Sparrowhawk, 1999). En casos así, las cifras que aparecen en la tabla 1 indican que Sport England ha incrementado su habilidad para ampliar sus objetivos desde la introducción de Lottery Fund. Anteriormente, Sport England tenía un poder de financiación relativamente limitado con el que influir sobre lo que ocurría en las bases del deporte en Inglaterra. Entre 1992 y 1993, Sport England (o el Sports Council, como se llamaba entonces) dedicó 40,9 millones de libras a sus programas de financiación (Sports Council, 1993a). En vez de depender del poder económico tenía que hacerlo de los acuerdos normativos fomentados a través de valores y objetivos comunes, pero desde 1995, Sport England ha gastado prácticamente 1.000 millones de libras a través de Lottery Fund (Sport England, 2000b).

Tabla 1

Cifras de la distribución de la financiación de Sport England a importantes proyectos desde marzo de 1995²

Meses de premios	60
Proyectos financiados hasta la fecha	3.110
Total concedido hasta la fecha	£995.215.783
Coste total de proyectos hasta la fecha	£1.769.010.992

(Sport England, 2000b)

El campo de la política del deporte: relaciones entre centro y periferia

Sport England es claramente el actor principal en el proceso político del deporte (Houlihan, 1991). Esto supone que el campo de la política deportiva es una realidad estratificada (véase la figura 1). En el centro del campo se encuentra Sport England (SE) y en la periferia los clubes deportivos de voluntarios (CDV) como pilar del deporte inglés. Entre ambos se hallan las autoridades locales (AL) y los órganos directivos nacionales (ODN).

El Lottery Fund de Sport England constituye el vínculo más directo creado nunca entre Sport England y los clubes deportivos de voluntarios base del deporte en Inglaterra. El Fund hace posible que cada vez más cantidad de clubes de voluntarios locales soliciten directamente a Sport England mayores subvenciones. A través de este vínculo, Sport England puede transmitir y potenciar económicamente sus valores y alcanzar, con más garantía, sus objetivos (identificados en la tabla 2). El efecto general del Lottery Fund es la aproximación de las posiciones centrales y periféricas, y como actor clave del proceso político del deporte, los objetivos y valores de Sport England pasan a ser los objetivos y valores de la política deportiva.

² Estas cifras también incluyen los premios recibidos por las autoridades locales y los órganos directivos nacionales para el deporte en Inglaterra.

Tabla 2

Objetivo de Sport England

Dirigir el desarrollo del deporte en Inglaterra influyendo y prestando servicios al sector público, privado y de voluntariado (Sport England, 2000a).

La conceptualización anterior de la posición central que ocupa Sport England en el proceso de política deportiva supone una cohesión mayor y un enfrentamiento menor de lo que cabe esperar. Esta visión tan singular y simplista del proceso político resulta ingenua. El proceso político no afecta a una colección cohesiva de organizaciones que persiguen objetivos definidos de forma externa por Sport England, sino a una de intereses fragmentados encontrados que pretenden influir sobre dichos objetivos (Houlihan, 1991). Para que exista cualquier tipo de red política, sigue resultando esencial alcanzar un grado de cohesión, representada por un lenguaje técnico común: el predominio de una visión unificada del mundo, así como de actitudes, valores e intereses comunes. En consecuencia, el Lottery Fund otorga a Sport England un mayor poder económico

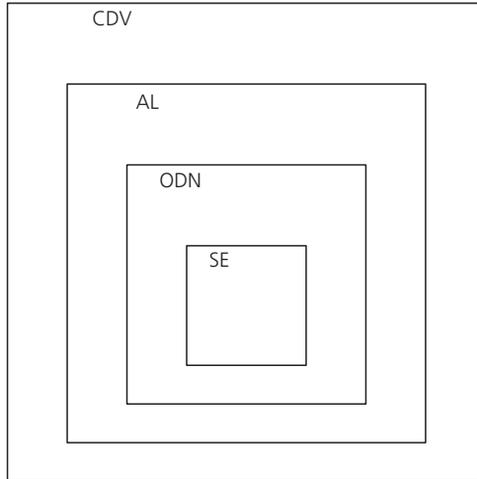


Figura 1

Centro y periferia en el campo de la política deportiva
Teoría institucional

con el que fomentar la adopción de sus valores y la consecución de sus objetivos a través de otros agentes del campo político, creando así una mayor cohesión y consenso dentro del mismo. Sin embargo, las interacciones diarias pueden estar constituidas más por relaciones referentes a los recursos, pero son las relaciones de poder en el campo de la política las que proporcionan un consenso de valor (Houlihan, 1991) y que se considerarán en la siguiente sección.

Las demandas sociales o culturales significan que se espera que las organizaciones desempeñen determinados papeles en la sociedad, que persigan objetivos concretos, adopten las estructuras y prácticas prescritas o se abstengan de participar en ciertas actividades. Los entornos organizativos dominados por las demandas culturales premian a las organizaciones por adoptar los valores, normas, reglas y creencias de dicho entorno (Hatch, 1997).

La teoría institucional hace hincapié por lo tanto en el papel que desempeñan esas normas y valores contextuales en la determinación formal y en el papel que desempeña una organización. El resultado es que las estructuras y procesos organizativos de un campo de organización adquieren un carácter isomórfico con las prescripciones de valor y norma de su entorno. Es decir, las presiones institucionales en un campo organizacional concreto fomentan una mayor similitud en las estructuras y procesos de las organizaciones que pertenecen a dicho campo. Se supone que todas las organizaciones del campo comparten un entorno institucional común. Scott y Meyer (1991, p. 123) sugieren que los entornos institucionales:

se caracterizan por la elaboración de reglas y requisitos con los que deben cumplir las organizaciones individuales si desean recibir apoyo y legitimidad. Los requisitos pueden emanar de agencias normativas autorizadas por la Estado-nación, por asociaciones profesionales o comerciales, por sistemas de creencias generalizadas que definen el comportamiento de los tipos específicos de organizaciones y fuentes similares. Independientemente de la fuente, las organizaciones son premiadas por adoptar esas normas o creencias.

Estas «reglas y requisitos» constituyen prescripciones y proscripciones referentes al comportamiento en el campo organizativo y pueden presentarse bajo tres formas distintas: presiones normativas, mi-

méticas y coercitivas. La existencia de las presiones normativas en el campo organizativo se materializa en un conocimiento convencional y racionalizado que utiliza normas y sistemas de valores para estructurar la acción (DiMaggio, 1983). Proporcionan un aspecto prescriptivo, de evaluación y obligación de la institucionalización y parten fundamentalmente de la profesionalización (Scott, 1995). Como tal definen objetivos y valores, además de los medios para alcanzar dichos objetivos.

Las presiones miméticas se dan en circunstancias de entornos inciertos y fomentan la imitación. «Cuando los objetivos son ambiguos o cuando el entorno crea una incertidumbre simbólica, las organizaciones pueden... modelarse según otras similares de su campo que perciben como más legítimas o prósperas» (DiMaggio, 1983, pp. 151-152). Por ejemplo, las organizaciones intentarán, en medida de lo posible, imitar los modelos de buenas prácticas de las organizaciones que controlan su entorno para obtener legitimidad.

Las presiones institucionales coercitivas pueden ser «presiones tanto formales como informales que ejercen unas organizaciones sobre otras dependientes de ellas, así como las expectativas culturales de la sociedad en la que funcionan dichas organizaciones» (DiMaggio y Powell, 1983, p. 150). En el caso de las reglas informales, la coerción se aplica mediante el uso del bochorno y el rechazo. La coerción formalizada se ejerce por medio de un marco legal común aplicado a través de actores específicos como la policía, los tribunales y las agencias de control. La coerción también puede adoptar la forma de incentivos o sanciones económicos. El Estado constituye, por lo tanto, una fuente primaria de presión coercitiva puesto que tiene capacidad de establecer reglas, inspeccionar su cumplimiento, imponer sanciones y ofrecer compensaciones económicas para influir sobre el comportamiento. Las presiones institucionales que emanan de Sport England se determinarán más adelante, en los resultados de este trabajo.

La teoría institucional se caracteriza predominantemente por su enfoque estructural, puesto que se ocupa de la forma en que el entorno organizativo cultural limita a los que actúan dentro del mismo. Esta postura ignora el papel de agencia en la explicación del comportamiento de las organizaciones dentro de un campo (Oliver, 1991) y también la posibilidad de que las estructuras también puedan ser generativas, además de restrictivas. Reconocer el papel de agencia requiere una consideración de la posibilidad de que los actores organi-

zacionales no acepten siempre incuestionablemente o cedan a las presiones institucionales. Oliver (1991, p. 146) afirma que:

la teoría institucional puede abarcar la búsqueda de intereses, el comportamiento organizativo activo cuando las respuestas de las organizaciones a las presiones y expectativas institucionales no se asumen como invariablemente pasivas y conformes a todas las condiciones institucionales... El comportamiento organizativo puede variar de una conformidad pasiva a una resistencia activa...dependiendo de la naturaleza y contexto de las propias presiones.

Las hipótesis elaboradas por Oliver (1991) referentes a las respuestas estratégicas de las organizaciones a las presiones institucionales se detallan en la tabla 3. Las estrategias se enumeran en orden ascendente de agencia activa y se dividen en tácticas que de nuevo se ordenan según la respuesta activa o consciente. La aquiescencia es la respuesta menos activa y se describe como la aceptación incontestada de las presiones institucionales. El nivel de agencia consciente varía dentro de la aquiescencia, puesto que el hábito hace referencia a la aceptación inconsciente de las prescripciones institucionales, mientras que su cumplimiento indica una aceptación más voluntariosa y consciente.

«Con frecuencia las organizaciones se enfrentan a demandas institucionales encontradas o a incoherencias entre las expectativas institucionales y los objetivos internos de la organización» (Oliver, 1991; p. 153). Por ejemplo, un club deportivo de voluntarios puede verse en la diatriba de encontrar un punto intermedio entre las expectativas de sus miembros y las presiones de su entorno. Las tácticas de compromiso se emplean con el fin de cumplir y adaptarse a las reglas, normas o valores institucionales. Sin embargo, a diferencia de la aquiescencia, la adecuación institucional sólo es parcial y las organizaciones son más activas en la promoción de sus propios intereses.

Elusión es el «intento de excluir la necesidad de conformidad; las organizaciones la alcanzan ocultando su falta de conformidad, amortiguando las presiones institucionales o alejándose de las reglas o expectativas institucionales» (Oliver, 1991:154). Esto es similar al concepto de desacoplamiento de Meyer y Rowan (1977). Meyer y Rowan proponen que aunque las estructuras y prácticas organizativas puedan establecerse según estas presiones, sólo se adoptan de forma ceremoniosa, permaneciendo desacopladas de la estructura

operativa de la organización y carentes de influencia significativa sobre la vida diaria de la misma. Por lo tanto, la organización se considera conforme al modo de comportamiento prescrito, incrementando así su legitimidad y garantizando su supervivencia.

La rebeldía comienza cuando las organizaciones ignoran abiertamente las presiones institucionales y atacan la fuente de estas presiones. La rebeldía es, en consecuencia, tanto el rechazo inequívoco de las normas y expectativas institucionales. Finalmente, la manipulación es el intento de una organización por cambiar e incluso controlar la fuente de presión institucional.

Tabla 3

Respuestas estratégicas a las presiones institucionales

Estrategia	Tácticas	Ejemplo
Aquiescencia	Hábito	Seguir inconscientemente normas que se dan por buenas.
	Imitar	Mímica de organizaciones prósperas y modelos de mejores prácticas.
	Cumplir	Obedecer conscientemente reglas y aceptar normas.
Compromiso	Equilibrar	Equilibrar las expectativas de varios componentes.
	Pacificar	Aplacar y acomodar elementos institucionales.
	Negociar	Negociar con grupos de interés institucionales.
Eludir	Ocultar	Disfrazar la falta de conformidad.
	Amortiguar	Aflojar los lazos institucionales.
	Escapar	Cambiar objetivos, actividades o dominios.
Rebeldía	Desestimar	Ignorar normas y valores explícitos.
	Desafiar	Impugnar reglas y requisitos.
	Controlar	Asaltar las fuentes de la presión institucional.
Manipular	Cooptar	Importar los componentes influyentes.
	Influir	Modelar valores y criterios.
	Controlar	Dominar los componentes y procesos institucionales.

Adaptado de Oliver (1991, p. 152)

A pesar de que Oliver introdujo el concepto de agencia en la teoría institucional, ésta sigue siendo criticada. Parece que no tiene explícitamente en cuenta el papel del poder en las relaciones entre organización y entorno y que la naturaleza estructural de la teoría sólo implica una relación unidireccional de poder entre el entorno institucional y la organización focal. La identificación de un papel de la agencia en la teoría institucional cuestiona por lo tanto esta relación de poder unidireccional y precisa una consideración del poder. En consecuencia, es imposible una discusión de las respuestas estratégicas sin hacer referencia al poder. Giddens (1976, p. 113) está de acuerdo y sugiere que «lo que pasa por realidad social hace referencia a la relación inmediata con la distribución del poder; no sólo en los niveles más mundanos de la interacción diaria, sino también en el nivel de culturas e ideologías globales». Por eso podríamos argumentar que carecer de interés por el poder significa aceptar incuestionablemente su distribución en la sociedad o de hecho no lograr comprender en su totalidad a la sociedad en sí misma.

Según la teoría de la estructuración, el poder está presente y es recíproco en todas las interacciones y se genera en y a través de la reproducción de estructuras societales de dominio y de sus recursos (Giddens, 1979; 1984). Por lo tanto ningún actor carece enteramente de poder frente a las estructuras dominantes. Esto resulta evidente en la relación interdependiente entre Sport England y los clubes deportivos de voluntarios, puesto que la cooperación de estos últimos es necesaria para que Sport England cumpla sus objetivos.

Existen dos tipos de recursos que constituyen las estructuras de dominación. Los recursos de distribución son los medios de producción, como el capital. La capacidad para fomentar un acuerdo normativo, controlar las acciones del resto y conferir legitimidad pueden considerarse recursos autoridad. De ahí que, tanto Sport England como los clubes deportivos de voluntarios utilizan en su interacción estos recursos en diferentes grados. En la tabla 4 se incluyen ejemplos de los recursos utilizados en esta relación en la solicitud de financiación al Lottery Fund. Sin embargo, esta interdependencia no tiene por qué estar igualada.

Tabla 4

Recursos de distribución y autoridad

	Recursos de distribución	Recursos de autoridad
Sport England	Capacidad para distribuir el capital de financiación procedente del Lottery Fund.	Posición como actor clave en el centro del campo de la política deportiva.
Clubes deportivos de voluntarios	Colectivamente, los clubes deportivos de voluntarios proporcionan una gran parte de las instalaciones deportivas y el 80% de la mano de obra voluntaria de la que depende la política deportiva del RU (Gratton y otros, 1997).	El importante papel que desempeñan los clubes deportivos de voluntarios en el campo de la política deportiva como suministradores de las oportunidades deportivas, base de la pirámide del deporte.

Houlihan (1991) sugirió anteriormente que con su mera existencia, el campo de la política deportiva debe ser razonablemente cohesivo y consensuado. En principio parece indicar la ausencia de conflicto y por lo tanto no hay razón para usar el poder. Sin embargo «el concepto de poder... no implica lógicamente la existencia de conflicto» (Giddens, 1976, p. 122). Lukes presenta tres dimensiones del poder y la tercera ilustra el punto de vista de Giddens que hace referencia a cuando «los sistemas políticos impiden que las demandas se conviertan en problemas políticos o incluso que lleguen a plantearse» (Lukes, 1994, p. 250). La capacidad de impedir la aparición de conflictos mediante la eliminación de decisiones controvertidas de la agenda, antes de que llegue al campo de la política constituye, por lo tanto, el uso más insidioso del poder.

Esto presenta un paralelismo con el orden normativo establecido por una institución. Los agentes perciben un conjunto de opciones sobre el comportamiento como las *únicas* opciones que

pueden tomarse. Sin embargo, la agenda o rango de opciones la determina previamente la institución, eliminando otros comportamientos posibles física y materialmente considerados inaceptables porque se encuentran fuera del orden normativo. Sport England es por lo tanto capaz de ejercer una poderosa influencia sobre el contenido de la política deportiva, establecer el orden normativo y predeterminar el rango de respuestas estratégicas de otros actores políticos, como los clubes deportivos de voluntarios. En consecuencia, es posible que las respuestas estratégicas de Oliver (1991) no estén todas disponibles como opciones viables para los clubes que solicitan subvenciones al Lottery Fund de Sport England debido a que el orden normativo existente y otras presiones institucionales hayan excluido algunas de ellas del grupo de asuntos problemáticos o a tener en consideración. Indudablemente existen problemas metodológicos dada la extrema dificultad de determinar que sí existen alternativas al orden normativo, pero que han sido eliminadas de la agenda. O, según la descripción de Lukes (1994, p. 250): «¿cómo podemos estudiar...lo que no ocurre?».

Investigación

Se han seleccionado estudios de casos de investigaciones anteriores (Garrett, 1999). Se realizaron entre dos y cuatro entrevistas cualitativas con personal clave de dos clubes de tenis (Aintree Lawn Tennis Club y Doncaster Tennis Club) y dos clubes de fútbol (Ascot Lads y Sandown White Star Football Club)³. Los cuatro casos de estudio recibieron subvenciones en 1996, lo que los convirtió en unos de los primeros clubes en realizar la solicitud cuando se creó el Lottery Fund en 1995. También se llevaron a cabo entrevistas con personal clave de Sport England para determinar las presiones institucionales a las que se ven expuestos los clubes deportivos de voluntarios en la solicitud y recepción de fondos de Lottery Fund.

³ Se han cambiado los nombres de los clubes objeto de estudio.

Resultados

En primer lugar se identifican las presiones institucionales que ejerce Sport England a través de Lottery Fund. A continuación se considera la respuesta estratégica de cada uno de los cuatro casos de estudio.

Presiones institucionales

Las presiones institucionales que se ejercen sobre los clubes deportivos de voluntarios en la solicitud y recepción de una subvención de Lottery Fund salen rápidamente a relucir en las entrevistas realizadas al personal de Sport England. Como indica la tabla 2, se otorga gran valor al desarrollo de los deportes. Este énfasis tiene como objetivo a determinados grupos de la sociedad, como los jóvenes, las mujeres, las minorías étnicas y aquéllos con necesidades especiales. Los clubes deportivos de voluntarios que solicitan subvenciones deben demostrar de qué manera su solicitud, si obtiene financiación, ofrecerá ventajas deportivas a estos grupos. Uno de los responsables de la contabilidad de Lottery Fund afirmó:

Principalmente creo que tratamos de incrementar la participación y especialmente la de los grupos objetivo que hemos identificado, es decir, mujeres, niños, minorías étnicas, trabajadores mal remunerados, etc. En términos de lo que queremos ver en una solicitud supongo que realmente es que esté enfocada a nuestros grupos objetivo. Eso es lo fundamental.

Por lo tanto existen presiones normativas para que los clubes deportivos de voluntarios incrementen la participación de grupos específicos en su deporte, a través del proyecto propuesto del club. No sólo se considera deseable incrementar la participación dentro de esos grupos objetivo, sino que existe un orden de preferencia entre ellos, siendo favorita la participación de los jóvenes. El mismo contable afirma:

Desde mi punto de vista, cuanto más jóvenes sean las personas que logremos implicar en el deporte mejor y si un solicitante se centra en estos jóvenes, entonces le otorgaré prácticamente mi máxima valoración. Esto es lo primero que voy a mirar. Des-

pués consideraré la solidez del club, no necesariamente desde hace cuánto que funciona, sino qué hace, si dispone de una base amplia de miembros, si manejan el número de equipos suficiente, si ofrecen recursos a todos los grupos posibles, niños, mujeres. Se trata de garantizar que ofrecen participar en actividades deportivas al espectro más generalizado. Entonces lo que tienen que hacer es demostrar cómo quieren llevarlo a cabo.

Generalmente, los clubes que reciben una subvención de Lottery Fund conocían estas presiones institucionales normativas, lo que resulta indicativo de su nivel de conciencia y aceptación de dichas presiones. Por ejemplo, el secretario del Ascot Lads Club (club de chicos de Ascot) que coordinaba su solicitud de subvención para un campo de fútbol cubierto declaró que «al recibir y leer el paquete de solicitud descubrí que ése era el tipo de cosas que estaban buscando. Si no te adaptabas a esas directrices, entonces nada». Tal nivel de acción consciente excluye las respuestas inconscientes de hábito e imitación de estas presiones, pero siguen quedando respuestas más activas.

El mismo contable identificó las presiones institucionales mímicas:

Si fuera a llamar a nuestra oficina regional...deberían informarle de que en su área hay un club a pocos kilómetros que ha tenido éxito. Entonces deberían poder ponerse en contacto con la persona que coordinó el proyecto y decir que hay un club de bolos al final de la calle que tiene un proyecto similar a suyo. ¿Le importaría si se acercaran a hablar con usted?

El Lottery Fund de Sport England utiliza los clubes a los que ha concedido subvenciones como ejemplos de mejores prácticas. Y a medida que se han ido concediendo subvenciones, se ha desarrollado una red de modelos de mejores prácticas. Del paquete de solicitud que facilita el Lottery Fund, también pueden intuirse indicaciones de lo que Sport England espera de los clubes solicitantes, así como a través de otros medios, como los seminarios que imparte el Lottery Fund.

La presión institucional final que ejerce Sport England es la de la coerción. Como se ha señalado anteriormente, esto puede adoptar la forma de compensaciones económicas y la constituye la propia fi-

nanciación del Lottery Fund. Obviamente los CDV pretenden obtener una buena partida si reciben una subvención y así es cómo se los anima a cumplir las condiciones a cambio del incentivo de una subvención de Lottery. Pero las presiones coercitivas no cesan tras la recepción del dinero. Un cargo supervisor de Lottery Fund afirma:

La carta de concesión es en realidad un documento legalmente vinculante. Dentro del periodo especificado en la misma, y que depende de la cuantía de la subvención, existe un periodo de responsabilidad por disposición indebida. Durante el mismo tenemos derecho a exigir la devolución de la subvención o a apropiarnos de las instalaciones.

Si el equipo de control descubre que un club ha dejado de cumplir los requisitos establecidos por el Lottery Fund entonces Sport England (en casos extremos) puede reclamar la cuantía de la subvención o embargar la instalación financiada. Más que un requisito legal, los cuatro clubes consideraron que el cumplimiento de las condiciones de una subvención de Lottery constituía una obligación moral, aunque la mayoría eran conscientes de su carácter legalmente vinculante. Las presiones normativas, más que legales, ejercieron de este modo una mayor influencia sobre el cumplimiento de un club con las condiciones de financiación después de haberse recibido la ayuda. Sin embargo, en el momento de la solicitud, es probable que la posibilidad de recibir una subvención sea un incentivo o presión mucho mayor ante los que ceder que el orden normativo que valora la participación de una amplia gama de grupos objetivo. Sin embargo, esta visión ignora en cierto modo cínicamente la posibilidad de que los clubes deportivos de voluntarios deseen realmente dedicarse al deporte por el deporte.

Respuestas estratégicas

En los cuatro casos de estudio sólo se identificaron dos respuestas estratégicas. Resultó que Ascot Lads' Club y Aintree Lawn Tennis Club ocultaban su forma de evitar las presiones institucionales de Sport England. En cambio Doncaster Tennis Club y Sandown White Start Football Club acataban las presiones institucionales a las que habían cedido.

Ascot Lads Club ofrece un lugar de recreación para los jóvenes de Ascot. Aunque tradicionalmente un club de chicos acepta ambos géneros, pero en tardes separadas, los chicos pueden utilizar el club más tardes que las chicas. Recibió 9.683 libras para una superficie de juegos cubierta y recibió presiones de Sport England para que admitiera a ambos géneros en el club en las mismas tardes. Sport England consideró que Ascot Lads' Club hacía referencia a un club para un sólo sexo y por eso solicitó un cambio de nombre que incluyera la palabra «chicas» y que se ofreciera acceso similar a ambos géneros, las mismas tardes.

Sport England quería que cambiáramos de nombre, lo que en teoría habíamos aceptado, pero no lo hemos hecho. No les gustaba que fuéramos Ascot Lads Club, aunque se trate de un club centenario. Así que dijimos que admitiríamos un Ascot Lads Club con una sección de chicas. Pero para nosotros sigue siendo Ascot Lads Club. La sección femenina se dirige de forma separada, aunque forme parte del club. Simplemente no los mezclamos en las mismas instalaciones. Ellas tienen su noche exclusiva y su propia identidad.

Esta cita del presidente del club muestra que no se ha alterado el nombre del club. Tampoco se ha proporcionado un tiempo de acceso similar y los hombres y mujeres siguen sin utilizar simultáneamente las instalaciones del club. En su defensa podría decirse que el uso simultáneo es difícil dada la falta de vestuarios en las instalaciones para ambos géneros, aunque la mayoría de los miembros lleguen cambiados al club. En este ejemplo Ascot Lads's Club está evitando las presiones de Sport England ocultando su disconformidad. Parece que en el club pueden existir presiones institucionales encontradas en forma de tradición frente a desarrollo deportivo.

Aintree Lawn Tennis Club construyó otra casa del club con la subvención de 20.700 libras. El club ya disponía de un plan de desarrollo estructurado porque anteriormente había recibido préstamos de la Lawn Tennis Association (asociación de tenis sobre hierba), que exigía la puesta en práctica de dichos planes. Para mejorar sus posibilidades Aintree incluyó como característica de la solicitud realizada a Lottery Fund accesos para discapacitados a la

casa propuesta y clases de tenis para personas en sillas de ruedas. No se establecieron objetivos para la participación de jugadores con necesidades especiales, pero hasta ahora el club sólo cuenta con dos jugadores asiduos en silla de ruedas, uno de ellos ya era miembro del club antes de que éste hiciera especial hincapié en la provisión para necesidades especiales.

Parece que el club no se ha dedicado activamente a reclutar jugadores en silla de ruedas a parte de los esfuerzos que realiza el entrenador, un profesional autónomo a tiempo completo especializado en el tenis en silla de ruedas. Es cierto que escasean los jugadores de tenis en silla de ruedas, pero afirma que el comité y la mayoría de los miembros no se sienten realmente comprometidos con el tenis en silla de ruedas:

Su posición era más bien que lo hacían para que pudiéramos obtener el dinero, no pensaban en la integración y eso me molestó. Incluso este año, cuando intenté incluir en el equipo masculino a Giant⁴ nuestra conversación fue algo así como:

«Giant está listo para el equipo masculino.

Ah, bien...»

Así que lo que ellos pensaron fue que necesitábamos una nueva sede: ¿cómo obtener una nueva sede? Bien, si queremos obtener una subvención de Lottery Fund necesitamos proporcionar acceso a los discapacitados, es decir fue un medio para un fin. Así es cómo obtuvimos el dinero, ofreciendo instalaciones para los discapacitados. Si obtenemos 40.000⁵ libras por tener un pequeño ascensor, puertas más anchas y un retrete para discapacitados, será estupendo.

El secretario de Aintree incluso afirmó que el club contaba con 6 jugadores de tenis en silla de ruedas, mientras que los miembros contradijeron esta versión afirmando que se trataba de sólo dos, con los que el entrenador tenía contacto directo y regular. El aparente apoyo de Aintree al tenis en silla de ruedas no es el centro de

⁴ Giant Mystery es uno de los dos jugadores de tenis en silla de ruedas de Aintree Lawn Tennis Club, considerado el mejor jugador de tenis en silla de ruedas del RU cuando se realizó esta entrevista a su entrenador.

⁵ El entrenador se refiere al coste total de la sede del club.

atención de la organización ni constituye uno de sus principales valores. La respuesta de Aintree es evitar las presiones institucionales de Sport England ocultando aspectos de su incumplimiento. El proceso de desacoplamiento de Meyer y Rowans resulta apropiado en este caso, puesto que se dispone de las estructuras que harán posible la práctica del tenis en silla de ruedas, pero el club no las utiliza demasiado.

El segundo club de fútbol, Sandown White Star, cumplió en mayor medida sus compromisos. Obtuvieron 56.474 libras para reparar el campo. El club puso en marcha un plan de desarrollo estructurado dirigido a la participación de jóvenes de entre 9 y 18 años, donde anteriormente sólo disponían de instalaciones muy limitadas para los más jóvenes. También se estableció como objetivo reclutar a otros cinco jugadores jóvenes al año estableciendo vínculos con las escuelas locales y se formó un segundo equipo de mayor edad que jugara en una liga local superior. El único aspecto del plan de desarrollo deportivo que no se había cumplido era el desarrollo de entrenamientos. El club no ha logrado hacerse con ningún entrenador cualificado desde la recepción de la subvención debido a presiones temporales. El contable realizó algunos comentarios referentes a esta aceptación de las presiones institucionales: «obviamente los jugadores sencillamente vienen, se ponen una camiseta y juegan al fútbol. Sin embargo el comité está muy comprometido, especialmente con los jóvenes. Queremos ver el progreso de la juventud y eso tendrá un efecto impactante sobre el estándar de jugadores que llegan al primer equipo».

De los cuatro clubes aquí estudiados, sólo uno hizo uso de modelos existentes de mejores prácticas aceptando así las presiones institucionales. Doncaster Tennis Club antes carecía de instalaciones cubiertas, pero pudo construir dos pistas de estas características con la subvención de 325.000 libras de Lottery. Al igual que el club de fútbol Sandown White Star, puso en práctica un programa de desarrollo estructurado dirigido a los niños y a los mayores de 50 años. Se establecieron cursos con una denominación específica, como «short tennis» (algo así como «peque tennis») para los niños y «Nifty fifties» («Cincuentas activos») para los jugadores más mayores. El programa de desarrollo del club también se caracterizó por la realización de entrenamientos que

empleó la Lawn Tennis Association del condado semanalmente. Preguntado sobre las influencias sobre el plan de desarrollo del club, el presidente contestó:

Estudiamos principalmente muchos centros de iniciativas de tenis cubierto y uno o dos clubes que he mencionado anteriormente. Siempre que nos vamos de vacaciones me acerco a un club de tenis, echo una ojeada y cojo todos los folletos que puedo. Así nos hacemos rápidamente una idea del tipo de cosas que pasan. En casa tenemos un gran archivo con todos los programas que tienen estos centros y hemos tomado de ahí las ideas, por lo que son muy similares. La gente pensaba que el título de *Nifty Fifties* había sido una idea nuestra, pero procede de West Hartlepool.

Los modelos utilizados por Doncaster no fueron los suministrados por Sport England, sino por otros clubes de tenis que carecían de financiación del Lottery Funding.

Como los casos estudiados realizaron la solicitud de financiación al comienzo de la trayectoria del Fund, no se disponía de modelos sobre los que Sport England pudiera demostrar qué se consideraban unas buenas prácticas. El presidente del Doncaster Tennis Club señala: «Como fue justo al principio (del Lottery) no ofrecían muchos consejos... No nos pusimos en contacto con ningún otro club (que hubiera obtenido financiación del Lottery) porque en ese momento no había. Como digo hicimos gran parte del trabajo por nuestra propia cuenta». Cuando se le preguntó si se había puesto en contacto con otros clubes tras la recepción de la financiación, el Tesorero de Sandown White Star comentó que no «porque éramos unos de los primeros». De hecho no enviaron los paquetes de solicitud hasta enero de 1995 y empezamos a pensar en solicitarlo en 1994». Así que claramente el potencial de isomorfismo mimético estaba extremadamente limitado.

Conclusiones

Las respuestas de los cuatro casos de estudio no variaron en gran medida y sólo se identificaron la aquiescencia y la elusión. El

rango de las respuestas estratégicas de Oliver (1991) va mucho más allá de las respuestas de los cuatro casos de estudio ante las presiones institucionales de Sport England. La respuesta de los cuatro clubes no es probable que haya sido mucho más activa que la del compromiso y la elusión porque simplemente carecen del poder para llevar a cabo una respuesta de esta naturaleza. Los clubes deportivos de voluntarios solicitan subvenciones al Lottery Fund como organizaciones individuales u ocasionalmente en colaboración con otros clubes, autoridades locales u órganos directivos nacionales. Aislados son mucho más débiles con relación a Sport England que si todos los clubes de voluntarios de Inglaterra actuaran colectivamente. Esto es así porque los clubes individualmente no pueden capitalizar sus recursos de distribución y de autoridad, sólo disponibles mediante la acción colectiva. También pueden haberse eliminado algunas respuestas del orden normativo por las «no decisiones» (Lukes, 1994). Por lo tanto, las respuestas estratégicas de Oliver (1991) pueden no ser lo suficientemente sensibles para el contexto de los clubes deportivos de voluntarios que solicitan financiación del Lottery Fund de Sport England.

Esto resulta evidente en que una teoría institucional no puede responder ante la falta de presiones miméticas. Por lo tanto no es probable que se produzca un isomorfismo mimético cuando las organizaciones están pisando sobre suelo nuevo, como los primeros solicitantes de subvenciones. Se trata de un caso incierto, pero las organizaciones focales disponen de muy pocas organizaciones con éxito a las que imitar.

Oliver asume que las organizaciones primero se ven expuestas a las presiones institucionales y que luego deciden su respuesta estratégica. Sin embargo, también puede darse la situación inversa. Las organizaciones pueden tomar una decisión estratégica rentable para someterse a las presiones institucionales a las que anteriormente no estaban expuestas. Realizar una solicitud al Lottery Fund es indudablemente un acto consciente y voluntario. La decisión de solicitar financiación a Sport England indica la voluntad del club de exponerse a sus presiones institucionales con la esperanza de recibir financiación. La decisión de no solicitarla, sin embargo, puede indicar otra respuesta estratégica que no ha considerado Oliver: la de la «no entrada». Oliver asume que los actores organizativos de un

campo no tienen la opción de aceptar o no someterse a una batería de presiones institucionales. Mientras que la decisión de no solicitar la subvención significa que los clubes deportivos de voluntarios no están directamente sometidos a las presiones institucionales de Sport England, puesto que se mantienen alejados del vínculo directo creado por el Fund desde la periferia al centro.

Efectivamente, la introducción del Lottery Fund de Sport England ha creado otro estrato en el campo de la política deportiva entre las autoridades locales y los clubes deportivos de voluntarios. Dentro del mismo se encuentran los clubes que reciben financiación. Cuando la solicitan por primera vez, los clubes de la parte inferior del estrato se someten conscientemente a las presiones institucionales de Sport England decidiendo que desean formar parte de este nuevo estrato. Los clubes deportivos de voluntarios por lo tanto, tienen la opción de exponerse o no a estas presiones, decidiéndose o no a entrar.

Los clubes deportivos de voluntarios se consideraron agentes activos en la respuesta a su entorno. En general, la introducción del concepto de agencia en la teoría institucional proporciona un marco útil con el que investigar las relaciones entre organización y entorno, pero la aplicación de este marco exige la consideración del poder.

Referencias Bibliográficas

- BOOTHBY, J., & TUNGATT, M. (1978). Amateur Sport Clubs: Their Salient Features and Major Advantages. *International Review for the Sociology of Sport*, 13, 25-35.
- BURGESS, S. (1996). *Barclaycard Volunteer Investment Programme*. Leeds: National Coaching Foundation and the Sports Council.
- DAVIS SMITH, J. (1998). *The 1997 National Survey of Volunteering*. London: The National Centre for Volunteering.
- DI MAGGIO, P. (1983). State Expansion and Organizational Fields. In R. H. Hall & R. E. Quinn (Eds.), *Organization Theory and Public Policy* (p. 147-161). Beverly Hills, CA.: Sage.
- DI MAGGIO, P. J., & POWELL, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160.

- GARRETT, R. (1999). *Changing their game: The effect of lottery funding on voluntary sports clubs*. Paper presented at the Leisure Studies Association Conference, Cheltenham, UK.
- GIDDENS, A. (1976). *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*. London: Hutchinson.
- GIDDENS, A. (1979). *The Class Structure of Advanced Societies*. New York: Harper and Row.
- GIDDENS, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.
- GRATTON, C., NICHOLS, G., SHIBLI, S., & TAYLOR, P. (1997). *Valuing Volunteers in UK Sport*. London: Sports Council.
- HALL, M. H., & REED, P. B. (1998). Shifting the burden: How much can government download to the non-profit sector? *Canadian Public Administration*, 41, 1-20.
- HATCH, M. J. (1997). *Organization Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Home Office (1990). *Efficiency scrutiny of government funding of the voluntary sector: Profiting from partnership*. London: HMSO.
- HOULIHAN, B. (1991). *Governement and the politics of sport*. London: Routledge. Joseph Rowntree Foundation (1995). *Mixed fortunes: The funding of the voluntary sector*. York: Joseph Rowntree Foundation.
- LEACH, S. and WILSON, D. (1998). Voluntary groups and local authorities: Rethinking the relationship. *Local Government Studies*, 24, 1-18.
- LUKES, S. (1994). Power: A radical review. In J. Scott (Ed.), *Power: Critical concepts* (p. 233-268). London: Routledge.
- MEYER, J. W., & ROWAN, B. (1977). Institutionalised Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 340-363.
- National Council for Voluntary Organisations (1992). *The efficiency scrutiny implementation: Report and recommendations on funding of the voluntary sector (Draft)*. London: NCVO.
- NICHOLS, G. and SPARROWHAWK, J. (1999). Local authorities' role in distributing the Lottery to sport. *Local Government Studies*, 25, 1-15.
- OLIVER, C. (1991). Strategic Responses to Institutional Processes. *Academy of Management Review*, 16, 145-179.
- RUSSELL, L., SCOTT, D., & WILDING, P. (1996). The Funding of Local Voluntary Organisations. *Policy and Politics*, 24, 395-412.
- SCOTT, R. W. (1995). *Institutions and Organizations*. London: Sage.
- SCOTT, W. R., & MEYER, J. W. (1991). The Organization of Societal Sectors: Propositions and early evidence. In W. W. POWELL & P. J. DiMAGGIO (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (p. 108-140). London: The University of Chicago Press.

- SIMMONS, B. (2000). *Personal communication*. 27 th April 2000.
- Sports Council (1993). *Finacial Report 1992-93*. London The Sports Council.
- Sport England (2000a). *About us*. http://www.english.sports.gov.uk/about/about_1.htm, visited 12.4.00.
- Sport England (2000b). *Lottery facts and figures*. http://www.english.sports.gov.uk/lottery/facts_and_figures/start.htm, visited 12.4.00.
- TAKS, M., DUYSTERS, A., LAPORTE, W., VERHOEVEN, M., BOLLAERT, L., DE KNOP, P., & Van BUNDER, D. (1998). Motivating and de-motivating factors for volunteers in sportsorganisations: An empirical survey. In G. Pires, F. Fernandes, N. Parry (eds.), *Service quality in sport: Conference proceedings* (pp. 7.41- 7.51). Madeira: European Association for Sport Management.

El voluntariado en el RU: un caso de estudio de deporte y ocio

John J. Deane, University College Worcester, RU

Andrew Adams, Birmingham College of Food Tourism Creative Studies

El problema

Naciones Unidas ha reconocido la creciente importancia que tienen los voluntarios y ha declarado el año 2001 el «Año Internacional del Voluntariado» (AIV). Esta designación se debe al hecho de que la ONU acepta que, más que nunca, es necesario que los voluntarios presten sus servicios. En su sitio web afirman:

Para que esto ocurra es necesario que exista un mayor reconocimiento y facilitación del trabajo de los voluntarios, así como una mayor promoción de este servicio, basado en las mejores iniciativas y esfuerzos (las mejores prácticas) de los voluntarios, coordinados en una red con el objetivo de obtener los mejores resultados.

En el RU, en los últimos 20 años, el gobierno ha fomentado y condenado el «sector no lucrativo» a intervalos regulares. Desde la llegada del New Labour al poder, se espera que mediante iniciativas como el «Pacto» se logre una mayor coordinación en la provi-

sión de servicios en todo el sector. Este artículo examina en profundidad la situación actual del sector no lucrativo y sigue el método de un caso de estudio para valorar cómo llevan los campos del deporte y el ocio el «foco» actual en el sector por parte del gobierno y otras agencias asociadas relevantes.

La mayor parte de la participación y desarrollo deportivos en el RU se basa en el «modelo voluntario» de provisión, de ahí que más del 80% de los voluntarios trabajen en clubes deportivos locales (Sports Council, 1996). Sin embargo, Houlihan afirma:

El largo historial de esnobismo, hipocresía sobre la profesionalidad y el paternalismo en las tradiciones establecidas de gestión en la mayoría de los organismos directivos del deporte británico, los ha incapacitado para seguir el ritmo del cambio en los últimos veinte años (1997, p. 166).

Houlihan continúa para sugerir que se han perdido muchos de los pilares del modelo de voluntariado deportivo del RU debido a estas distracciones, «especialmente el elevado nivel de la actividad voluntaria, cuyo valor se estima en más de 1.500 millones de libras anuales» (Sports Council, 1996). En 1997, el Sports Council (Consejo de deportes) lanzó los programas Running Sport (RS) y Volunteer Investment Programme (VIP) con el fin de respaldar y reconocer la inestimable contribución que realizan los voluntarios en los clubes deportivos de todo el país. Estos programas estaban basados en proyectos similares a los que se han aplicado con éxito en Australia durante algún tiempo.

Antes del establecimiento del RS y del VIP, la formación que se impartía a los voluntarios en los clubes deportivos era «fragmentaria» y en cierto modo *ad hoc* y dependiente de una serie de factores. Los órganos directivos nacionales del deporte ni disponían de los fondos necesarios para organizar la formación de voluntarios ni lo consideraban necesariamente una prioridad. A menudo los clubes deportivos locales aprovechaban las oportunidades de formación que ofrecían las unidades de desarrollo de las autoridades deportivas locales. La realidad era que el que los voluntarios recibieran o no algún tipo de formación suponía una auténtica lotería. Los programas RS y VIP representan el intento del Sports Council por ofrecer un programa nacional de calidad garantizada para la formación de vo-

luntarios que sea lo suficientemente flexible para satisfacer las necesidades de todos los deportes y voluntarios. Los programas RS y VIP se administran de forma centralizada, pero se ejecutan a nivel local y regional.

La cuestión central de este estudio es que si el deporte en el RU puede otorgar un valor monetario al voluntariado y establecer programas que respalden y fomenten el trabajo de los voluntarios, ¿qué ocurre con el sector más amplio de «voluntariado y ocio»? Esta comunicación pretende identificar la existencia de algún tipo de programa de formación nacional genérico para los voluntarios del «sector no lucrativo», similar en naturaleza a los programas VIP y RS que ofrece Sport England. En concreto se valorará cualquier programa de este tipo que cumpla específicamente las necesidades de los voluntarios que trabajan para organizaciones benéficas, que ofrezcan oportunidades de ocio formal, como las que ofrece Age Concern England (ACE) o la organización nacional de ciegos británica, el Royal National Institute for the Blind (RNIB).

Esta presentación pretende sugerir que los organismos benéficos del RU que ofrecen oportunidades de ocio formal a sus clientes podrían beneficiarse de la adopción de algunos elementos del «modelo deportivo de formación de voluntarios». En esencia, lo que se sugiere es que organizaciones de ocio del sector del voluntariado podrían tomar como punto de referencia para sus programas de formación de voluntarios los del sector deportivo.

Métodos

Los métodos clave utilizados para este estudio han sido la realización de una serie de entrevistas telefónicas con organizaciones que aglutinan a varios grupos del sector del voluntariado, como The National Council for Voluntary Service (NACVS), National Centre for Volunteering (NCV) y National Association of Volunteer Bureau's (NAVB). Entre los organismos de beneficencia nacionales entrevistados que ofrecen oportunidades de ocio formal a sus miembros se encontraba el Royal National Institute for the Blind (RNIB) y Age Concern England (ACE). En varias ocasiones se mantuvieron entrevistas con Sport England para discutir los programas VIP y RS.

El personal clave entrevistado se compuso de responsables de la formación nacional o voluntarios de las respectivas organizaciones anteriormente mencionadas. Tras las entrevistas telefónicas con los responsables nacionales, se entrevistó a responsables locales de la región de West Midlands del RU para valorar si lo que se había puesto en práctica a nivel nacional realmente estaba llevándose a cabo sobre el terreno. En Sport England se entrevistó al coordinador del VIP. El estudio se vio limitado por la exclusión de los directivos locales voluntarios. Sería interesante realizar entrevistas centradas en grupos con voluntarios del sector del deporte y del ocio para valorar si el mayor reconocimiento que se otorga al voluntariado les ha afectado directamente a nivel personal.

Una visión política del sector del voluntariado en el RU

... La actividad voluntaria y comunitaria es fundamental para el desarrollo de una sociedad democrática y socialmente inclusiva. Los grupos de voluntarios y de la comunidad, como las organizaciones independientes sin ánimo de lucro, aportan un valor distintivo a la sociedad y desempeñan un papel que se diferencia tanto del Estado como del mercado. Hacen posible que los individuos contribuyan a la vida pública y al desarrollo de sus comunidades... Al hacerlo, reúnen las destrezas, intereses, creencias y valores de grupos e individuos.

Compact on Relations between Government and the Voluntary and Community Sectors in England (Pacto sobre las relaciones entre el gobierno y los sectores del voluntariado y la comunidad en Inglaterra) [Ministerio del Interior, 1998]

Esta declaración de reconocimiento del sector del voluntariado y su inestimable papel social y comunal realizada por el gobierno del New Labour también sustenta muchas de las iniciativas políticas y motores clave que son la base de una administración centrada en encontrar la «tercera vía» (Blair, 1998, p. 14) que «reconoce la necesidad del gobierno de forjar nuevas asociaciones con el sector del voluntariado». Algo muy distinto del «Old Labour» (antiguo laborismo) que llevaba abiertamente su identificación con la Cláusula IV, en términos de promocionar abiertamente la propiedad pú-

blica y común e las incorporaba como condiciones previas para el logro de los objetivos socialistas. No realizaron mención alguna a las organizaciones de voluntarios (Kendal 2000). De la misma forma, los gobiernos conservadores de Thatcher y Major apenas hicieron referencia al valor de las asociaciones de voluntarios, aparte de situarlos en una perspectiva de oposición con la que pregonar a bombo y platillo el libre mercado. Esta falta de interés por el tercer sector se refleja en el hecho de que:

... a lo largo de la década de los ochenta y noventa el gobierno conservador estuvo preocupado por la dicotomía entre Estado y mercado...

Además, como señala Kendall, Virginia Bottomley (ministra responsable del sector de voluntariado en esa época)

...hacía referencia a la relación entre el gobierno y el sector voluntario en «términos de compromiso»...un campo de batalla, que es exactamente cómo ella lo veía. (Kendall, 2000, p. 12).

Así, los consecutivos gobiernos conservadores consideraban la comunicación con el tercer sector como un lugar en el que el debate y la acción estaban precedidos necesariamente por el conflicto.

El elemento contextual de la política resulta crucial: las políticas de financiación, bienestar y sociales están intrínsecamente unidas con la provisión de las necesidades sociales y del capital social (Putnam, 1993), que son las consecuencias de la aplicación de la política económica. En consecuencia, ahora se defiende explícitamente el valor del sector del voluntariado y de los servicios que ofrece, hasta el momento subestimados, como parte integral del correcto funcionamiento del país (Kendall y Knapp, 2000).

Definir el tercer sector

Sin embargo, todo este debate sobre el tercer sector ha generado un estudio minucioso referente a cuál es el término de referencia preferido y más válido que puede emplearse más ventajosamente

en la definición y discusión del tercer sector. Michael Argyle sugiere que la definición doméstica general del trabajo de voluntariado constituye un punto de partida útil:

... trabajo no remunerado, salvo en los casos en que deben sufragarse los gastos, que se realiza por mediación de un grupo o en nombre de algún tipo de organización; debería ser un servicio a otras personas o a la comunidad y no sólo a la familia más inmediata o amigos cercanos de cada uno. (Argyle, 1996, p. 247).

Esta definición es limitada, puesto que el trabajo eclesiástico y la dirección de grupos deportivos o de ocio quedarían excluidos. Además, al trabajo orientado a un fin común o colectivo a través de instituciones no gubernamentales ni mercados se le han aplicado a menudo una serie de epítetos y como señala Morris:

Generalmente a las instituciones que ni impone la ley ni maximizan los beneficios, se las ha denominado de diferentes formas: el sector del voluntariado, el tercer sector, el no lucrativo o más recientemente, el sector de la sociedad civil (Morris, 2000, p. 1).

Para esta comunicación emplearemos el uso de la definición del sector no lucrativo elaborada por el John Hopkins Comparative Non-profit Sector Project (JHCNSP o

Proyecto comparativo John Hopkins del sector no lucrativo). Se ha considerado una definición estructural y operacional que se ha utilizado:

...para situar el sector no lucrativo en una serie de naciones con diferentes niveles de desarrollo económico, marcos legales y experiencias institucionales de provisión de bienestar social (Salamon y Anheier, 1997, p. 4).

Antes de seguir avanzando, tal vez resulte necesario considerar cómo define las organizaciones sin ánimo de lucro el proyecto John Hopkins. Las organizaciones deben compartir cinco características esenciales y debe tratarse de organizaciones:

1. Organizadas, es decir, institucionalizadas en cierto modo en términos de su forma organizativa o sistema de funcionamiento.

2. Privadas, es decir, separadas institucionalmente del gobierno.
3. Distribuidas sin ánimo de lucro, es decir, que no repartan ninguno de los beneficios generados a sus propietarios o directivos, sino que estos se inviertan en la misión básica de la agencia.
4. Autogobernadas, es decir, dotadas de su propio aparato interno de gobierno.
5. Voluntarias, es decir, que impliquen algún grado significativo de participación voluntaria, tanto en el funcionamiento como en la gestión de los asuntos de la organización.

Así, el sector se define como la agrupación de entidades que registran razonablemente cada uno de los anteriores cinco criterios (Morris, 2000, p. 6).

Esta definición permite una flexibilidad en cuanto a tradición y cultura, pero en un sentido longitudinal tal vez sea restrictiva en su intento de ser universal. La contradicción inherente a esta definición es que puede considerarse integradora, sino universal, puesto que espacialmente permite una comparación y un examen funcionales, sin embargo, temporalmente, tal vez resulte demasiado específica contextualmente, lo que puede conducir a un análisis sesgado particular. El reconocimiento de esta limitación teórica en relación con el sector no lucrativo es importante, puesto que las definiciones fijas, cuando se analizan a lo largo del tiempo, pueden tender a resaltar sólo cómo ha cambiado el sector, partiendo de su definición. Por eso el sector no lucrativo como se entiende actualmente, por una variedad de razones sociales y políticas, puede diferir en gran medida del sector no lucrativo de la década de 1970 y 1980. Peter Dobkin Hall propone que uno no puede escribir una historia «en progresión» del sector no lucrativo, sino más bien que el sector no lucrativo como lo conocemos hoy es un constructo del pasado reciente. Hall además afirma:

Una total comprensión de las funciones de las diferentes instituciones y los factores que han contribuido a su desarrollo a lo largo del tiempo debe ser sensible con los contextos y debates contemporáneos que los rodean (Hall, 1992, p. 15).

Sociedad civil, ciudadanía e inclusión social

Contextualmente ahora resulta importante centrar nuestra atención en parte de la terminología, mencionada anteriormente, para la discusión del sector no lucrativo, con el fin de facilitar el análisis del nexo de relaciones interdependientes, particularmente en términos de generación de políticas. Se ha dedicado gran parte del pensamiento actual a la noción de sociedad civil y especialmente al papel del voluntariado como un componente inexorable y generador de la sociedad civil. Pero ¿qué es la sociedad civil? Una serie de investigadores y centros de investigación han examinado este tema fundamental (Deakin (1995), Morris (2000), Coalter (1998) y Lyons (1996)) y todos han ofrecido una enorme variedad de datos referentes a la concepción de la «sociedad civil». La Reseach Unit for Study of Civil Society in Calgary (Unidad de investigación para el estudio de la sociedad civil de Calgary) sugiere que «sociedad civil» hace referencia a:

La red de asociaciones culturales, sociales y políticas que existen en el ámbito entre el individuo y el Estado formal, todo, desde la familia, pasando por las asociaciones de voluntarios, hasta los partidos políticos.

Por otro lado, Lyons afirma que la sociedad civil

... se centra en organizaciones que podrían clasificarse como proveedoras de beneficios para sus miembros, más que para el público (Lyons, 1996, p. 11).

Además, Dekker y Van den Broek (1998) afirman que el voluntariado es un «principio director» de la sociedad civil y que las asociaciones son los actores colectivos dominantes. En esencia, el centro se encuentra en la acción dirigida por un deseo colectivo de bien social, especialmente en relación con la inclusión social y la equidad social. El New Labour en el RU ha centralizado y formalizado estos ideales clave hasta el punto de que Tony Blair, en la presentación del «Pacto» entre el gobierno y el sector comunitario y de voluntariado afirmó que:

El trabajo de las organizaciones voluntarias y comunitarias es fundamental para la misión del gobierno... fomentan la ciu-

dadanía, ayudan a restablecer un sentido de comunidad y realizan una contribución crucial con el objetivo que compartimos de una sociedad justa e inclusiva (Ministerio del Interior, 1998).

Así, el New Labour está tratando activamente de implicar al sector no lucrativo como parte de la política gubernamental para la provisión de servicios que pueden considerarse de primera línea para la provisión de bienestar social. Una vez más, tal vez el gobierno esté imitando a EE UU, como sucede con muchos elementos de sus iniciativas políticas, como modelo de buenas prácticas en relación con la provisión del tercer sector, puesto que como afirma Cameron:

...el tercer sector proporciona la mitad de las camas de hospital y plazas en colegios universitarios además de prácticamente todos los servicios sociales y actividades culturales (Cameron, 1997, p. 79).

Además, haciendo hincapié en la ciudadanía, el New Labour británico pretende restablecer el «nuevo» ideal socialmente inclusivo del «renacimiento» del comunitarianismo (Cameron, 1997).

De este modo Bianchini sugiere:

La ciudadanía no representa simplemente un intento de ampliar los derechos sociales, sino también de establecer un puente que cubra el vacío potencialmente grave que interrumpe la continuidad entre el individuo y la comunidad y entre el ejercicio de los derechos individuales y el bien común. (Coalter 1998, p. 25).

En Gran Bretaña, el énfasis en el voluntariado y en su actividad puede considerarse parte del razonamiento subyacente del gobierno para la «modernización» de la provisión de servicios, que puede situarse dentro del debate más amplio del papel del Estado en estas cuestiones. Deakin propone la visión de que el legado de la década de 1980, especialmente de la virtud de la empresa individual que ha adoptado Europa, arrastra hacia el centro a los partidos políticos de izquierda:

Los recientes éxitos electorales de estos partidos sugieren que tal vez nos estemos desplazando hacia un Estado más flexi-

ble y descentralizado que se concentra en facilitar, más que en dirigir, la prestación de servicios y hacia una cada vez mayor sustitución de las redes por enlaces institucionales formalizados: lo que a veces se denomina una «sociedad de grupos de interés» (Deakin, 2000, p. 13).

El pacto entre el gobierno y el sector voluntario y comunitario en Inglaterra

Con los enormes cambios que se han producido tanto en el clima como en el entorno del voluntariado en la pasada década, las diferentes agencias se han visto en la necesidad de encontrar formas y medios de hacer frente a los nuevos modelos de relaciones que se han desarrollado (Deakin, 2000). El gobierno central inició una serie de respuestas a estos cambios a los dos años de su elección. De los eventos políticos referentes al tercer sector, el más importante con diferencia fue la firma de un «Pacto» entre el gobierno y los grupos que declaraban representar los intereses del sector en Inglaterra. También se establecieron pactos en Escocia, Gales e Irlanda del Norte y de ahí se deriva que el afán por la transferencia de competencias del New Labour varíe en términos de su aplicación sobre asuntos regionales. El Pacto para Inglaterra se desarrolló de forma conjunta, por un lado partiendo del informe de la Comisión Deakin «Future of the Voluntary Sector» (Futuro del sector del voluntariado) y por otro del documento político «Building the Future Together» (Construir un futuro juntos), que se elaboró durante su periodo en la oposición. El objetivo del pacto es:

...crear un nuevo enfoque de la asociación entre el gobierno y el sector voluntario y comunitario. Ofrece un marco que posibilite un desarrollo mejor y diferente de las relaciones... El pacto es una expresión del compromiso del gobierno y del sector voluntario y comunitario de trabajar conjuntamente por la mejora de la sociedad y por nutrir y respaldar la actividad comunitaria y de voluntariado. (Ministerio del Interior, 1998).

Superficialmente esto pueden parecer buenas noticias para cualquiera que tenga que ver con el voluntariado, sin embargo lo que en

esencia ha sucedido es que se ha tomado una decisión consciente para centralizar la relación positiva y lo que es más, para incluir en la corriente dominante esa perspectiva en términos de formulación de políticas. En consecuencia, la política tendente a la incorporación y aceptación de las agendas de voluntariado ha dejado de ser algo poco sistemático y *ad hoc*. Kendall considera la situación con perspectiva cuando afirma que:

De hecho, por primera vez, se ha incluido en la corriente principal de la agenda de política pública del gobierno una posición intencional referente al tercer sector *per se*, lo cual representa una importante ruptura con el pasado (Kendall, 2000, p. 2).

La importancia de comprender estos problemas políticos clave es vital para los posteriores análisis de los problemas críticos referentes a la formación, las organizaciones sin ánimo de lucro y la provisión del ocio. Por supuesto, no todos los comentaristas consideran la perspectiva de la mayor implicación gubernamental un paso positivo. «Asociación» es un término más bien ambiguo que puede implicar una serie de connotaciones no explícitas para el tercer sector en el futuro y otras notables, como afirma Robert Whelan, que observa toda esta idea con aversión, argumentando que la independencia del sector queda amenazada en cualquier relación con el Estado que tenga implicaciones económicas. (Deakin 2000). Lo que puede concernir a todos los implicados en el tercer sector es posiblemente la extensión de una cultura contractual que se considere necesaria para poner en práctica la relación con el gobierno de forma eficaz, eficiente y económica. Por consiguiente, la llegada de la política al tercer sector y formalizar la relación puede generar importantes ramificaciones, especialmente en términos de acceso a los escasos recursos necesarios disponibles, como el poder económico y político. Tal vez EE UU ofrezca un modelo futuro en el que, como Johnson y otros señalan:

Los contratos abarcan el proceso, el resultado y el precio y se establecen acuerdos sobre la supervisión y evaluación en reuniones de control (Johnson y otros, 1998, p. 310).

Además Smith (1996) ha defendido que los contratos pueden conducir a una «regulación demasiado rígida y excesiva» que en el

RU puede sofocar la visión innovadora y creativa de gran parte del tercer sector. En este sentido no resulta disparatado sugerir que en el futuro el Pacto puede servir para capacitar al gobierno para regularizar, controlar y legislar cuando considere necesario que el tercer sector acate las «leyes» del *Best Value* (Mejor Valor) que dictan que los servicios públicos deben ofrecerse de la manera más eficaz, eficiente y económica posible (DETR, 1999). Además la introducción del Best Value como medio de prestación de servicios públicos, especialmente en lo referente a su énfasis en la consulta pública y en la inclusión social, puede acelerar inevitablemente el cruce del trabajo del tercer sector con el del gobierno, lo que una vez más refleja la noción gubernamental de «gobierno unido y pensamiento unificado» (referencia del gobierno al Best Value).

El voluntariado en el ocio

A través de las últimas iniciativas fomentadas por Sport England, la actividad voluntaria en el ámbito deportivo se ha desarrollado con éxito y ahora está en marcha un programa detallado de respaldo y formación. En la esfera general del ocio, la identificación de la actividad de voluntariado en el ocio se ha convertido en algo problemático en términos de identificación de la naturaleza y extensión del voluntariado que hace referencia a la provisión de oportunidades de ocio para los marginados sociales. La complejidad de la estructura del tercer sector significa que difiere del deporte, sector que a través de clubes y asociaciones ha conformado su propia identidad, programas de formación y sistemas de apoyo. El sector del ocio de voluntariado, aunque asume pequeños paquetes de trabajo innovador, en general no se expresa a través de una sola voz. Sin embargo, existen varias organizaciones de voluntarios que sí se proponen ofrecer oportunidades de ocio básicamente para sus miembros, pero al hacerlo, producen lo que se ha denominado anteriormente el «capital social». Henry y Hayward han resaltado las cinco categorías de la organización de ocio de voluntariado:

- (i) Organizaciones desarrolladas en torno a una forma de ocio concreta con una actividad como el deporte que constituye

un área de interés común. Henry cita a Hogget y Bishop (1986) que definieron estas organizaciones como de «ayuda mutua», que funcionan para que sus miembros satisfagan sus necesidades de ocio más que cualquier otro propósito primario.

- (ii) Grupos de servicios comunitarios. El grupo está «centrado en el cliente» y los miembros participan en la provisión de servicios, como la WRVS.
- (iii) Grupos de desarrollo comunitario. El tema de «autoayuda» es fundamental para estos grupos, que pueden haber comenzado como grupos centrados en el cliente. El objetivo es generar una confianza personal que capacite a sus clientes para satisfacer sus propias necesidades. Como Community Arts, Action Sports y más recientemente Sport Action zones y Best Value.
- (iv) Grupos de acción comunitarios. Centran sus actividades en una causa concreta y actúan como un grupo de presión; pueden centrarse en una actividad concreta como el deporte: los consejos deportivos locales, por ejemplo.

Grupos sociales. Con objetivos socioemocionales en los que la recreación forma una parte importante de sus actividades, como los clubes de hombres trabajadores. Henry sugiere que estos grupos pueden satisfacer las necesidades de ocio de los grupos que el sector público considera difícil atraer (Henry, 1993, p. 165).

Dentro de este análisis, el voluntariado, en relación con el ocio, se identifica mayoritariamente como un caso de interés personal o de autoayuda. Lo cual tal vez es, en términos de inclusión social, lo más que puede esperarse de los grupos que se generan en torno a una preocupación o resultado concretos, que con frecuencia tienen la finalidad de proporcionar una oportunidad legítima para la participación en el ocio de los excluidos por la sociedad de consumo en general. Stebbins (1992) adopta un enfoque alternativo en su concepto de ocio serio, que utiliza Parker para sugerir que:

...la participación en organizaciones comunitarias y de voluntariado en el tiempo de ocio ofrece el potencial para desarrollar una ciudadanía activa (Coalter, 1998, p. 32).

De este modo el voluntariado en el sector del ocio puede ofrecer una mejor oportunidad para el comunitarianismo ciudadano y la inclusión social, cuestiones que aparentemente son fundamentales para el actual gobierno del «New Labour». En el contexto de este debate, los comentarios de Torkildsen sobre la motivación de los voluntarios según los resultados adquieren validez:

Gran parte del voluntariado en el campo del ocio engloba elementos de «ocio», hacer algo que nos gusta, logrando algo. En el voluntariado sentimos que estamos contribuyendo, por ejemplo, en una acción comunitaria, en la responsabilidad cívica o en asuntos medioambientales. En el arte y en el deporte, experimentamos la satisfacción de hacer surgir el talento de otras personas, haciendo posible que una orquesta o coro actúen en un festival de música o entrenando a equipos deportivos para que tengan éxito (Torkildsen, 1999, p. 291).

Lo que surge es un cuadro fragmentado de la provisión del ocio a través del tercer sector, una situación en la que se fomenta que los individuos realicen actividades voluntarias a través de una amplia gama de organizaciones individuales. Las organizaciones como las principales asociaciones benéficas, como RNIB, Age Concern y asociaciones voluntarias nacionales como NCVS, NCV, NAVB, que a menudo compiten por la escasez de recursos y que se oponen al «Pacto» anteriormente mencionado, no comparten necesariamente, por ahora, la tendencia gubernamental hacia un «pensamiento unificado».

Visión general del Volunteer Investment Programme (VIP) y del Running Sport (RS)

El programa Running Sport, dentro del cual se incluye la formación del Volunteer Investment Programme, es parte integral del programa de desarrollo deportivo del RU y consiste en:

Un completo programa de educación y formación que pretende elevar los estándares de administración y gestión del deporte inglés. Además de distribuir una serie de documentos de

instrucción de calidad, el programa Running Sport implica la organización de talleres a través de la red de Unidades de formación regionales (Informe anual de Sport England, 1998/1999, p. 19).

Sport England desarrolló los programas Volunteer Investment Programme (VIP) y Running Sport y según esta organización el primero es:

Una respuesta completa a las necesidades de los voluntarios y organizaciones deportivas que dependen de ellos (VIP Pack p. 4)

Y el programa tiene tres objetivos claros:

...elevar el perfil de los voluntarios que trabajan en el deporte, identificar y difundir las buenas prácticas en la gestión del voluntariado, respaldar a los clubes y órganos directivos en la selección, gestión y reconocimiento de los voluntarios (VIP Pack, p. 4).

El elemento significativo del programa Running Sport referente a los voluntarios es el curso específico clave de tres horas «Valuing Volunteers» (Valorar a los voluntarios) que:

...se ha diseñado para ayudar a reclutar, formar y conservar más voluntarios y para obtener el máximo de ellos (manual *Running Sports for Clubs*, p. 10).

Existe otra serie de talleres de Running Sport que son apropiados para trabajar con éxito con voluntarios, que ofrecen cursos específicos de motivación y formación de equipos, liderazgo y delegación y un curso introductorio (de 2 horas) sobre cómo hacer las cosas (cómo reclutar y formar voluntarios).

Los cursos son absolutamente flexibles y están organizados de forma centralizada en cada región para que asistan a ellos miembros de diferentes clubes, aunque también pueden diseñarse específicamente para clubes concretos y realizarse a escala local. Los programas VIP y RS disponen de una gran cantidad de tutores cualificados que han pasado por periodos formativos y se consideran parte de proceso de formación.

Valoración del éxito del Volunteer Investment Programme y evaluación comparativa

La información más reciente del informe anual de Sport England (1998/1999) identifica que se repartieron cerca de 9.000 paquetes informativos por todo el país a través de las redes VIP Hotline y de las redes regionales. Se celebraron 56 talleres de gestión del voluntariado en todo el país, formando a 827 coordinadores de voluntarios, que les permitirá poder transmitir a otros sus destrezas. Estos programas están comenzando a tener un impacto significativo sobre el terreno y pueden conducir eventualmente a un mayor éxito a nivel internacional.

En la ceremonia de concesión de las solicitudes (VIP Awards) se otorga reconocimiento a todos los niveles deportivos en los que han participado los voluntarios y en 1998 registró 350 entradas, partiendo de las 100 de 1997. En 1998 se realizaron presentaciones regionales y las presentaciones nacionales las realizó Steve Cram en la Sports Writer's Association Dinner. Trece organismos directivos trabajaron en iniciativas con el objetivo de desarrollar estrategias de apoyo a los voluntarios. Sport England afirmó en su informe anual que:

Con el fin de ofrecer un apoyo práctico continuo a los voluntarios y gestores de voluntarios, Sport England lanzó la red VIP. Esta iniciativa, basada en la asociación, nos permite realizar un trabajo promocional con voluntarios y recibir sus opiniones (1998/1999, p. 18).

Esta nueva iniciativa coincide con la del Best Value en lo referente a la necesidad de establecer la recepción regular de la opinión de los voluntarios en el sector deportivo y la comunicación periódica con ellos para garantizar que conservan su motivación y se sienten valorados.

Una de las manifestaciones de esta modernización del gobierno local que actualmente está emprendiendo la administración del New Labour es la implementación del Best Value (BV). Un elemento clave de BV es la necesidad de que las autoridades locales del RU comparen sus servicios con los mejores disponibles. Los estudios comparativos de referencia («benchmarking») dejan de ser

una herramienta del sector privado y manufacturero, puesto que ha llegado hasta el sector público y no lucrativo.

Para este estudio se utilizará la definición de «benchmarking» que ofrecen Johnson y Scholes:

El *benchmarking* pretende valorar las competencias de una organización con respecto a las mejores de su ámbito, estén donde estén (1999, p. 181).

Visión general de los informes actuales sobre los voluntarios y la formación de voluntarios

El desarrollo histórico del sector del voluntariado en el RU ha derivado en la existencia de una gama de organizaciones a nivel nacional que ofrecen servicios a aquéllas que trabajan con voluntarios. Podría afirmarse que, para alguien de fuera, esta estructura resulta confusa y compleja, al existir organizaciones como la National Association for Volunteer Bureau, el National Centre for Volunteering y el National Council for Voluntary Service, que ofrecen con frecuencia servicios comunes a las organizaciones de voluntarios.

Un estudio reciente del sector elaborado por el gobierno ha conducido a determinadas iniciativas que nos permiten ser optimistas, como The Voluntary Sector National Training Organisation o VSNO (La organización para la formación nacional del sector del voluntariado). El objetivo de la VSNTO es:

Servir como foco de la actividad de formación estratégica, que mejore la eficacia de los empleados del sector voluntario garantizando que los empleados remunerados, voluntarios y miembros del consejo de administración tengan acceso a oportunidades de formación y desarrollo relevantes.

El establecimiento de la VSNTO constituye claramente un paso en la buena dirección en términos de reconocer la importancia de la formación de voluntarios a escala nacional, pero aún no queda claro cómo afectará a los voluntarios del sector del ocio.

Los organismos de beneficencia nacionales como el Royal National Institute for the Blind (RNIB) o Age Concern England

(ACE) ofrecen una variada gama de cursos de formación a sus «voluntarios de ocio». Por ejemplo, el RNIB ha lanzado hace poco un proyecto piloto de tres años de duración denominado «Leisure Link» (vínculo de ocio) en Brighton, que pretende abordar problemas de aislamiento y soledad motivando activamente y fomentando la participación de personas visualmente discapacitadas en cursos de ocio junto a tutores voluntarios o «colegas». Este excelente proyecto se desarrollará en todo el RU en 2002. Sin embargo, no se mencionan objetivos de equidad para los voluntarios de ocio (en contraste con los proyectos VIP y RS en el deporte) y aún no está claro cómo se controlarán estos planes ni cómo se difundirán las mejores prácticas.

Age Concern tiende a dejar los asuntos específicos de la formación de voluntarios en manos de los grupos locales, aunque dispone de un programa nacional de formación para Presidentes y miembros del Consejo de Administración voluntarios que trabajen en sus comités de gestión. Está claro que la formación que ofrecen Age Concern y el RNIB a los voluntarios podría resultar útil a las organizaciones de beneficencia que trabajan con voluntarios de ocio de todo el sector. Tal vez la nueva VSNTO fomente, entre los diferentes grupos de interés, la necesidad de trabajar de forma coordinada y de compartir las «mejores prácticas» en el área de la formación de voluntarios en general y en la formación de los voluntarios de ocio en particular. Los organismos benéficos que tienen competencias especiales para trabajar con voluntarios de ocio deberán unirse para garantizar que se escucha la voz de la «formación del voluntario de ocio» en una escala estratégica en las discusiones con la recientemente formada VSNTO.

La encuesta nacional de 1997 sobre las organizaciones de voluntarios realizada por el Institute for Volunteering Research (IVR) estudió 1.400 organizaciones de voluntarios y reveló que 4 de cada 5 organizaciones disponían de un gestor voluntario y que el 85% contaba con una Política de voluntariado por escrito, en comparación con el 69% en 1993. Una conclusión clave de la encuesta fue que:

Los jóvenes y personas de minorías étnicas eran los grupos menos representados y también eran los grupos objetivo que más deseaban reclutar las organizaciones.

Esto comienza a reconocerse gracias al perfil más elevado que se otorga a los voluntarios a través de la iniciativa del pacto comentada anteriormente. Esto queda respaldado por el reciente informe estratégico del Grupo de trabajo de la Unidad de Comunidades Activas del gobierno (Active Communities), que sugiere insistentemente en que en el esfuerzo para reclutar más voluntarios, las organizaciones deberían «ampliar su base de voluntarios» y garantizar su mayor representatividad de la comunidad en general (con voluntarios de las comunidades minoritarias negras y étnicas, voluntarios más jóvenes y voluntarios más mayores). El sector del voluntariado podría tomar ejemplo en este caso del trabajo que se está realizando en el ámbito deportivo en términos de igualdad e inclusión social, puesto que afirman que uno de los objetivos fundamentales de la organización es el siguiente:

Todo el mundo debería tener un acceso equitativo a las ventajas asociadas con el deporte. Todos los programas de Sport England se han desarrollado para garantizar que las personas que se encuentran en desventaja en otros términos, no pierdan las oportunidades deportivas que se les presentan. Se han establecido grupos de consulta en las áreas clave de equidad, y se están fijando objetivos de equidad a lo largo de todo nuestro trabajo (Informe general de Sport England, 1998/1999, p. 10).

El informe gubernamental de Active Communities resalta un aspecto clave del estudio de 1997: el 71% de los encuestados señalaba la mala organización como una desventaja percibida del voluntariado. Además, opinaron que la gestión del voluntariado es una cuestión compleja, pero dentro de ella resulta fundamental la difusión de información sobre «mejores prácticas» especialmente sobre el apoyo y formación que reciben los voluntarios.

La sugerencia que plantea el grupo de trabajo del gobierno sobre las comunidades activas con respecto al estado actual relativo a la formación de voluntarios es que:

La provisión actual de formación y acreditación de voluntarios es muy diversa y varía de una organización a otra. Las Vocational Qualifications (Cualificaciones de formación profesional o VQ) ofrecen un camino para el progreso y constituyen una

opción que los grupos de trabajo consideran debiera ofrecerse, pero la naturaleza diversa del voluntariado significa que para los voluntarios tal vez no resulte práctico una VQ genérica. Las organizaciones que cuenten con voluntarios deberían animarse a reconocer sus destrezas laborales, conocimientos y competencias a través del suministro de certificaciones. La entrega de acreditaciones en los programas de Millenium Volunteers debería tomarse como guía de un futuro desarrollo (Active Community Report Giving Time Getting Involved, 1999, p. 16).

Se ha sugerido que es necesario dotar de una mayor uniformidad al sector del voluntariado en términos de formación de voluntarios. Esto encaja con los programas de formación que está desarrollando Sport England en sus VIP, que actúan como un paquete nacional flexible accesible para el sector en general.

Estudio de Sport England sobre los voluntarios del sector deportivo

Sport England en su documento «Best Value through sport» afirma que:

El valor de los voluntarios en el deporte no debe subestimarse. Los voluntarios constituyen la espina dorsal del deporte británico, aportando masiva y desinteresadamente entrenadores, administradores, directivos y responsables... El voluntariado beneficia no sólo a quienes reciben el servicio, sino también al propio voluntario a través de su participación en la sociedad y el sentido de significación y realización que puede aportar el trabajo voluntario (1999, p. 16).

Sport England encargó una encuesta sobre el voluntariado en 1995 a la universidad Sheffield Hallam que estimó que el mercado del voluntariado deportivo del RU podía valorarse en 1.500 millones de libras anuales y que existían en el RU 1,5 millones de voluntarios en el campo del deporte. El estudio calculó que los voluntarios invertían una media de 125 horas de su tiempo al año y que la mayoría de estas horas transcurrían en clubes deportivos. El estudio de 1997 sobre los voluntarios realizado por el Institute for Volunteering reveló que el deporte es el mayor área de actividad de

voluntariado en el RU, que representa el 26% de todos los voluntarios en 1997. Esto muestra la importancia de los programas VIP a la hora de apoyar y lograr conservar a los voluntarios.

El informe Best Value sobre el deporte sugiere que el voluntariado es prioritario en la agenda política de todos los partidos debido a la contribución que puede realizar para activar la ciudadanía. El documento además añade:

Sport England se ha dedicado de forma significativa y continuada a incrementar el reconocimiento que se otorga a los trabajadores voluntarios del sector deportivo y a mejorar sus destrezas a través de sus programas «Volunteer Investment Programme (VIP)» y «Running Sport». Los voluntarios están recibiendo más apoyo a través del programa «Millenium Volunteers» de New Opportunities Fund (Best Value Through Sport 1999, p. 17).

Implicaciones y recomendaciones

Puede ser que una de las razones fundamentales por las que el gobierno reconozca la importancia del voluntariado no tenga nada que ver con el tema de la ciudadanía activa ni de la sociedad civil, sino más bien con las realidades económicas del principio de prudencia fiscal, puesto que como se afirma en el reciente informe de Active Communities sobre el sector:

...se ha calculado que la inversión de apoyo de 400 millones de libras produce un rendimiento económico en términos de producción de los voluntarios de 12.000 millones, un coeficiente de inversión de 1 a 30 (Active Community Report, noviembre de 1999, p. 23).

La pregunta que debe plantearse es si el interés actual del gobierno del New Labour por el tercer sector no es más que una medida fiscal, y no un intento real por hacer participar al sector en un debate serio sobre su razón de ser. ¿Continúa el New Labour con los temas desarrollados bajo la anterior administración conservadora como la capacitación de los individuos? ¿O más bien se está reinventando el comunitarismo bajo el disfraz de la ciudadanía y

la inclusión social y realmente tiene un impacto limitado sobre los más desfavorecidos de la sociedad?

En el sector deportivo parece haberse otorgado más urgencia al asunto de incorporar, conservar y reconocer a los voluntarios que al sector del voluntariado como un todo, y parece haberse considerado la prioridad que se otorga al asunto a nivel gubernamental como otra forma de plantear el «caso» del deporte. Las organizaciones de beneficencia que ofrecen oportunidades de ocio deben poder acceder a oportunidades de formación para los voluntarios propuestos por la recientemente formada Voluntary Sector National Training Organisation. En consecuencia, estas organizaciones deben presionar porque se tengan en consideración las «necesidades de formación» de los voluntarios de ocio y deberán tomar las medidas necesarias para obtener un mayor reconocimiento del gobierno por el importante trabajo que están llevando a cabo.

Esta investigación propone varias formas mediante las cuales el sector del voluntariado en conjunto y las organizaciones de beneficencia que ofrecen oportunidades de ocio en concreto, podrían aprender del mundo del deporte en términos de cómo gestionar, reclutar y conservar voluntarios.

Recomendaciones para las organizaciones benéficas que ofrezcan oportunidades de ocio formal a sus miembros:

- (i) Establecer un programa de formación certificado a escala nacional que se desarrolle conjuntamente con la mayor cantidad posible de diferentes actores para asegurar su propiedad.
- (ii) Establecer objetivos de equidad claros para todos sus programas que impliquen trabajo de voluntariado. Adoptando este método seguirán el camino trazado por Sport England en sus actuales iniciativas, como Active Schools, Active Communities y Active Sports.
- (iii) Garantizar que, siempre que sea posible como parte del acuerdo de estar afiliado a la organización benéfica, todos los grupos locales y regionales aseguren que sus «voluntarios de ocio» reciben la formación aprobada a escala na-

- cional. Sport England ha fomentado recientemente el tenis de mesa y está considerando seriamente convertir en condición el que sus clubes operativos garanticen que los voluntarios clave del club participan en esta formación.
- (iv) Que las organizaciones benéficas de ocio voluntario garanticen actualizaciones regulares de los tutores y responsables voluntarios, para asegurar que se mantienen al día con el pensamiento actual.
 - (v) El sector del ocio voluntario podría aprender del deporte realizando alguna investigación de «base» (cómo hizo el deporte con el estudio de 1996 de Sport England). Esta investigación otorgaría un valor monetario y temporal y por lo tanto, un valor económico al trabajo desarrollado por los voluntarios de ocio. Este informe podría actuar así como catalizador para atraer más financiación, reconocimiento e investigación al área del «ocio y voluntariado».
 - (vi) Desarrollar un programa nacional de formación de tutores que tengan la experiencia esencial y cualificaciones para ofrecer una formación de calidad a los voluntarios.
 - (vii) Considerar el establecimiento de Unidades de formación regionales (para toda su formación de voluntarios) que coordinen y administren la puesta en práctica de un programa nacional a escala regional y local.

Referencias bibliográficas

- Active Communities Unit Giving Time Getting Involved A Strategy Report by the Working Group on the Active Community November 1999.
- ANHEIER, H.K (2000) Managing Non-Profit Organisations: Towards a New Approach, Civil Society Working Paper 1, LSE, London.
- ARGYLE, M. (1996). The Social Psychology of Leisure, Penguin, London.
- BILLIS, D. and GLENNERSTER, H. (1998). Human Services and the Voluntary Sector: Towards a Theory of Comparative Advantage. *Journal of Social Policy*, 27, 79-98.
- BLAIR, T. (1998). The Third Way: New Politics for the New Century, Fabian Pamphlet 588, Fabian Society, London.
- CAMERON, A. F (1997). In Search of the Voluntary Sector: A Review Article, *Journal of Social Policy*, 26, 1, 79-88, CU.

- CHELLADURAI, P. (1999). *Human Resource Management in Sport and Recreation*, Human Kinetics, Champaign, IL.
- COALTER, F (1998). *Leisure Studies, Leisure Policy and Social Citizenship: The Failure of Welfare or the Limits of Welfare?* *Leisure Studies*, 17, 21-36, E & FN Spon.
- COALTER, F (2000). *Leisure Studies: Leisure Policy and Social Citizenship: A Response to Rosemary Deem*, *Leisure Studies*, 19, 37-44, E & FN Spon.
- DAVIS-SMITH, J, HEDLEY, R and ROCHESTER, C (eds.) *Introduction to the Voluntary Sector*, Routledge, London.
- DEAKIN, N. (1995). *The Perils of Partnership*. In I. DAVIS-SMITH, R. HEDLEY and C. ROCHESTER (eds.), *Introduction to The Voluntary Sector*, Routledge, London.
- DEAKIN, N. (2000). «Putting Narrow-Mindedness Out of Countenance»: *The UK Voluntary Sector in the New Millenium*, *Civil Society Working Paper 4*, LSE, London.
- DEKKER, P. and VAN den BROEK, A. (1998). *Civil Society in Comparative Perspective: Involvement in Voluntary Associations in North America and Western Europe*. *VOLUNTAS*, 9(1), 11-38.
- Department of Environment, transport and the Regions (1998). *Modern Local Government. In Touch with the People*, DETR, London.
- Department of National Heritage (1996). *Raising the Voltage: The Government's Response to the Deakin Commission Report*, HMSO, London.
- HALL, P. D. (1992). *Inventing the Non-Profit Sector and Essays on Philanthropy, Voluntarism and Non-Profit Organisations*, John Hopkins University Press, Baltimore.
- HARGREAVES, I (1999). *Third Way-Big IDEal or Big Deal?* *NCVO News*, March, 5-6.
- HENRY, I. (1993.). *The Politics of Leisure Policy*, MacMillan, Basingstoke.
- Home Office (1998). *Compact: Getting it Right Together*, Cm4100, The Stationery Office, London.
- Home Office (1999) *Community Resource Fund Established*, Press Release, 10.12.00, Crown Copyright.
- HOULIHAN, B (1997). *Sport Policy and Politics a comparative analysis*, Routledge, London.
- Independent Commission on the Future of The Voluntary Sector in England (1996). *Meeting the Challenge of Change*, National Council for Voluntary Organisations («The Deakin Commission Report»), London 22.

- Independent Commission on the Future of the Voluntary Sector in Scotland (1997). *Heart and Hand*, Scottish Council for Voluntary Organisations (« The Kemp Commission Report»), Edinburgh.
- JOHNSON, G. & SCHOLLES, K. (1999). *Exploring Corporate Strategy*, Prentice Hall, London.
- JOHNSON, N. (1987). *The Welfare State in Transition: the Theory and Practice of Welfare Pluralism*, UMP, Massachusetts.
- JOHNSON, N., JENKINSON, S., KENDALL, I., BRADSHAW, Y. and BLACKMORE, M. (1998) *Regulating For Quality in the Voluntary Sector*, *Journal of Social Policy*, 27, 3, 307-328, CUP.
- KENDALL, J (2000). *The Mainstreaming of the Third Sector into Public Policy in England in the late 1990's: Whys and Wherefores*, Civil Society Working Paper 2, LSE, London.
- KENDALL, J. and KNAPP, M. (1996). *The Voluntary Sector in the UK*, Manchester University Press, Manchester.
- Labour Party (1997). *Building the Future Together*, The Labour Party, London.
- MORRIS, S. (2000). *Defining the Non-Profit Sector: Some Lessons From History*, Civil Society Working Paper 3, LSE, London.
- NICHOLS, G. & KING, L. (1999) *Redefining the Recruitment Niche for the Guide Association in the United Kingdom*, *Leisure Sciences*, 21:307-320, 1999.
- PUTNAM, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton.
- RAVENSCROFT, N. (1996). *Leisure, Consumerism and Active Citizenship in the UK*, *Managing Leisure* 1, 163-174.
- Research Unit for the Study of Civil Society www.ss.ucalgary.ca/ss/Research/RUSCS.htm
- SALAMON, L.M. and ANHEIER, H.K (1997). *Defining the Non-profit Sector: A Cross-National Analysis*, Manchester University Press, Manchester.
- SHIVERS, J.S and deLISLE, L.J (1997). *The Story of Leisure, Human Kinetics*, Champaign, IL.
- Sport England (1998/1999) *Annual Report*, Sport England, London.
- Sport England (1999) *Best Value Through Sport*, Sport England, London.
- Sport England (1999) *Volunteer Investment Programme and Running Sport Pack*, Sport England, London.
- TORKILDSEN, G. (1999) *Leisure and Recreation Management*, E & FN Spon London.
- WHELAN, R. (1996). *The Corruption of Charity: From Moral Renewal to Contract Culture*, IEA.

Health and Welfare Unit, London
www.vols.org.uk/ncv/html/summary1.htm
www.ncvo-vol.org.uk/main/about/does/vsnto.html)

El voluntariado dentro de la empresa. El caso de Servicios Sociales Integrados S. Coop.

Marta Enciso Santocildes, Universidad de Deusto

Abstract

De unos años a esta parte se viene observando una eclosión del voluntariado. Jóvenes, la Iglesia, asociaciones y fundaciones de diverso carácter, organizaciones internacionales jubilados o prejubilados, entre otros, dedican su tiempo y sus esfuerzos, movidos por ideologías de diverso tipo. Por su parte las administraciones públicas apoyan estas actividades tanto aportando financiación como definición y cobertura legal. Los campos de actividad de la acción del voluntariado son tantos como áreas de necesidad: ayuda al desarrollo, sanidad, tercera edad, colectivos marginados, infancia.... Se forma de esta manera un entramado social rico y participativo. Dentro de este contexto general cabe preguntarse cuál es el papel de las empresas, es decir, si la empresa debe dedicar parte de recursos económicos y/o personales a apoyar las acciones de voluntariado, si se debe a un compromiso empresarial o a una tendencia de moda que puede incrementar su volumen de negocio. Son cuestiones candentes que merecen cierta reflexión y análisis. El objeto de esta comunicación, será el análisis de un caso concreto: SERVI-

CIOS SOCIALES INTEGRADOS (SSI), entidad cooperativa del ámbito de los servicios sociales, que desarrolla un programa de voluntariado llevado a cabo por socias y trabajadoras. Además de describir cómo está articulada esta actividad desde un punto de vista legal, y organizativo, así como el tipo de actividades que se desarrollan, se hará una muy especial mención a los principios y valores que sustentan esta acción.

Considero necesario para enmarcar esta comunicación hacer previamente una referencia a otra cuestión más general, que no es otra que los aspectos sociales de la empresa. ¿Cuál debe ser el grado de involucración, de participación de la empresa en cuestiones sociales? ¿Su función se circunscribe a la creación de empleo y riqueza, que no es poco? O hay algo más ¿cuál es ese plus? ¿o es un alius?. ¿debemos considerar que deben participar en actividades de interés general al igual que otros agentes sociales?

Parece una tendencia ya consolidada por parte de las empresas de hacer gala de los aspectos extraeconómicos de la misma. Se observa cómo cada vez más empresas elaboran una declaración de misión, un ideario ético, se comprometen con alguna causa, redactan balances sociales o hacen referencia a estas cuestiones en su memoria anual o basan en ellas su publicidad. Podemos encontrar cada vez más ejemplos de empresas que se convierten en mecenas de actos culturales o deportivos (más del 80% de las grandes empresas españolas), apoyan su entorno socio cultural, e inciden en cuestiones sociales de muy diverso tipo. Todas estas acciones se deben enmarcar dentro de la categoría de *acción social empresarial*, en la que se desarrollan acciones consistentes en la dedicación de recursos humanos técnicos o financieros en proyectos de interés social en el entorno de la empresa mediante colaboración con entidades sin ánimo de lucro.

Yendo incluso más lejos algunas empresas cifran su éxito en aspectos extraeconómicos. Así p. ej. en IBM, por citar un caso, creen que para que cualquier empresa tenga éxito debe tener un conjunto de principios en los que basar su políticas y acciones, a los que se adhiere fielmente. En MRW, por su parte, opinan que sólo las empresas éticas subsistirán en el futuro.

Pero esta tendencia va más allá. Se han creado «productos» relacionados como por ejemplo los llamados *Fondos de inversión éti-*

cos, que se comprometen a invertir el dinero que aporta el ahorrador con criterios de selección moral como por ejemplo en empresas que respeten el medio ambiente, no sean fabricantes de armamento, no usen mano de obra infantil, experimenten con animales, etc.etc. Asimismo se ha creado un sello para certificar los programas de márketing con causa de las empresa¹, proliferan los premios a empresas y empresario por sus actividades sociales, y se ha creado una fundación con el objetivo de aumantal cualitativa y cuantitativamente la acción social empresarial², por citar cuestiones relacionadas con la cuestión que nos ocupa.

Parece que la empresa actual busca algo más que obtener beneficios, no sólo se persigue la eficiencia económica. El sistema económico capitalista puro se ha visto que no funciona, que produce desequilibrios, por lo que las propias empresas deben aceptar su parte de responsabilidad en recuperar el equilibrio social perdido. Con ello no quiere decirse que la creación de empleo y riqueza no sea ya en sí un logro social, sino que hay que matizarlo, incidiendo en cuestiones como calidad en el empleo, salarios justos, condiciones laborales adecuadas, participación de los trabajadores, reparto y aplicación de los beneficios obtenidos. Pero no sólo. El grado de compromiso social de la empresa debe ser más intenso y más extenso, puesto que las empresas, como cualquier otro agente social, deben participar en la resolución de las cuestiones y problemas sociales.

Esta situación supone un cambio de concepción esencial, que se ha tenido lugar en los últimos años. Efectivamente, se ha producido una evolución en la consideración de la responsabilidad de la empresa desde crear la máxima riqueza para los accionistas hasta la teoría del «contrato social» en la que empresa forma parte de la sociedad y por tanto está sujeta a sus demandas. Hoy se entiende que la empresa encuentra su legitimidad en la consecución del bien común, aquello que contribuye al desarrollo humano. Se toma en con-

¹ Efectivamente, este sello está otorgado por la Fundación Empresa Sociedad y recibe el nombre de Acción Solidaria. Se otorga a aquellas entidades que realizan este tipo de actividades y cumplen los siguientes cinco criterios: coherencia, compromiso, comunicación, código de conducta y calidad en la gestión.

² Nos estamos refiriendo a la Fundación Empresa Sociedad creada en 1995.

sideración no ya sólo la dimensión jurídica o la económica, sino también la social. La actividad económica, tanto directa como indirecta, presenta también consecuencias sociales que, si bien no constituirá su responsabilidad primaria, la empresa no puede soslayar.

En otro orden de cosas, se está produciendo una cierta «presión social» para que la empresa asuma funciones sociales. Por un lado, los trabajadores necesitan enriquecerse personalmente, satisfacer necesidades superiores a través de su trabajo (*El hambre grande frente al hambre pequeña*), por lo que se adhieren mejor a un proyecto empresarial basado en motivaciones de alto contenido y no meramente económicas. De hecho se han creado Comités Solidarios dentro de algunas empresas, y muchas de las iniciativas parten de los propios trabajadores.

Por otro lado, los consumidores aprecian estas tendencias de las empresas *recompensándoles* con la adquisición de su servicio o producto. De hecho están dispuestos a pagar un precio más superior, entre un 5 y un 10% por un producto comprometido con unos valores de orden superior. De hecho, en una encuesta realizada por la revista *Consumer* más de la mitad (55%) de las 2500 personas encuestadas entendían que todas las empresas debían contribuir a mejorar el entorno social y natural que las rodea. Tan es así que los consumidores directamente o a través de grupos y organizaciones, ejercen una auténtica presión directa sobre las grandes marcas y sus productos, que están obligando a las empresa a reaccionar³.

Dentro de este contexto, vemos que esta responsabilidad se canaliza de diferentes maneras. Por un lado, en relación a la calidad de sus productos, la relación con sus trabajadores, mayor consideración hacia el medio ambiente, etc. etc. Pero también en otros aspectos más alejados de su objeto mercantil. Efectivamente, se constata la existencia de cada vez más relaciones entre las empresas y organizaciones no lucrativas que promueven acciones de interés general. Parece que es a través de éstas en que la empresa encauza gran parte de su acción social. Las fórmulas tradicionales de

³ Así por ejemplo, podemos hacer referencia a las presiones sufridas por grandes multinacionales como Nike, Reebok, Shell, BHP por cuestiones relativas a la protección del medio ambiente o la utilización de mano de obra infantil, que les ha obligado a tomar medidas y autorregular su sistema de producción.

colaboración han sido diversas, normalmente apoyando financieramente iniciativas de ONGs, a través de diversas fórmulas como p. ej. porcentaje de beneficios o ventas o cancelación de ciertos gastos, porcentaje de sueldos de los trabajadores, que la empresa iguala o incluso duplica. En ocasiones no se trata de una aportación monetaria directa sino la prestación de un servicio sin coste, entregas de sus productos, cesión de equipamientos, adquisición de productos de una ONG (caso de las felicitaciones navideñas), esponsorización de actos o publicaciones, compra de espacios publicitarios en revistas de la ONG..... Las fórmulas son variadísimas..

A este respecto se puede hacer una pequeña reflexión, tanto en relación a las empresas como a las Organizaciones No Gubernamentales que reciben este apoyo. En cuanto a las primeras, todas estas acciones pueden llevarnos a pensar, sobre todo si forman parte de la campaña promocional de la empresa, si se trata de la aplicación del principio de que «la ética vende», si se trata de una estrategia empresarial que diferencia y mejora la imagen de la marca, le da notoriedad, capta nuevos clientes y los fideliza..... Tan es así que existen consultores especializados en márketing social o con causa, que ha adquirido carácter de categoría dentro del márketing⁴.

En cuanto a las Organizaciones no Gubernamentales ¿el fin justifica los medios? Se plantea la situación de si esta colaboración y el posible uso marketiniano por parte de las empresas es positivo o negativo, si dado el fin se deben aceptar los fondos vengan de donde vengan, si supone algún cambio, limitación o pérdida de sus principios o identidad propia. Evidentemente también se producen efectos positivos, como p. ej. dar a conocer sus causas o proyectos, obtención de nuevas fuentes de financiación, mayor independencia respecto de las administraciones públicas.

Se trata de una cuestión compleja y no se pueda dar respuesta en unas breves líneas. Respecto de la empresa, la clave sería la fun-

⁴ El Márketing Con Causa, también llamado por algunos Márketing Social Corporativo (Kotler) es una variedad del Márketing Social. A través de él las empresas apoyan proyectos de ONGs para que los clientes las asocien a unos valores reconocidos socialmente y considerados positivos por los clientes. En un sentido restringido Márketing Con Causa es la realización de promociones a través de una causa de interés social.

damentación de estas acciones en un conjunto coherente de valores y principios, unos comportamientos éticos y un compromiso con la sociedad más global. Evidentemente no tiene sentido dedicar un porcentaje de beneficios para la ayuda al tercer mundo cuando se utilizan trabajadores de países en vías de desarrollo con un salario muy bajo o se usa mano de obra infantil. De la misma forma que se debe ser coherente con el proyecto elegido de forma que combine con el producto que fabrica o el servicio que presta. En relación a las ONGs, se debe delimitar su ámbito de colaboración con las empresas, estableciendo límites éticos. (caso Tabacalera, cuyos fondos provenientes por la campaña 0,7, no son aceptados por las ONGs) o en relación a las propias ONGs, quienes tienen códigos éticos de aceptación de fondos caso de la Asamblea General de ONGs, en general, o en particular Amnistía Internacional, Intermom, o Unicef, por citar algunos ejemplos. De la misma forma que tampoco deben usarse estas campañas con otros fines, (caso de Gafas para el tercer Mundo y su presunto uso para obtener direcciones particulares) Estas colaboraciones en sí no tienen que resultar necesariamente negativas, más bien al contrario pueden ser enriquecedoras y positivas para ambas partes.

En estas relaciones entre voluntariado y empresa quizá sean menos frecuentes las actuaciones de voluntariado, es decir, actividades de interés general de carácter altruista, solidario, libre, gratuito..., y que además esté promovida por la misma empresa, y con un cierto grado de institucionalización, desarrollándose en el marco de la propia empresa. Sí encontramos algún caso como por ejemplo el caso de telefónica en que trabajadores se ofrecen voluntarios para atender las líneas en casos de catástrofes, o la ONG «Mano a Mano», en el seno de Iberia.

En relación a la acción del voluntariado dentro de la empresa, me gustaría hacer referencia al caso de Servicios Sociales Integrados (SSI) Sociedad Cooperativa en cuyo seno encontramos un grupo de socias trabajadoras involucradas en un proyecto de voluntariado. En primer lugar se hará una breve referencia a la empresa en sí, a su objeto social. A continuación se describirá el marco conceptual de valores y principios en que se fundamenta toda su acción, tanto los propios de una entidad cooperativa, como los específicos que la propia empresa ha determinado. Para finalizar se describirá cómo se lleva a cabo su labor de voluntariado.

Servicios Sociales Integrados (SSI), es una empresa cooperativa constituida en 1987 a iniciativa de 35 promotoras provenientes del colectivo de trabajadoras de ayuda a domicilio del Ayuntamiento de Bilbao, quien de algún modo propició la iniciativa, ganando en 1989 el concurso para prestar dicho servicio de ayuda a domicilio. En dos años el número de socias trabajadoras creció hasta 225, y hoy cuentan con 450 socias y más de 90 personas para sustituciones y vacaciones. En su ámbito de actividad atienden 2500 hogares, es decir, unos 3900 usuarios, del municipio de Bilbao.

Su tarea como empresa es gestionar la ayuda en el domicilio contribuyendo al desarrollo del servicio de Ayuda a Domicilio desde las orientaciones y la planificación que del servicio realiza el área de Bienestar Social del Ayuntamiento. Su objetivo es prestar un servicio, de por sí complejo, de carácter multidisciplinar, con un fin preventivo y rehabilitador, un servicio específico atendiendo a las necesidades del usuario y otros grupos destinatarios, y de una forma planificada y organizada.

Sus programas van dirigidos a ancianos y personas incapacitadas, con el objetivo de mejorar la autonomía personal y condiciones higiénicas del usuario, retrasando o previniendo los internamientos prematuros en instituciones. Sus programas se han ido ampliando con el tiempo, nuevos servicios de atención domiciliaria (intensiva, personas dadas de alta en hospitales), servicios a menores o familias, familias monoparentales, viajes, excusiones de día, unidad de convalecencia...Se están planteando ampliar su servicio a nuevos colectivos con necesidades, como personas con Sida, Alzheimer, transtornos mentales, minorías étnicas..... Pero también se ha ampliado el concepto de Servicio de ayuda a Domicilio, del más tradicional o *básico* al *complementario* en que se incluye el servicio de telealarma, viajes, actividades socio-culturales, comidas a domicilio, y los programas de voluntariado.

Al tratarse de una entidad cooperativa, existen unos valores y unos principios consustanciales a la misma, que forman parte de su naturaleza. Pero además, esta empresa los ha concretado en unos valores específicos, una declaración de misión, y en base a ello unas líneas estratégicas, que la configuran como entidad específica.

Efectivamente, una empresa cooperativa está fundamentada en un sistema de valores centrales y unos principios de contenido

esencial, que definen y orientan la vida y actividad de la cooperativa. Estos, junto con una definición de lo que es una cooperativa, forman lo que se conoce por *Identidad Cooperativa*, cuya redacción actual data de 1995.

DEFINICION: Una Cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.

VALORES: Las cooperativas se basan en los valores de autoayuda, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social.

LOS PRINCIPIOS: constituyen las pautas mediante las que las cooperativas ponen en práctica y reflejan sus valores. Son unas directrices en la toma de decisiones en la cooperativa. Actualmente están identificados y definidos siete principios:

1. *Adhesión voluntaria y abierta.* Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios, dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.
2. *Gestión democrática por parte de los socios.* Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar y gestionar la cooperativa son responsables ante los socios. En las cooperativas de primer grado, los socios tienen iguales derechos de voto (un socio, un voto), y las cooperativas de otros grados están también organizadas de forma democrática.
3. *Participación Económica de los socios.* Los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Normalmente reciben una compensación, si la hay, limitada sobre el capital entregado como condición para ser socio. Los socios asignan los excedentes para todos o alguno de los siguientes fines: el de-

- sarrollo de su cooperativa; el beneficio de los socios en proporción a sus operaciones con la cooperativa; y el apoyo de otras actividades aprobadas por los socios.
4. *Autonomía e Independencia.* Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda, gestionadas por sus socios. Si firman acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si consiguen capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan su autonomía cooperativa.
 5. *Educación, formación e información.* Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de las cooperativas. Informan al gran público, especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.
 6. *Cooperación entre cooperativas.* Las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen al movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales regionales e internacionales.
 7. *Interés por la comunidad.* Al mismo tiempo que se centran en las necesidades y los deseos de los socios las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades.

En el caso de Servicios Sociales Integrados, además se han establecido unos valores esenciales que le son propios, tales como satisfacción del cliente, mejora continua del servicio, profesionalidad, solidaridad, compromiso social, responsabilidad compartida, las personas como centro o el cooperativismo. Han elaborado asimismo una declaración de misión, en su doble vertiente, exterior e interior. En base a todo ello se ha fijado unos objetivos como puede ser la diversificación del producto, avance hacia la calidad total, creación de empleo, promoción de las personas y prestigio de su imagen y de la economía social.

Estas ideas se reflejan no solo en el servicio de voluntariado que prestan sino en otras cuestiones como solidaridad interna en el trabajo (creación de otra cooperativa paracomplementar el salario

de las socias que lo necesiten), acciones formativas a otras cooperativas más pequeñas o de colectivos menos favorecidos, sistema de reservas contables, apuesta por el empleo estable y de calidad, importantes inversiones en formación, sistema de gestión participativo y democrático, colaboración con entidades similares, promoción y dignificación de la asistente a domicilio, su trabajo y los servicios sociales o las promoción de las cooperativas de iniciativa social.... Se refleja en un modo de hacer concreto, en una cultura que define a esta empresa.

Esta tarea de voluntariado dentro de esta empresa se encuentra directamente relacionada con su sistema de valores, especialmente con el compromiso social de la empresa y la solidaridad. Efectivamente, desde SSI entienden que la actividad de la empresa transcende al entorno inmediato, con lo que a través de sus actuaciones tienen la capacidad de modificar el entorno de los usuarios. Asimismo reiteran su compromiso con el entorno en su declaración de misión en la que asumen la creación de empleo, el reparto del trabajo, la innovación, el desarrollo de nuevos servicios y la integración del voluntariado como aplicaciones concretas de dicho compromiso. Por ello, dentro de sus líneas estratégicas incorporan el voluntariado al desarrollo del servicio. Por ello, todos los servicios que se prestan están interconectados entre sí y se complementan, incluyendo la tarea de voluntariado.

La idea en SSI surgió hace dos años en paralelo con la implantación de un nuevo servicio: una centro de convalecencia. Esta unidad se creó con el fin de que usuarios del servicio de ayuda domiciliaria tras una operación, ingreso hospitalario, agravamiento de su enfermedad, reuquerían un servicio durante las 24 horas del día y de forma más integral y específica: intervención de médicos, enfermeras, rehabilitadores... El objetivo de la permanencia en este centro es la recuperación de su autonomía con el fin de que vuelva a su hogar y en todo caso evitar ingresos en Instituciones o la no recuperación de dicha autonomía por carecer de este tipo de servicios.

Las trabajadoras del centro percibieron la existencia de necesidades y unos problemas o carencias, menos medibles, de ocio, conversación, acompañamiento, transmisión de afecto, que excedían los de aseo, alimentación o cuidados relacionados con la salud. Se trata realmente de actividades de acompañamiento y animación,

cuyo desarrollo en la unidad se encontraba delimitado, por un lado, por las limitaciones lógicas de tiempo disponible, y por otro la imposibilidad de contratar a personas que lo llevaran a cabo.

En primer lugar se produjo una transmisión del proyecto a nivel interno con el fin de darlo a conocer y pedir colaboraciones de otras socias trabajadoras. Esta transmisión tuvo lugar en una Asamblea General en la que se indicó el tipo de actividades a desarrollar, dónde se llevaría a cabo, con que carácter... y despertó un cierto interés. Así y todo, organizar esta tarea no resultaba sencilla, las voluntarias eran mujeres que además de su trabajo sumaban el trabajo en su hogar y otras reuniones y tareas dentro de la cooperativa. Por su parte, la empresa presta un total apoyo a esta iniciativa, de forma que corre con los gastos que puedan producirse (p. ej. Formación) y apoya las tareas de promoción, no sólo dando cuenta de las actividades en las Asambleas, sino a través de una revista interna en la que difunden sus actividades.

Al principio se comenzó con una organización muy sencilla, celebrándose reuniones periódicas del grupo estable, formado por unas nueve personas. Consideraban importante reunirse, intercambiar opiniones, participar de esta dinámica de grupo, comentar problemas, nuevas ideas, etc.etc. Tras un tiempo de funcionamiento se han creado a su vez tres grupos de trabajo: de captación, acogida y formación. En cuanto al primero se encarga de determinar el perfil tanto del usuario como del voluntario y sus necesidades respectivas. El grupo de acogida organiza una serie sucesiva de entrevistas (hasta un total de tres) con el candidato, con el fin de informarle sobre el proyecto e introducirle dentro del grupo y de la unidad de convalecencia. En cuanto a la formación, además de la que se pueda prestar a nivel interno las voluntarias reciben formación adicional de EDE.

En cuanto al perfil del voluntario, no sólo se encuentra abierto a las trabajadoras de SSI sino que se oferta la posibilidad de colaborar a cualquier interesado/a, puesto que se encuentran inscritos en ALDE. Buscan una persona cariñosa, paciente, comprensiva, más que con específicos conocimientos técnicos. Piden también un compromiso de la persona de forma que indique los días y horas en que está dispuesto a colaborar con el fin de poder organizar las diferentes actividades. Así y todo, cabe destacar que la mayoría de las personas participantes en este programa tiene ya experiencia en otras actividades de voluntariado.

En cuanto a las tareas que desarrollan resultan sencillas, de animación y acompañamiento. Por citar algunas actividades concretas puede ser jugar a cartas u otros juegos de grupo, dar conversación, crear un clima agradable, organizar sesiones de espectáculos con otros grupos de voluntarios, ir de compras, tomar un café, pasear, ir a misa...etc.etc. El objetivo es cambiar su día a día, su rutina. Se trata de tareas que en ningún caso coliden con las de los profesionales médicos o de otros profesionales involucrados. Se han planteado otra serie de tareas como por ejemplo excursiones en grupo a lugares cercanos o talleres, aunque estos últimos no se han desarrollado porque su estancia en el centro suele ser corta.

Sobre el futuro de este grupo, en este momento se encuentra en un momento de reflexión interno. Por un lado, la conveniencia o no de extender estas labores de voluntariado a los otros servicios que prestan, donde también han detectado que existen similares necesidades. Ello implicaría la creación de una Asociación sin ánimo de lucro dedicada al tercera edad, lo que aumentaría la responsabilidad y el grado de implicación, así como abrir aún más a terceros externos a SSI para una mayor colaboración. Lo cierto es que se encuentran evaluando esta experiencia y con un cierto temor a precipitarse y fracasar en otro proyecto más ambicioso.

Cabe concluir que la empresa, independientemente de su tipo societario tiene, sin lugar a dudas una responsabilidad social, al igual que cualquier otro agente social. Cada empresa deberá determinar cómo desarrolla su acción social. El tandem empresa-voluntariado, en las diferentes formas en que puede desarrollarse es en sí mismo positivo. A pesar de ello, resulta esencial establecer límites éticos a esta relación y que en cualquier caso se encuentre fundamentado en un conjunto de valores y principios sinceros, sentidos, coherentes, un auténtico compromiso social.

Referencias Bibliográficas

GARCÍA IZQUIERDO, B., *El valor de compartir Beneficios, las ONGD y el marketing con causa: retos y oportunidades*, Bilbao, Instituto de Derechos Humanos de la Universidad de Deusto, 2000.

- PASTOR, A., et al, *La aportación de la empresa a la sociedad*, Barcelona, Folio, 1997.
- WATSON, T.W. Jr., *Las ideas que contribuyeron a formar IBM*, Madrid, McGraw Hill, 1992.
- RENES, V., et al., *El voluntariado social*, Madrid, CCS, 1994.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, E., *Responsabilidad social y balance social de la empresa*, Madrid, fundación Mapfre, 1982.
- GRAY, R., et al., *Corporate Social reporting*, London, Prentice Hall, 1987.
- GUARDIA MASSÓ, R., *El beneficio de compartir valores. Márketing Social Corporativo, una nueva estrategia para diferenciar las marcas*, Bilbao, Deusto, 1998.
- Ley 6/96 de 15 de Enero de voluntariado, (BOE n.º 15 de 17 de enero de 1996)
- Ley 17/1998 de 25 de junio, del voluntariado. (Boletín Oficial del País Vasco n.º 130 de 13 de julio de 1998)
- VELLOSO DE SANTISTEBAN, A., *Guía crítica del voluntariado en España*, Madrid, Espasa Calpe, 1999.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ed.), «Declaracion de la Alianza Cooperativa internacional sobre la identidad cooperativa» en *XXXI ICA Congress Manchester 1995, Agenda & Reports*, Geneva, 1995.
- PORTELA CAMINO, J.A., «Gasfas para el Tercer Mundo», *El Correo*, 9 de abril de 2000.
- SALA, L., «Márketing con Causa», *El Correo*, 8 de octubre de 1999.
- BEN-NER, A. & PUTTERMAN, L., «Valores e Instituciones en el análisis Económico» en *Revista de la Economía Pública, Social y Cooperativa*, Ciriec-España, n.º 33, Diciembre de 1999, pp. 45 ss.
- «La Coordinadora de Ong rechaza los fondos de la Campaña “For 0,7”», *El Mundo*, 8 de abril de 2000.
- OREGUI, P., «Invertir en Fondos «buenos»», *El País*, 18 de julio de 1999.
- ONTIVEROS, E., «Rentabilidad y Moral», *El País*, 15 de agosto de 1999.
- ANDRADE, M., «Ayuda solidaria para Competir», *El País*, 14 de mayo de 2000.
- GUITIÁN, B.R., «Lluvia de Zapatillas defectuosos», *El Mundo*, 18 de febrero de 2000.
- DÍAZ, P., «Las Marcas se arrepienten», *El Semanal*, 16 de abril de 2000.
- LORENZO, A., «González Serna y Benavent, empresarios éticos del año», *La Gaceta del Jueves*, 13 de enero de 2000.
- «La Acción social es ya una herramienta humanitaria de gestión empresarial», *Cinco días*, 16 de junio de 1999.
- MOLINER TENA, M.A., «Don Quijote y Sancho Panza», *Actualidad Económica*, Guía de Márketing, n.º espec., 1999.

- «Telefónica destinará el importe de los regalos navideños a obras sociales», *El Mundo*, 24 de diciembre de 1998.
- CANCELO, A., «Trabajo y responsabilidad Social», *El Correo*, 27 de noviembre de 1999.
- ALEGRE, M.J., «Acción social con beneficios», *El Correo*, 6 de julio de 1999.
- «Líderes en Solidaridad», *Actualidad Económica*, n.º 2144, del 26/07 al 1/08 de 1999.

El programa Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla

María Colomer Rosa

Los Cicerones Voluntarios son ciudadanos mayores de 16 años que, de forma altruista y solidaria dedican parte de su tiempo libre a colaborar en un programa único, permanente y multidisciplinar perteneciente en la actualidad al Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla.

Surgen como colectivo organizado en 1992, con motivo de la Exposición Universal de Sevilla, y con la misión principal de colaborar en un programa de acogida a los visitantes que llegaban a Sevilla, desarrollando funciones generales de información, vigilancia y animación en muy diversos lugares de la Ciudad. Durante este gran evento, los Cicerones fueron los genuinos anfitriones de la ciudad, representando el rostro personalizado de Sevilla, sus tradiciones y su ambiente. Tras una brillante y reconocida labor durante los meses de la Expo, el programa se da por finalizado al terminar la Muestra, resistiéndose muchos de sus casi 4000 integrantes a abandonar su condición de Cicerones. Un pequeño grupo de ellos sigue reuniéndose, se organiza y hace llegar sus demandas a la Administración Local. Esta, finalmente, decide continuar con nuevas acciones voluntarias consistentes sobre todo en la prestación desin-

teresada de servicios culturales y turísticos, manteniendo el programa bajo la tutela de las Areas de Juventud y Participación Ciudadana sucesivamente. En 1996, el Programa Cicerones Voluntarios pasa a formar parte del Instituto de Deportes, debido en parte a las necesidades de colaboración voluntaria que generaba una agenda de actividades deportivas cada vez más extensa y con movilización de un mayor número de ciudadanos, incrementándose estas necesidades con la frecuente celebración de eventos deportivos de carácter internacional constituyendo un apoyo insustituible en la materialización del proyecto «Sevilla Ciudad del Deporte».

- En la actualidad, 900 Cicerones Voluntarios cuyas edades oscilan entre los 16 y los 85 años, participan de forma libre, altruista y solidaria en muy diversas tareas. Responden a diferentes perfiles formativos y sus preferencias en cuanto a actividades también son distintas. Las principales funciones que realizan los voluntarios del Instituto de Deportes son las siguientes:
- Servir de apoyo en la organización y ejecución de las actividades deportivas del propio Instituto de Deportes, tanto de base o de participación popular (atención a deportistas o público con/sin idiomas, ayudantes de jueces y/o oficiales en competición, controles kilométricos y avituallamiento en carreras, indicación de accesos a instalaciones o circuitos, etc.) como de alta competición. Su labor en las estas últimas se desarrolla dentro de las diversas áreas en las que se estructura la organización: competición, logística (alojamientos y transportes), instalaciones, servicios médicos, protocolo, atención a los medios, etc. Además, en aquellas actividades deportivas en que se solicita la colaboración del Instituto de Deportes, los Cicerones Voluntarios participan activamente en muy diversas tareas, cuidando en todo momento el Instituto de Deportes de que sean respetados sus derechos y deberes por parte de la entidad organizadora, sea Federación, Asociación Deportiva/Club o similar.
- Conducir visitas culturales por la ciudad y sus monumentos más emblemáticos, exclusivamente a aquellos grupos concertados de entidades sin ánimo de lucro que no pueden fi-

nanciar los servicios de un guía profesional (escolares, centros de tercera edad, asociaciones culturales y deportivas, entre otras).

- Ofrecer información gratuita en cuatro puntos céntricos a cuantos sevillanos y visitantes lo solicitan: localización de calles e itinerarios, museos y monumentos, transportes, alojamientos, cartelera de cine, farmacias de guardia, fiestas especiales (Semana Santa, Feria, Corpus), y una gran variedad de información de todo tipo que se complementa con la entrega gratuita de folletos y planos.
- Colaborar en tareas solidarias como campañas de sensibilización, Cabalgata de Reyes, recogida de alimentos con fines humanitarios, atención a disminuidos, exposiciones de temática infantil y juvenil, etc.

Debido precisamente a este carácter siempre multidisciplinar y las distintas formas de gestión por las que ha ido pasando, este programa de voluntariado se encuentra actualmente en fase de reorganización. Depende de la Sección de Formación Deportiva del Instituto de Deportes y cuenta con un coordinador y dos ayudantes que gestionan fundamentalmente; la realización de prestaciones y el contacto con los voluntarios. Las principales innovaciones que se están llevando a cabo durante el año 2000 consisten en:

Elaboración de un Reglamento que establece la normativa básica de funcionamiento del Programa Cicerones Voluntarios, las formas de acceso y desvinculación de sus integrantes, sus derechos y deberes. Se establece en él un compromiso por escrito entre el voluntario y el Instituto de Deportes, en el que se expresan las obligaciones a cumplir por ambas partes por un período determinado.

Diseño de un ambicioso programa de formación, general y específica, que ponemos en marcha progresivamente a partir del mes de Mayo. El módulo de formación general, indispensable para obtener la acreditación de Cicerone, consta de 5 horas en las que se imparten contenidos básicos de Voluntariado, estructura y funcionamiento del Instituto de Deportes, Prevención de Riesgos y Primeros Auxilios, elementos de Cultura e Historia más importantes en Sevilla. Los módulos de formación específica son elegidos libremente por el voluntario en función de sus preferencias y las actividades que más

asiduamente realiza. Se han planificado entre otros, para este año, cursos de inglés básico de atención al usuario de servicios turísticos, pautas de actuación en un Punto de Información, metodología didáctica para enseñar un monumento, realización de itinerarios culturales por Sevilla, actividades de orientación en Parques urbanos y especialización de voluntarios en servicios médicos.

Mejora sustancial de la efectividad en las vías de comunicación con los voluntarios, hasta este momento basadas casi exclusivamente en el teléfono y el contacto personal en la Oficina de Cicerones Voluntarios. Se está elaborando una página Web, que se mantendrá permanente mente actualizada con las demandas más próximas de colaboración. Los voluntarios tienen además, desde el mes de Mayo, una revista trimestral elaborada por ellos y dirigida exclusivamente a todos los Cicerones Voluntarios. Se está también potenciando el empleo del correo electrónico y convencional (mailing) como vías de comunicación habitual.

Depuración de la base de datos de voluntarios, que cuenta en la actualidad con algo más de 900 registros, incorporando definitivamente a aquellos Cicerones que realicen el curso de formación general y firmen el acuerdo de incorporación al programa durante el año 2000. El resto de voluntarios serán dados de baja; a partir de esta actualización se realizarán dos campañas de captación dirigidas a ampliar el número de voluntarios deportivos y, sobre todo, culturales por el reducido número de ellos con que se cuenta actualmente. Se pondrá especial énfasis en captar voluntarios de mayor edad, que en numerosos casos disponen de interés, tiempo y formación suficientes para participar en actividades culturales y turísticas.

Mejora de la imagen identificativa del Voluntariado del Instituto de deportes: nuevos uniformes, acreditación con foto colocada siempre en lugar visible.

Desarrollo de actividades que propicien la dinamización del colectivo de voluntarios y fomentar el conocimiento y las relaciones interpersonales entre sus miembros: una excursión anual a la sierra, celebración del Día Internacional del Voluntariado, reuniones quincenales y talleres formativos propuestos y desarrollados por los mismos voluntarios.

NOTA: Se adjunta, como información sobre el programa, el texto completo de su Reglamento.

REGLAMENTO DE CICERONES VOLUNTARIOS DEL INSTITUTO DE DEPORTES DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

INDICE

TITULO PRIMERO: **Disposiciones generales**

Artículo 1.º: Objeto y ámbito de aplicación.

Artículo 2.º: Concepto y denominación del voluntario.

Artículo 3.º: Principios básicos de la actuación del voluntariado.

TITULO SEGUNDO: **Contenido de la colaboración voluntaria**

Artículo 4.º: De los Cicerones Voluntarios de Sevilla.

TITULO TERCERO: **Procedimientos de incorporación del voluntariado en el Instituto de Deportes**

Artículo 5.º: Solicitud de Incorporación.

Artículo 6.º: Sesión de Bienvenida.

Artículo 7.º: Admisión y Formación de los Cicerones Voluntarios.

TITULO CUARTO: **Obligaciones del Instituto de Deportes en el desarrollo de los programas en que participen cicerones voluntarios**

Artículo 8.º: Obligaciones del Instituto de Deportes.

TITULO QUINTO: **Promoción y organización de los cicerones voluntarios**

Artículo 9.º: Captación y Formación de los Cicerones Voluntarios.

Artículo 10.º: Seguimiento de las actividades de los Cicerones Voluntarios.

Artículo 11.º: Colaboración del Instituto de Deportes con Entidades a través del programa Cicerones Voluntarios.

TITULO SEXTO: **Causas y formas de desvinculación entre el Instituto de Deportes y el cicerone voluntario**

Artículo 12.º: Pérdida de la condición de Cicerone Voluntario.

Artículo 13.º: Desvinculación entre el Instituto de Deportes y el Cicerone Voluntario.

ANEXO 1: Acuerdo de Incorporación del Voluntario al Programa «Cicerones Voluntarios» del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla

Exposición de motivos

La Constitución Española en su artículo 9.2 y el Estatuto de Autonomía para Andalucía en el artículo 12.1 recogen la obligación de los poderes públicos en general y de la Comunidad Andaluza en particular de facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social, como manifestación de la solidaridad ciudadana en beneficio de la comunidad.

El Voluntariado se revela como uno de los instrumentos canalizadores de esa participación a través de la colaboración libre y desinteresada de los ciudadanos en la prestación de distintos servicios acordes a los intereses generales.

La Ley 6/1996 de 15 de Enero, así como el Anteproyecto de Ley del Voluntariado en Andalucía reconocen la necesidad de fomentar un movimiento voluntario independiente, autónomo y vigoroso para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. En ellas queda superado el concepto restringido de voluntario, asimilado con frecuencia a lo puramente asistencial, para dar cabida también al resto de los ámbitos en los que la participación ciudadana es igualmente valiosa y necesario complemento de la actividad pública: desde la educación al deporte, de lo cívico a lo asistencial.

La Ley, en su Artículo 3 entiende como voluntariado el conjunto de actividades de interés general, desarrollado por personas físicas, siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o cualquier otra retribuida y reúna los siguientes requisitos:

- a) Que tengan carácter altruista y solidario.
- b) Que su realización sea libre, sin que tengan su causa en una obligación personal o deber jurídico.
- c) Que se lleven a cabo sin contraprestación económica, sin perjuicio del derecho al reembolso de los gastos que el desempeño de la actividad voluntaria ocasione.
- d) Que se desarrollen a través de organizaciones privadas o públicas y con arreglo a programas o proyectos concretos.

Quedan excluidas las actuaciones voluntarias aisladas, esporádicas o prestadas al margen de organizaciones públicas o privadas

sin ánimo de lucro, ejecutadas por razones familiares, de amistad o buena vecindad.

La actividad de voluntariado no podrá en ningún caso sustituir al trabajo retribuido.

La misma Ley en su Artículo 4 especifica como actividades de interés general las asistenciales, de servicios sociales, educativas, culturales, científicas, DEPORTIVAS, sanitarias, de cooperación al desarrollo, de defensa del medio ambiente, de defensa de la economía o de la investigación, de desarrollo de la vida asociativa, de promoción del voluntariado o cualesquiera otras de naturaleza análoga.

Cuando dos conceptos como voluntariado y deporte se unen, pueden integrarse sus posibles ámbitos de actuación en dos grandes áreas no excluyentes: actividades del deporte federado o reglado (Juegos Olímpicos, Campeonatos Internacionales, Nacionales, etc.) y actividades de los servicios públicos deportivos, tanto habituales (escuelas deportivas, carreras populares, etc.) como esporádicas (campañas de concienciación, jornadas de promoción deportiva, etc.).

Por todos los motivos expuestos, el Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla cree necesario establecer un instrumento normativo que regule la participación del voluntariado en su marco de competencias, estableciendo los procedimientos de incorporación y desvinculación, así como el contenido de las colaboraciones voluntarias, de acuerdo con las siguientes disposiciones.

TITULO PRIMERO: Disposiciones generales

Artículo 1.º: Objeto y ambito de aplicación

1. El presente reglamento tiene por objeto regular la actuación del voluntariado en el Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla y el contenido de la misma, instituyendo los procedimientos de incorporación y desvinculación de los voluntarios al programa Cicerones Voluntarios de Sevilla.

2. Su ámbito de aplicación se circunscribe al término municipal de Sevilla.

Artículo 2.º: Concepto y denominación del voluntario

1. A los efectos de este Reglamento se considera voluntario a toda persona física que por decisión propia, de forma desinteresada y respon-

sable y por motivaciones inspiradas en principios de solidaridad y participación, dedica parte de su tiempo libre a los Programas del Instituto de Deportes, implicándose directamente en el desarrollo de algunas de sus actividades, siempre que de tal integración no derive ningún tipo de relación laboral, mercantil o funcionarial, ni medie remuneración alguna.

2. Todos aquellos voluntarios que se incorporan como tales al Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla adquirirán la condición y denominación de CICERONE VOLUNTARIO del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla.

Artículo 3.º: Principios básicos de la actuación del voluntario

La actuación del voluntario se llevará a cabo con arreglo a los proyectos y programas que se promuevan en el Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, de acuerdo a los siguientes principios:

1. Solidaridad con las personas o grupos a los que se dirija la acción deportiva específica.
2. Coordinación y complementariedad con los trabajos que desarrolla el personal remunerado del Instituto de Deportes. En ningún caso el voluntario podrá asumir funciones ni actividades que se deriven de éstas, que correspondan a un trabajador del Instituto de Deportes.
3. Gratuidad, no buscando en el servicio que se presta ningún beneficio propio de tipo económico.
4. Aceptación de las normas y criterios de actuación del Instituto de Deportes, según se recoge en el Acuerdo de Incorporación del voluntario.

TITULO SEGUNDO: Contenido de la colaboración voluntaria

Artículo 4.º: De los ciceroes voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla

1. Derechos de los ciceroes voluntarios

A) Recibir por parte del Instituto de Deportes, tanto con carácter inicial como permanente, la información, formación, orientación, apoyo y, en su caso, medios materiales necesarios para el ejercicio de las funciones que se les asignen.

B) Obtener el reconocimiento a su labor por parte del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, siendo tratados sin discriminación y con respeto a su libertad, dignidad, intimidad y creencias. Sus datos personales se utilizarán sólo para aquellos fines que estén estrictamente relacionados con la actividad voluntaria.

C) Participar activamente en la elaboración, ejecución y evaluación de los programas o proyectos en los que colaboren dentro del marco de competencias del Instituto de Deportes.

D) Ser asegurados contra los riesgos de accidente derivados directamente del ejercicio de la actividad voluntaria, mediante Seguro de Responsabilidad Civil ante terceros y Seguro de accidentes.

E) Disponer de una acreditación y un uniforme identificativos de su condición de Cicerones Voluntarios proporcionados por el Instituto de Deportes.

F) Ser compensados por los gastos de transporte que se originen como consecuencia del desempeño de su actividad como voluntarios, previa justificación de los mismos.

G) Recibir, si así lo solicitan, certificados que acrediten los servicios prestados.

H) Cesar libremente en su condición de Cicerone Voluntario, si bien deberán informar por escrito al Instituto de Deportes según se especifica en el Título Sexto del presente Reglamento.

2. Deberes de los cicerones voluntarios

A) Cumplir los compromisos adquiridos con el Programa Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, respetando los fines y normativas del mismo y realizando la acción voluntaria conforme a los principios establecidos en el presente Reglamento.

B) Guardar, cuando proceda, confidencialidad de la información recibida y conocida en el desarrollo de la actividad voluntaria.

C) Ser puntuales y cumplir los horarios a los que se han comprometido, debiendo estar en el lugar correspondiente sin abandonarlo y avisar con antelación suficiente si por algún imprevisto no pudieran presentarse.

D) Rechazar cualquier contraprestación económica que pudieran recibir, bien del beneficiario o de otras personas relacionadas con su acción.

E) Respetar los derechos de los beneficiarios de su actividad voluntaria, tratándolos con deferencia y cortesía sin distinción de ideas culturales, filosóficas, políticas o religiosas.

F) Actuar de forma diligente y solidaria

G) Participar en las tareas formativas previstas por la organización de modo concreto para las actividades y funciones confiadas, así como las que con carácter permanente se precisen para mantener la calidad en las prestaciones y la condición de voluntarios.

H) Utilizar debidamente la acreditación y distintivos de Cicerones Voluntarios, no haciendo mal uso de ellos.

l) Respetar y cuidar los recursos materiales que ponga a su disposición el Instituto de Deportes.

TITULO TERCERO: Procedimientos de incorporación del voluntariado en el Instituto de Deportes

Artículo 5.º: Solicitud de incorporación

Las personas que deseen ingresar en el Programa Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla deberán cumplimentar una hoja de solicitud, que se facilitará en el Instituto de Deportes y en la que constarán los siguientes datos: nombre y apellidos, D.N.I., fecha de nacimiento, domicilio, teléfono de contacto, nivel de estudios y profesión.

Esta hoja de solicitud se entregará cumplimentada en la Oficina de Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes desde dónde se citará al futuro voluntario para una sesión de bienvenida, en un plazo no superior a 30 días.

Artículo 6.º: Sesión de bienvenida

1. Durante esta sesión, que contará con un número máximo de 25 asistentes, las personas responsables de Cicerones Voluntarios dentro del Instituto de Deportes informarán a los futuros voluntarios acerca de sus derechos, deberes y funciones a realizar dentro del marco de competencias del Instituto de Deportes.

2. Tras recibir toda la información acerca del programa, si los asistentes están interesados definitivamente adquirir la condición de Cicerones Voluntarios, se realizará su incorporación por escrito, mediante un acuerdo (ANEXO 1) que especificará el carácter altruista de la relación, los derechos y obligaciones por ambas partes, el tiempo de dedicación del voluntario, la duración del compromiso, aceptación de las normas de funcionamiento y formas de desvinculación. Se completarán además sus datos personales y sus preferencias en cuanto a actividades debiendo entregar 2 fotografías tamaño carnet para formalizar la acreditación y ficha de voluntario.

Artículo 7.º: Admisión y formación de los cicerones voluntarios

1. La selección de los Cicerones Voluntarios podrá efectuarse en función de las necesidades del Instituto de Deportes y de acuerdo con los programas y los recursos humanos y económicos de que se disponga.

2. No se podrá exigir al voluntario ninguna cualificación específica para el desarrollo de las prestaciones en las que participe, pero sí unas

aptitudes mínimas y una actitud adecuada que quedarán al criterio de los profesionales en cada caso.

3. La edad mínima para formar parte de los Cicerones Voluntarios será de 16 años, debiendo los menores de edad aportar una autorización del padre/madre/tutor.

4. Los cursos de formación básica se impartirán en forma de módulos comunes y optativos en función del grupo de tareas hacia las que se orienta preferentemente la acción de cada voluntario. El programa formativo se renovará periódicamente con el fin de ir ampliando los contenidos y mejorando el nivel de cualificación de los voluntarios. Asimismo se podrán organizar encuentros, mesas redondas, conferencias, charlas formativas, que ayuden a completar la formación de los Cicerones Voluntarios.

TITULO CUARTO: Obligaciones del Instituto de Deportes en el desarrollo de los programas en que participen cicerones voluntarios

Artículo 8.º: Obligaciones del Instituto de Deportes

1. Cumplir los compromisos adquiridos con los voluntarios en el acuerdo de incorporación como Cicerones Voluntarios.

2. Tener suscrita una póliza de seguros que cubra a los voluntarios de riesgos de accidente así como de daños a terceros producidos en el ejercicio de la actuación encomendada a los Cicerones Voluntarios o con ocasión de la misma.

3. Cubrir los gastos derivados de la prestación del servicio y dotar a los Cicerones Voluntarios de los medios adecuados para el cumplimiento de sus cometidos: sistemas internos de información y orientación, formación necesaria y las debidas condiciones de seguridad e higiene.

4. Facilitar a los Cicerones Voluntarios una acreditación que les habilite e identifique para el desarrollo de su actividad, así como certificar los servicios prestados haciendo constar la fecha, duración y naturaleza de los mismos.

5. Llevar un registro actualizado de altas y bajas de los Cicerones Voluntarios.

TITULO QUINTO: Promoción y organización de los cicerones voluntarios

Artículo 9.º: Captación de cicerones voluntarios

La captación de Cicerones Voluntarios se realizará en un primer nivel entre toda la población sevillana, mediante campañas de información y

sensibilización. Más adelante podrá establecerse una captación de forma dirigida hacia aquellos perfiles necesarios en las actividades que sean susceptibles de realización por voluntarios.

Artículo 10.º: Seguimiento de las actividades de los cicerones voluntarios

La supervisión y evaluación de la acción voluntaria se llevará a cabo con la finalidad de verificar la consecución de los objetivos propuestos y la adecuación de la labor realizada.

Se llevará a cabo una evaluación interna, por parte de los Cicerones Voluntarios que han participado en cada actividad, y una evaluación externa de la actuación del voluntariado junto a los responsables de la organización de dicha actividad.

Artículo 11.º: Colaboración del Instituto de Deportes con entidades a través del programa Cicerones Voluntarios de Sevilla

1. Las actividades deportivas son el motivo principal de actuación, entre otros, para los Cicerones Voluntarios. Federaciones, Asociaciones Deportivas, Entes de promoción deportiva y otras entidades sin ánimo de lucro podrán solicitar al Instituto de Deportes su colaboración a través del Programa Cicerones Voluntarios en aquellas actividades que organicen dentro del término municipal de Sevilla.

2. Cuando llegue una propuesta de participación, ésta será estudiada por la Oficina de Coordinación de Cicerones Voluntarios, que decidirá si es adecuada a los objetivos del programa, si las tareas pueden ser desarrolladas por Cicerones Voluntarios y si hay tiempo suficiente para prepararlas.

3. Se solicitará la colaboración de los Cicerones Voluntarios al Instituto de Deportes, como mínimo, con un mes de anticipación, garantizándose así la indispensable formación específica de los mismos.

4. La solicitud de prestaciones detallará la denominación de la actividad y entidad organizadora, fecha y horarios de celebración, el número y naturaleza de los puestos a cubrir por Cicerones Voluntarios, así como el interlocutor con el que se contactará para preparar la actividad.

5. Los servicios de los Cicerones Voluntarios no podrán sustituir, en ningún caso, prestaciones de trabajo o tareas profesionales remuneradas. Su jornada no podrá exceder de 6 horas seguidas o de 8 horas en jornada partida.

6. La entidad que solicite la colaboración del Instituto de Deportes a través del Programa Cicerones Voluntarios se hará cargo de su mantenimiento siempre que superen

las cuatro horas continuadas de prestación. Además, afrontará los gastos de transporte y, siempre que sea posible, de equipamiento de los voluntarios participantes.

TITULO SEXTO: Causas y formas de desvinculación entre el Instituto de Deportes y el cicerone voluntario

Artículo 12.º: Pérdida de la condición de cicerone voluntario

Los voluntarios perderán su condición de Cicerones Voluntarios por las siguientes causas:

1. Por mutuo acuerdo.
2. Por imposibilidad o supresión del programa Cicerones Voluntarios de Sevilla.
3. Por expiración del plazo de vinculación establecido en el compromiso de incorporación.
4. Por incumplimiento de los compromisos adquiridos por el voluntario con el Instituto de Deportes conforme a lo establecido en el presente Reglamento y en el Acuerdo de Incorporación.

Artículo 13.º: Desvinculación entre el Instituto de Deportes y el Cicerone Voluntario

1. La desvinculación del Cicerone Voluntario y el Instituto de Deportes se reflejará por escrito, cancelando por ambas partes el compromiso establecido durante la incorporación.

2. Si el voluntario se encuentra realizando una prestación, deberá continuar su actividad en caso de renuncia, hasta tanto puedan adoptarse las medidas necesarias para evitar un daño al servicio.

DISPOSICION FINAL

Este Reglamento entrará en vigor en los términos previstos en el art.70.2 de la ley 7/85.

ANEXO 1

Acuerdo de Incorporación del Voluntario al Programa Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla

D./Dña. de. . . . años de edad, me comprometo de forma voluntaria a participar en el programa CICERONES VOLUNTARIOS DE SEVILLA perteneciente al Instituto

de Deportes, con una disponibilidad semanal de. horas, los días, en jornada preferentemente de (mañana/tarde/indistinta), entendiendo que esta actividad la realizo sin que medie relación laboral, mercantil o funcional con el Instituto de Deportes, ni exista remuneración de ningún tipo, y responsabilizándome de:

Cumplir los compromisos adquiridos con el Programa de Cicerones Voluntarios del Instituto de Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, respetando los fines y normativas del mismo y realizando la acción voluntaria conforme a los principios establecidos en su Reglamento.

Guardar, cuando proceda, confidencialidad de la información recibida y conocida en el desarrollo de mi actividad voluntaria.

C) Ser puntual y cumplir los horarios a los que me he comprometido, debiendo estar en el lugar correspondiente sin abandonarlo y avisar con antelación suficiente si por algún imprevisto no pudiera presentarme.

D) Rechazar cualquier contraprestación económica que pudiera recibir.

E) Actuar de forma diligente y solidaria

F) Respetar los derechos de las personas a las que se dirija mi actividad, tratándolas con deferencia y cortesía sin distinción de ideas culturales, filosóficas, políticas o religiosas.

G) Participar en las tareas formativas previstas por la organización de modo concreto para las actividades y funciones confiadas, así como las que con carácter permanente se precisen para mantener la calidad en las prestaciones y la condición de voluntario.

H) Utilizar debidamente la acreditación y distintivos de Cicerones Voluntarios, no haciendo mal uso de ellos.

I) Respetar y cuidar los recursos materiales que ponga a mi disposición el Instituto de Deportes.

Por su parte, el Instituto de Deportes se compromete a:

A) Ofrecer al voluntario la información necesaria en aquellos aspectos relacionados con la tarea a realizar, respetando en lo posible sus preferencias de actividades y orientándole hacia aquellas labores para las que reúna mejores aptitudes.

B) Respetar y reconocer la contribución del voluntario a Instituto de Deportes y tratarle sin discriminación y con justicia.

C) Tener suscrita una póliza de seguros que cubra a los Cicerones Voluntarios de riesgos de accidente así como de daños a terceros producidos en el ejercicio de la actuación encomendada o con ocasión de la misma.

- D) Cubrir los gastos derivados de la prestación del servicio y dotar a los Cicerones Voluntarios de los medios adecuados para el cumplimiento de sus cometidos, de la formación necesaria y las debidas condiciones de seguridad e higiene.
- E) Facilitar a los voluntarios una acreditación que les habilite e identifique para el desarrollo de su actividad, así como certificar los servicios prestados haciendo constar la fecha, duración y naturaleza de los mismos.
- F) Establecer los mecanismos oportunos de coordinación, supervisión y evaluación de los Cicerones Voluntarios.

Este acuerdo se extinguirá por las siguientes causas:

Por mutuo acuerdo.

Por imposibilidad o supresión del Programa Cicerones Voluntarios.

Por expiración del plazo de vinculación establecido en este acuerdo.

Por incumplimiento por parte del voluntario del Reglamento de Cicerones Voluntarios.

En cualquier caso, el voluntario deberá comunicar su baja por escrito y devolver su acreditación al Instituto de Deportes.

Este acuerdo tendrá validez durante una año natural (del 1 de Enero al 31 de diciembre de 200_).

En Sevilla, adede

Por el Instituto de Deportes

El Voluntario

La globalidad del fenómeno del ocio y el fenómeno asociativo: el rol de Aisiker ante la transformación del perfil de los profesionales del ocio

Sorkunde Barandiarán y Teresa Grande

OBJETIVO

El objetivo de la presente comunicación es mostrar la experiencia de la Asociación de Titulados de Ocio, AISIKER y reivindicar su existencia desde los supuestos que la justifican.

- Pretendemos trascender la mentalidad de Asociación de Antiguos Alumnos y convertirnos en foro de debate y reflexión para la actualización e innovación permanentes de los profesionales del Ocio.
- En segundo lugar, pretendemos ser el referente laboral en un mercado que no contempla la formación inicial de sus agentes y gestores de Ocio y que consecuentemente, no fomenta la definición del perfil profesional reivindicado una y otra vez.
- Pretendemos además aglutinar y coordinar a los profesionales del Ocio en todas sus dimensiones para que el concepto de Ocio como desarrollo y crecimiento personal se explicita y lleve a la práctica.

El primero de los objetivos, lo estamos realizando a través de nuestra participación en Jornadas para Asesores Culturales, Congresos relacionados con la gestión turística, deportiva, y a través de la creación de la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales, juntamente con las Asociación de Gestores Culturales de Extremadura, Asociación de Gestores Culturales de Castilla-La Mancha, Asociación de Gestores del Patrimonio Nacional, la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía y la Asociación de Gestores Culturales de Asturias.

Las conclusiones que hemos ido extrayendo de las actividades arriba mencionadas son las siguientes:

- Por un lado, los agentes culturales en el sector público parten de la segmentación de la población para conocer las necesidades y planificar programas para su público objetivo. De esta manera la no contemplación de todos los condicionantes de una población lleva a realizar ofertas de Ocio cultural restringidas.
- Por otro lado, ocurre lo mismo con los agentes culturales en el sector privado, aunque en este caso es la respuesta a la demanda lo que condiciona la programación. Aquí la restricción la impone la finalidad lucrativa o de imagen prestigiada y, en ambos casos quedan en segundo plano las dimensiones del Ocio como desarrollo personal: las actividades responden a lo inmediato y evidente.

El segundo de los objetivos de AISIKER nos exige el análisis de la realidad y hemos constatado a través del estudio realizado por Aisia por encargo de nuestra asociación que en nuestro entorno más cercano, en Bizkaia; sí puede afirmarse, al menos en el ámbito de la gestión cultural del sector público la indefinición del perfil profesional de los gestores.

El tercero de los objetivos, estrechamente vinculado a los anteriores, nos lleva a plantear la reflexión sobre el concepto de Ocio que *de facto* se está empleando en la práctica profesional, ya sea esta lucrativa o con una finalidad social, de modo que se puedan establecer los puntos de confluencia entre tales concepciones de Ocio y se acerque la teoría a la práctica.

Los dos primeros objetivos que hemos señalado al comienzo, conciernen a actividades de Aisiker como asociación de Titulados

en Ocio aunque en ocasiones, también se lleven a cabo en colaboración con otras entidades, empresas y asociaciones. Pero es el tercero de los objetivos, el que a nuestro modo de entender, es el más novedoso en cuanto a finalidad de nuestra asociación y el que será objeto de tratamiento en la presente comunicación.

Mediante las ejemplificaciones que más adelante iremos viendo en diferentes ámbitos, mostraremos que en la puesta en práctica diaria hay un cierto concepto de Ocio que no se formula explícitamente por los profesionales pero que de hecho se utiliza como trasfondo para planificar, reclamar la atención del usuario y satisfacer sus expectativas para fidelizarlo y la coordinación de concepciones y profesionales será tarea de Aisiker y de aquí concluiremos que el papel de Aisiker es precisamente explicitar el concepto humanista del Ocio ante los profesionales del mismo y aglutinarlos para fundir la teoría y la práctica profesional.

Así pues, esta comunicación no se trata de una investigación al uso, sino que apoyándonos en las los trabajos de Manuel Cuenca (1995; 1997; 1999), Gorbeña (1997) Ruiz Olabuénaga (1996) y tomando como ejemplos cotidianos los materiales que mencionamos en el Anexo final, haremos patente una situación de la gestión de Ocio en la que creemos debemos intervenir.

HIPOTESIS DE TRABAJO

El Ocio es un fenómeno global y esta característica transforma el perfil profesional de los gestores y de los agentes en general, del Ocio que debe atender a estilos de Ocio.

Vivimos en una sociedad globalizada y relacional (Castells, 1996; San Salvador, 2000), donde lo individual, lo auténtico, lo genuino o lo idiosincrásico es paradójicamente el objetivo que debe ser siempre, preservado, sí, pero al mismo tiempo ha de hacerse colectivo y compartido, participado, todo ello sin que el impacto sea negativo ni en el campo antropológico, ni psicológico, ni ambiental, ni económico, ni sociológico, etc. Todo lo contrario. Cuando menos, lo global compartido y accesible ha de respetar en su integridad lo local y privado y esto nos lleva a plantear la necesidad de gestionar no tanto actividades como «estilos de Ocio» específicos.

En estos «estilos de Ocio» incluimos tanto las actividades que se llevan a la práctica como la mentalidad que las ha de gobernar.

De esta manera, la paradoja entre lo global y lo local, lo individual y lo colectivo, lo personal y lo social, el crecimiento personal y desarrollo comunitario se resuelven en una reestructuración y redireccionamientos enfocados con una visión totalizadora de las actividades. Si tomamos como punto de partida la idea de que el Ocio es un fenómeno global, que las manifestaciones del mismo en sus dimensiones creativa, lúdica, festiva, solidaria y social impregnan lo cotidiano, y, si destacamos el hecho de que en la realidad el usuario, el ciudadano, vive y espera esta globalidad en sus actividades para lograr satisfacción, para satisfacer sus expectativas en cada una de estas dimensiones del Ocio, no es de extrañar que estemos asistiendo al proceso de transformación del profesional de Ocio desde un perfil especializado (turismo, cultura, deporte, recreación), a otro mucho más flexible, integral, dispuesto a conjuntar todos los ámbitos, todas las dimensiones, en su quehacer profesional, modificando y extendiendo desde su especialidad la forma de hacer y de pensar totalizadora, optimizada y de calidad.

Pero también, el Ocio es un fenómeno complejo en el sentido de que es una función, un fin en sí mismo (educativo, de juego, de espectáculo, de prevención social, terapéutico) y un recurso, una estrategia de esa misma función. Se confunden así, el *tiempo libre* y las actividades que se realizan durante el mismo y cualquier actividad de tiempo libre es Ocio y viceversa. También se confunde la actividad con la experiencia y la percepción que generan: la experiencia es gratificante porque se celebra durante el tiempo libre.

Como explicaremos más adelante, se aprecia esta situación paradójica en el mundo del Ocio en lo que se refiere al tiempo que se le dedica, a las actividades y a la propia gestión de éstas. Pero dicha paradoja sólo es aparente. Es la confusión entre la globalidad del Ocio y la funcionalidad del mismo y la confusión entre las dimensiones a las que ha de atender y el Ocio como recurso o estrategia. Lo que se percibe es el uso de una idea difusa del mismo concepto de Ocio, pero interpretado desde diferentes ámbitos, fuera y dentro del campo específico del Ocio, en actividades y productos

que se alejan o le pertenecen por completo. Se observa que en todo caso está presente.

Resulta entonces que cada profesional planifica y organiza y oferta cualquier tipo de actividad-producto finalmente encaminado también a la consecución de los fines del Ocio: crecimiento y desarrollo personal de los participantes, clientes, usuarios, de manera intuitiva, no sistematizada ni explicitada en los programas o actividades dirigidos al Ocio.

Así que podemos reformular la hipótesis de trabajo de la siguiente manera:

- LOS AGENTES que organizan actividades de Ocio están trabajando implícitamente con la idea del Ocio como factor de desarrollo personal. No se manifiesta de manera única sino que por el contrario el campo de especialización, impone formas distintas en función del lugar, tiempo, público, producto, precio, fases, sectores de población... donde y para los que desarrollan su actividad profesional.
- LOS USUARIOS acuden a las actividades organizadas y planificadas por los anteriores con la esperanza de satisfacer sus expectativas reflejadas en las diferentes dimensiones del mismo concepto de Ocio.

Desde el punto de vista de los usuarios, hasta épocas recientes se ha producido una fragmentación de las experiencias de Ocio a las que podían acceder, lo cual, a su vez, ha conllevado la pérdida de control sobre el «estilo de Ocio» que hubieran debido disfrutar para satisfacer sus necesidades. La experiencia de Ocio ha sido una experiencia de *tiempo libre* que ha respondido, como ya hemos mencionado, sólo a lo inmediato, a lo evidente. En suma, podemos decir que se ha tendido más a proveer de habilidades técnicas en realización de una actividad determinada que a asesorar en la planificación de un «estilo de Ocio» adecuado para el participante.

Pero no nos vamos a centrar en el usuario, sino en la forma en la que el agente de Ocio planifica y oferta actividades.

Probaremos nuestra hipótesis mediante una investigación de campo cuyo diseño metodológico hemos trazado de la siguiente forma:

TRABAJO DE CAMPO

Vamos a analizar, por una parte, la labor que agentes cuyo fin principal es la prestación de actividades de Ocio. Por otra parte, también vamos a estudiar la labor de agentes que no se dedican, como actividad principal, a la prestación de una oferta de Ocio pero que en un momento determinado deciden ofertar o añaden este tipo de actividades. Para ello hemos definido unas áreas en las que se puede dividir la actividad de los agentes objeto de análisis: Hasta ahora la tendencia a la especialización dentro de los profesionales de Ocio y otros estaba contribuyendo a la creación de compartimentos estancos en la formación académica y profesional y en la práctica y, con ello, obstaculizaba la utilización de la visión de conjunto. Visión de conjunto que, por otra parte, se utiliza en la práctica aunque no se precise como tal.

Las áreas son:

A. Agentes que no se dedican, como actividad principal, a la oferta de actividades de Ocio.

B. Empresas comerciales que ofertan actividades de Ocio

Dentro de cada una de las áreas consideramos:

A-1. Educación.

—Enseñanza no universitaria:

- Preámbulo y Objetivos de la LOGSE (1990)
- «Actividad Física, Ocio y Salud»
- Líneas Transversales

—Enseñanza universitaria:

- Estudios de Ocio (Postgrado Instituto Interdisciplinar de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto).
- Postgrados similares en otras universidades.
- Estudios no relacionados con el Ocio (otras licenciaturas).

—Enseñanza no reglada¹:

- Universitaria:
- No universitaria.

¹ Entendemos como enseñanza no reglada, la que no acredita para la obtención de un Título Oficial, ya sea con una finalidad determinada o propedéutica.

A-2 Entidades con ánimo de lucro y entidades sin ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio.

—Entidades con ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio:

- BBV (Acción cultural)
- BBK (Acción sociocultural)

—Entidades sin ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio:

- ONCE (Inserción laboral)
- INSERSO (Salud)

B-1 Empresas dedicadas a la actividad turística.

Análisis de la oferta lo reflejaremos de forma esquemática según la tabla 1 de doble entrada, analizando tres tipos de destinos: «Sol y Playa», «Ciudad» y «Turismo Alternativo», término bajo el que englobamos, el Turismo Rural, el de Aventura y otros que aunque ofertados por agencias especializadas responden a una demanda más personalizada que los primeros.

B-2 Empresas dedicadas a la actividad deportiva.

- Empresas que ofertan directamente actividades deportivas.
- Empresas que ofertan material para hacer deporte.

B-3 Empresas dedicadas a la actividad cultural.

- Librerías.
- Tiendas de discos, videoclubes.
- Grandes superficies.
- Tiendas de «hobbies».
- Cadenas de cines, teatros, etc.
- Casas de discos, productoras de TV, editoriales.

En todos estos casos hemos utilizado como indicadores que nos señalan cuál es la idea de Ocio con la que se trabaja como base las dimensiones del Ocio lúdica, creativa, ambiental-ecológica, festiva y solidaria (Cuenca, 1999), y además si las actividades se ofertan en un ciclo contextualizado.

Se trata de demostrar que aunque la práctica sea comercial, aunque se utilice la idea de Ocio con fines comerciales, logro de presti-

gio o sociales, según sea el caso que escojamos, la pretensión de los agentes de Ocio, como objetivo común, es conseguir con su oferta acercarse a los usuarios potenciales. De este modo, en todo el proceso de la gestión se produce un ajuste entre lo que los agentes programan y las expectativas de los usuarios. Este ajuste busca, como ya se ha dicho, fines comerciales, de prestigio o sociales, según sean las características del agente ofertante, pero, al mismo tiempo, también redundan en el enriquecimiento de los usuarios. Ya que estos últimos se acercan a esta oferta con el fin de lograr su desarrollo personal, no olvidemos que los usuarios perciben el Ocio como una «experiencia global». Desde nuestro punto de vista, los agentes son cada vez más conscientes de esta búsqueda y se esfuerzan por producir una oferta ajustada a este fin, con el objeto de conseguir sus fines propios. Este ajuste se produce en todos los campos que hemos citado más arriba en la manera que referimos a continuación:

Vamos a describir y analizar la oferta de Ocio de los agentes que hemos mencionado más arriba durante los primeros meses del 2000 a los habitantes de Bilbao, y por extensión a los habitantes de área de influencia del Bilbao Metropolitano. Para conocer esta oferta hemos consultado varias guías de Ocio², editadas por instituciones y los propios organismos involucrados. Del mismo modo, hemos definido una serie de indicadores que nos puedan aportar información acerca del contenido y carácter de las actividades que se proponen en los términos que nos interesan, esto es, su presentación de forma aislada o como parte de un ciclo o programa con objetivos comunes, lo cual equivale a afirmar que se produce una contextualización de cada actividad en un marco más amplio.

Las actividades de las que se trate también aluden a una o varias de las dimensiones del Ocio (creativa, lúdica, ambiental-ecológica, festiva y solidaria, (Cuenca, 1999, pp. 21-23), en este último caso se corroboraría nuestra idea de que la presentación de las actividades dentro de un programa más amplio y su relación con más de una de las dimensiones del Ocio lleva a los oferentes a desarrollar programas que redundan no solo en el consumo sino también en el crecimiento personal de los usuarios de forma individual y, en último término, en el desarrollo comunitario. Todo esto hace que contenidos y

² Ver anexo.

actividades que en otras épocas eran difíciles de encontrar en los programas de Ocio son ahora accesibles para los usuarios, gracias, en gran medida, a las exigencias introducidas por términos como la optimización y la mejora continua de los procesos de producción.

A-1 Educación

— Enseñanza no universitaria.

- Tras la reforma del Sistema Educativo con la implantación de la L.O.G.S.E. para cumplir los Objetivos Generales de la Ley, que incluyen el logro de la autonomía en la vida cotidiana y la educación para el tiempo libre, la salud, etc., se han introducido se han introducido por un lado lo que se denomina de manera general Líneas Transversales, que aunque en el desarrollo Curricular Base (DCB) no contemplan como capítulo particular el Ocio, sí se refieren explícitamente a todas sus dimensiones. Además se ha incluido como asignatura optativa la denominada Actividad Física Ocio y Salud dentro del área de la Educación Física. Refleja la idea de Ocio y tiempo libre y los objetivos son recreativos y de prevención social.

— Enseñanza Universitaria

- La Universidad de Deusto oferta explícitamente desde el Instituto de estudios de Ocio el curso de Posgrado en gestión de Ocio y sus especialidades, Programa de Doctorado en Ocio y Potencial Humano. Pero además otras Licenciaturas de proyección humanística y social contemplan como se especifica en la tabla 2, el Ocio como parte de su currículo.
- Otras universidades³ ofertan cursos de Postgrado directamente entroncados con la vertiente creativa del Ocio y la gestión de las actividades que genera.

³ Master en Gestión Cultural del Instituto Complutense de Ciencias Musicales, Master en Gestión de Servicios Culturales en las Administraciones Locales de la Universitat de València, Postgrado en Gestión Cultural y Territorio de la Universidad de Oviedo, Postgrado en Gestión de Recursos Culturales de la EUTG San Sebastian, Master en Gestión del Turismo Ambiental de la Universidad Politécnica de Madrid, Diploma de postgrado en Gestión y Políticas Culturales de la Universitat de Barcelona, entre otras

—Enseñanza no reglada.

- El desarrollo Curricular Base para la Educación Permanente de Adultos, menciona en el capítulo de Objetivos, el Ocio desde la perspectiva de desarrollo personal y solidario.

COMENTARIO DE LOS INDICADORES ELEGIDOS

Es evidente que la idea de ocio que se propugna en el ámbito de la educación, en la enseñanza reglada, sea cual sea el nivel, es la de desarrollo personal y comunitario, pero sin olvidar la parte de gestión y su vertiente económica. Pero además puede afirmarse, sin más que un repaso superficial, desde el programa de Ocio Cultural Universitario de la Universidad de Deusto y hasta a la Iniciación Profesional dirigida a la inserción laboral de adolescentes que no desean continuar los estudios reglados para incorporarse cuanto antes al mundo del trabajo, que todas las actividades de la enseñanza no reglada están dirigidas a la inserción social y al desarrollo personal, cuando no son explícitamente lúdicas. Es decir que la Educación, incluye la educación para el Ocio además de utilizar el Ocio, por lo general en su dimensión lúdica y/o recreativa, como recurso de aprendizaje.

A-2 **Entidades con ánimo de lucro y entidades sin ánimo de lucro**

—Entidades con ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio:

- BBVA (Acción cultural).
- Sala de Exposiciones BBV.
Desde las últimas semanas del año 1999 y hasta mediados de febrero de 2000 se ha celebrado la exposición «La pintura rusa del siglo XIX en la galería Tretyakov de Moscú».
- Colaboración con el museo de Bellas Artes de Bilbao.
En Colaboración con el museo de Bellas Artes de Bilbao presentó del 7 de marzo al 23 de abril la exposición «Los “dubuffet” de Dubuffet», patrocinada por el BBVA en colaboración con el Museo de Artes Decorativas de París.

COMENTARIO DE LOS INDICADORES SELECCIONADOS

En el caso de la oferta cultural que ha producido el BBVA, bien directamente a través de su sala de exposiciones o bien indirectamente a través del patrocinio de la exposición programada por el Museo de Bellas Artes de Bilbao, se aprecia que existe un interés por difundir el arte del último tercio del siglo XIX en países a los que no llega, por el momento, la oferta de exposiciones del Museo Guggenheim, y también por autores del arte moderno del siglo XX. Aunque se constata este interés no existe un ciclo de exposiciones formulado como tal y, por tanto, tampoco se da una contextualización de estos actos mediante el apoyo de actividades complementarias que ayuden a los usuarios a profundizar en la materia, como pueden ser la celebración de conferencias, etc.

Por tanto, este tipo de oferta redundante en el crecimiento personal de los usuarios, ya que enriquece sus conocimientos y contribuye a democratizar el acceso al arte pero, en principio, no va más allá. Además, responde a la accesibilidad ¿económicamente hablando? A los países de la antigua Unión Soviética y países satélite, tras la caída del Muro de Berlín.

—BBK (Acción sociocultural)

- La BBK ha patrocinado la exposición «El bodegón español. De Zurbarán a Picasso», dentro de la programación del Museo de Bellas Artes de Bilbao del 13 de diciembre de 1999 al 13 de abril de 2000, esta exposición ha dado pie a un ciclo de conferencias que tratan de acercar y profundizar en la técnica del bodegón, acercándolo a aquellos que se acercan a la exposición y quieren profundizar en la materia. Concretamente durante los meses de diciembre de 1999 y enero, febrero y marzo de 2000 se celebró una conferencia por semana con contenidos que tratan de profundizar en la técnica del bodegón. A continuación citamos algunos ejemplos:

—«¿Cosas que se mueven?», John Berger.

—El bodegón: el orden, lo inmóvil, lo muerto», Carlos Castilla del Pino.

—El bodegón a lo divino», Víctor I. Stoichita.

—«Antonio de Pereda y la piel de la naturaleza», Gabriele Finaldi.

—«El rango de la cerámica en los bodegones», Natacha Seseña.

Se añade la circunstancia de que bajo el «lema el Bodegón», anualmente se celebran bajo el patrocinio de esta entidad una exposición pictórica y un ciclo de conferencias relativas al lema. Así pues, la programación es cíclica.

—Aula de Cultura BBK.

Durante el mes de enero de 2000 se programó una exposición fotográfica sobre la obra de A. Schommer, exposición que venía a seguir la línea marcada por una serie de tres exposiciones similares, sobre otros tantos autores fotográficos que prestigio reconocido, que ocuparon las salas de esta institución durante el último trimestre de 1999.

- El mes de febrero de 2000 se programó una exposición dedicada a escultores locales.
- Del 27 de marzo al 6 de abril se ha organizado una exposición subasta a favor de la infancia y la mujer indígena, organizada por UNICEF. Las obras expuestas proceden de conocidos artistas plásticos que han expuesto en otras ocasiones en esta sala.

—Sala de Exposiciones BBK

- Desde las últimas semanas de diciembre de 1999 y hasta el 6 de enero de 2000 esta sala sirvió como sede para la tradicional exposición de Belenes que realiza la Asociación Belenista de Vizcaya.
- Hasta el 19 de marzo se ha acogido la muestra «La ventana en el arte», exposición colectiva que reúne obras de conocidos artistas plásticos: Tápies, Appel, Chagall, Matisse, etc.

COMENTARIO DE LOS INDICADORES SELECCIONADOS

En el caso de la BBK, en primer lugar, cabe citar el patrocinio de la exposición sobre el bodegón, y las actividades paralelas, organizadas por el Museo de Bellas Artes de Bilbao. Mediante esta exposición el usuario no sólo puede realizar un recorrido por la temá-

tica del bodegón entendida por los diferentes pintores que la han tratado a lo largo de la historia, sino que puede profundizar en los aspectos sociales que determina el contexto en el que surge y se desarrolla esta tendencia. De este modo, podemos afirmar que esta exposición da lugar a un ciclo de conferencias que contextualizan las obras que se muestran. La difusión de estos conocimientos contribuye al enriquecimiento personal de los usuarios que se acercan a esta oferta, apelando a la dimensión creativa-lúdica del Ocio. Del mismo modo, acudir a las conferencias en grupo también refleja a la dimensión social de este tipo de actos.

En lo que concierne al «Aula de Cultura», se aprecia que continúa con el interés por difundir obras, en este caso de carácter fotográfico, de autores de la CAPV, del Estado o Internacionales, generalmente en ciclos, y que además dan lugar a la edición de material bibliográfico relacionado. Como en anteriores ocasiones, este tipo de actividades apela a la dimensión creativa y de enriquecimiento personal desde el punto de vista de los usuarios. Pero, al mismo tiempo, se constata el interés de esta institución por organizar exposiciones que dan lugar a subastas de tipo solidario, en este caso con el auspicio de la UNICEF, que reflejan a la dimensión solidaria y social del Ocio.

Por su parte la «Sala de Exposiciones BBK», continúa con esta línea que combina la programación de exposiciones culturales que contribuyen al enriquecimiento cultural de los participantes con la organización de exposiciones en los que se cede la sala a colectivos, en este caso la Asociación de Belenistas, que amplía la dimensión creativa del Ocio con otras como la lúdica, creativa o social. Además recoge por ser una tradición, lo «local» con la voluntad de participarlo al público.

Entidades sin ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio:

- ONCE (Inserción social y laboral)
- INSERSO (Salud)

En el caso de estos dos organismos, la Organización Nacional de Ciegos de España y el Instituto Nacional de Servicios Sociales el objetivo primordial de inserción social, sea cual sea la actividad que se realice y esto engrana de manera indisoluble con las dimensiones de desarrollo persona, comunitario y solidaria del Ocio.

B. Empresas comerciales que ofertan actividades de Ocio

—Empresas dedicadas a la actividad turística.

Para el análisis de este punto nos hemos guiado por un esquema según el cual hemos discriminado destinos turísticos según fueran estos próximos o lejanos para nosotros y, dentro de estos, en cada categoría se seleccionó un destino de «sol y playa», un destino de «ciudad» y destino que hemos denominado como «turismo alternativo». Esta última denominación alude a destinos que son diseñados para un tipo de turista que trata de vivir una experiencia global conociendo una región por su paisaje, por su patrimonio arquitectónico, gastronómico, de tradiciones populares, etc. Son los llamados Turismo Rural, Turismo de interior, Turismo de aventura y otros. Por tanto, no se trata de visitar un destino concreto sino que son varios puntos de una región que son recorridos a través de un circuito a lo largo del cual el turista vive y conoce diversas experiencias relacionadas con una cultura o contexto común. Se supone que el turista que acude a este tipo de oferta, y este aspecto determina cuáles son las actitudes y expectativas del viajero, suele documentarse antes de iniciar el viaje y pide experiencias alejadas del turismo clásico de masas.

Tabla 1

Tipo de destino	Grado de Cercanía	
	Próximo	Lejano
Sol y Playa Ciudad Turismo Alternativo	Denia (Alicante) Madrid Camino de Santiago	Costa Rica Amsterdan Egipto

A) Destinos Próximos

a.1. Destino de «sol y playa»

Las agencias de viajes ofertan como destino próximo, incluso para una escapada de fin de semana, la localidad de Denia. Situada en Alicante, es conocida tradicionalmente por sus playas y por ser

un destino no muy masificado. Aunque esta parece ser una razón suficiente para visitar este enclave la publicidad completa los atractivos denominándola como «. un lugar perfecto para exprimir las vacaciones: playa, naturaleza (Parque Natural del Montgó, Reserva Marina del Cabo de San Antonio), historia (existen excavaciones y museos que recogen restos del paso de los romanos y los musulmanes por estas tierras) y.. sus arroces.»

a.2. «Ciudad»

Madrid, como capital del Estado español, es presentada como una oferta que aúna en un sólo destino varias facetas del Ocio. Así, se puede decir que existe un recorrido por el Madrid histórico que reúne en sus monumentos y recorridos distintas épocas de la historia española. Existe también un Madrid que acoge a grandes museos como el Prado, Thyssen y Reina Sofía. Una ciudad que destaca por su patrimonio arquitectónico, así como por sus jardines. Y una ciudad con grandes posibilidades para la diversión en sus noches. Todas estas vertientes de un mismo destino turístico, de carácter urbano, son ofertadas como complementarias por la publicidad de las distintas agencias de viajes consultadas.

a.3. «Turismo Alternativo»

Como ejemplo de este apartado tenemos las rutas que se ofertan bajo el reclamo del denominado «Camino de Santiago». En este sentido, entre la multitud de variantes que se encuentran relacionadas con la existencia del camino, encontramos circuitos, normalmente en autobús, que recorren las tierras gallegas y portuguesas, con la posibilidad de conocer las Rías Bajas, la Isla de la Toja, Oporto, Lisboa, etc... En cada uno de los puntos del viaje se programan una serie de actividades, visitas a museos, lugares históricos, etc... que dotan al circuito de una carácter cultural-histórico-gastronómico-social.

B) Destinos Lejanos

b.1. Destino de «sol y playa»

Costa Rica como destino internacional clásico de «sol y playa» en los últimos tiempos es ofertado además como lugar privilegiado

para observar la naturaleza singular con la que cuenta. Así, se afirma en la publicidad que se trata de un lugar «... especial para los amantes del submarinismo, donde podrán realizar inmersiones en bancos de tiburones martillo... a oferta incluye un crucero y la entrada al Parque Nacional de la Isla del Coco...»

b.2. «Ciudad»

Amsterdam es un destino que se vanagloria de tener el mayor número de museos por habitante, junto con La Haya, actualmente esta oferta se ha visto reforzada por la apertura de nuevos espacios como el Museo Van Gogh (lo propio a ocurrido con el Museo dedicado a Rembrandt en La Haya). Aun así se puede apreciar que la publicidad de los viajes a esta ciudad trata no sólo de proponer rutas combinando las diferentes posibilidades museísticas sino que también se intenta vender una Amsterdam apta para la diversión nocturna, las compras en sus centros comerciales «exclusivos» (sobre todo de diamantes) y para la degustación de una gastronomía local marcada por la preeminencia del queso en sus múltiples manifestaciones. Por tanto, el turismo de carácter cultural se ve complementado por un turismo más englobador, ya que puede atraer a un mayor número de usuarios, de carácter urbano.

b.3. «Turismo Alternativo»

Destaca la oferta⁴ que «.fuera de los circuitos turísticos convencionales...» se hace del «auténtico» Egipto. Estos recorridos, los cuales incluyen El Cairo, Alejandría y su pasado durante el siglo XIX, un Crucero histórico por el Nilo y el Oasis de Siwa o la piscina de Cleopatra. Todos estos recorridos se ofrecen en un paquete integrado donde se cohesionan los aspectos lúdicos, de conocimiento de la cultura e historia del lugar visitado, la práctica deportiva (natación, etc.) y las relaciones sociales entre los participantes. En todo momento este tipo de recorridos, existen variaciones entre las distintas ofertas de las agencias y los precios que los usuarios estén dispuestos a pagar, se presentan como alejados de los que venían siendo habituales en relación con Egipto, la publicidad sugiere que el viajero esta ya familiarizado con esta civilización.

⁴ Ver anexo

COMENTARIO DE LOS INDICADORES SELECCIONADOS

Como hemos podido observar, los destinos que hemos analizado vienen a corroborar nuestra idea inicial de que la oferta de Ocio, turística en este caso, trata de ofrecer experiencias globales que combinan varias dimensiones del Ocio. Las actividades se encuentran contextualizadas en una oferta más amplia que en todos los casos complementa la diversión con el conocimiento de la cultura de los destinos que se visitan, lo cual contribuye al enriquecimiento personal de los usuarios. Aunque la actividad fundamental por la que el usuario acude es el descanso, la práctica deportiva, el conocimiento de otros pueblos o lugares, este objetivo siempre se complementa con otros aspectos que dan la impresión de que se compra una experiencia global.

—Empresas dedicadas a la actividad deportiva.

- Empresas que ofertan directamente actividades deportivas. Hemos elegido la empresa Kirik, sita en Getxo y una colección de gimnasios privados de Bilbao y en todos los casos se apela a la salud como fondo de una buena imagen física, de salud, aunque para ello propongan diferentes formas de participación: desde la gimnasia tradicional, pasando por la musculación, aeróbic, etc., hasta la llamada de «New Age» que canaliza las filosofías orientalistas respecto de la alimentación, los puntos de energía, la conexión con el universo, y otros. Más específicamente, Kirik, oferta deporte, por supuesto, pero son paseos por la Reserva de la Biosfera de Urdaibai, Espeleología en el Gorbea, Paseos combinados en una jornada de trayectos en piragua, escalada y bicicleta, etc. En este caso el deporte se une al medio ambiente y al patrimonio naturaleza de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- Empresas que ofertan material para hacer deporte. Por ejemplo las empresas que comercializan el calzado deportivo, reclaman al cliente a través de la imagen fetiche del campeón en su momento de gloria para que fundamentalmente el adolescente que es cliente potencial mayoritario se identifique con los logros del icono a través de la compra del producto.

COMENTARIO DE LOS INDICADORES ELEGIDOS

En ambos casos de empresa dedicadas a la producción deportiva se apela a la plenitud física, al Ocio en su dimensión de desarrollo personal a través de la salud. En el caso de los gimnasios particulares la oferta incluye la dimensión del Ocio como desarrollo personal a través de las técnicas de relajación y autoconocimiento contempladas desde filosofías orientales. La empresa elegida, Kirik, por su parte, oferta deporte desde la perspectiva del respeto y la conservación del medio ambiente o del disfrute del patrimonio de naturaleza dentro de la CAPV. Conecta así con las dimensiones medioambiental y solidaria, en lo que a conservación del entorno de todos se refiere. Sin embargo, en el caso de las empresas que ofertan material deportivo, aunque la imagen del triunfador no deja de ser un reclamo positivo, lo que prima es el negocio del agente frente a la satisfacción del usuario que resultará ficticia o condicionada por la obsesión por la imagen.

—Empresas dedicadas a la actividad cultural

- Librerías, Tiendas de discos, videoclubes., Tiendas de «hobbies», Cadenas de cines, teatros, etc., Casas de discos, productoras de TV, editoriales,... son empresas que producen directamente «cultura» o que llenan el tiempo libre o que distraen, que invitan al juego participativo, etc. En suma, todas ellas, ofrecen Ocio en todas sus dimensiones aunque de manera desigual y también de manera desigual apelan a estas últimas para atraer el cliente. Así existen los llamados programas de TV basura y las editoriales de prestigio, o, mejor, en un video-club la oferta de películas de cine es tan completa como lo permita el mercado dominante.
- Grandes superficies.
Las llamadas grandes superficies, los hipermercados, incluyen entre sus productos muchos de los que se relacionan con el Ocio de las empresas culturales que acabamos de mencionar, pero en sí mismos, son un espacio de Ocio en el sentido de que ofertan también no sólo productos sino servicios de Ocio y son espacios lúdicos de uso frecuentado. Se organizan y distribuyen como espectáculos luminosos, coloristas y musicales en donde el cliente es el dueño de todo

cuanto pueda tocar y comprar. Se apela en este caso a la forma más ruin de llenar el tiempo libre, llenándolo de colorines y de músicas que excitan el ansia consumista del cliente. Es el lado negativo de las dimensiones del Ocio.

COMENTARIO DE LOS INDICADORES ELEGIDOS

Las empresas de producción cultural, sea cultura o Cultura lo que producen apelan directamente a todas las dimensiones del Ocio pero el caso de la Grandes Superficies que pone a la venta entre otros, los productos culturales y que también ofrece servicios de Ocio es el extremo inferior de la cadena el referente de Ocio que hay que rechazar porque excita inconscientemente los instintos más básicos del cliente con el único propósito de hacer negocio aunque sea a través de la compra compulsiva.

En la siguiente tabla reflejamos las áreas y campos definidos y la forma en que reflejan la concepción que se tiene de Ocio:

Tabla 2

Area: Educación

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
Enseñanza no universitaria	Actividad física, ocio y salud» Transversales.	Educativa, Terapéutica Social.	Preventivo.	Tiempo libre.
Enseñanza universitaria	Postgrado del Instituto interdisciplinar de estudios de ocio, Universidad de Deusto.	Desarrollo personal y comunitario.		
Postgrados similares en otras universidades	Cultural.			
	Estudios no relacionados con el ocio (otras licenciaturas).	Social. Comunitario. Desarrollo personal.	Preventivo. Inserción social.	Desarrollo personal y comunitario.

Area: **Educación** (Continuación)

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
	Trabajo social.			
	Educación social.			
	Psicología.			
	Pedagogía.			
	Filosofía.			
Enseñanza no reglada	Educación permanente de adultos.	Social. Comunitario. Desarrollo personal.	Inserción social.	Desarrollo personal y comunitario.
	Ocio cultural universitario.	Desarrollo personal.		

Area: **Entidades que ofertan actividades de ocio**

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
BBV (acción cultural)	Exposiciones.	Creativa.	Imagen de marca.	Creativa.
BBK (acción sociocultural)	Exposiciones, conferencias.	Creativa, social.	Imagen de marca.	Desarrollo comunitario.
Once	Inserción laboral.	Solidaria.	Social.	Desarrollo personal y comunitario.
Inserso	Salud.	Solidaria.	Social.	Desarrollo personal y comunitario.

Area: **Empresas turísticas**

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
Agencias mayoristas de viajes	Turismo	Recreación, desarrollo personal	Imagen de calidad	Experiencia global

Area: **Empresas deportivas**

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
Empresas que ofertan directamente actividades deportivas	Salud, competición.	Social, Medioambiental, Solidaria.	Social, naturaleza.	Recreación salud.
Empresas que ofertan material para hacer deporte		Desarrollo personal.	Fetichismo.	Extremo negativo.

Area: **Empresas dedicadas a la actividad cultural**

Campo	Actividad	Dimensión	Uso	Ocio
Librerías. Tiendas de <i>hobbies</i> . Cadenas de cines, teatros, etc. Casas de discos, productoras de TV, editoriales. Tiendas de discos, videoclubes		Todas.	Reclamo y oferta.	Tiempo libre, recreación, cultura.
Grandes superficies		Todas.	Consumismo.	Extremo negativo.

CONCLUSIONES

En todos estos casos hemos podido demostrar que en efecto el uso del Ocio bajo diferentes concepciones pretende la experiencia global que espera el usuario. Hemos visto que en todos o ámbitos de actividad humana se refleja alguna concepción de Ocio: como reclamo o como oferta pero de una manera difusa y muy desigual pero también que los agentes ofertan sus actividades, productos o servicios ajustándose a algunas o a todas las dimensiones del Ocio para fines propios tal y como a continuación resumimos:

1. En la enseñanza universitaria y en la Educación Permanente de Adultos, el Ocio se contempla desde la perspectiva básica del desarrollo personal. En los niveles obligatorios se contempla como una línea educativa transversal, pero dirigida hacia la prevención social. De modo general, en los Centros educativos de cualquier nivel de enseñanza, la introducción de términos de gestión como la «Calidad», «Evaluación de Centros», «Planes de Mejora», en busca de la Calidad Total en el sentido empresarial, determina el hecho de que haya tomado fuerza la idea de que el complemento humanístico de la formación pasa necesariamente por la inclusión en los currículos educativos de asignaturas y actividades directamente relacionadas con el Ocio como factor de desarrollo personal complementario a otras facetas de la existencia.
2. Desde el punto de vista de las entidades con y sin ánimo de lucro que ofertan actividades de Ocio, la función principal de esta oferta es la de lograr una imagen de «prestigio». Pero, al mismo tiempo, estas entidades son conscientes de que si quieren que los usuarios potenciales respondan a este reclamo es necesario adaptarse o responder a sus expectativas en relación con este tipo de actividades. Y, como ya hemos dicho, la experiencia de Ocio es vista como una experiencia global que contribuye al enriquecimiento personal.
3. Las empresas que ofertan de forma comercial actividades de Ocio también tienden a adoptar esta idea global de Ocio. Así, en el caso de las empresas de actividades turísticas observamos que la experiencia turística parece incompleta si se oferta sin integrar en las expectativas de los usuarios potenciales la idea de adquisición y disfrute de cultural, etc. junto con los servicios que derivan en la diversión. En lo que respecta a las empresas que ofertan actividades deportivas se tiende a incluir la idea de que realizar este tipo de actividades también implica la posibilidad de relacionarse con distintos colectivos y se emplea como justificación de viajes en grupo, intercambio de experiencias, etc. Por último, las empresas que ofertan actividades culturales introducen en la pu-

blicidad de sus productos ideas relacionadas con las otras dimensiones del Ocio, con el disfrute de una calidad de vida determinada, el crecimiento personal a través de la cultura.

Como podemos apreciar, para las empresas comerciales la idea de desarrollo personal a través del Ocio como fenómeno global es una excusa para introducir en el mercado sus productos, pero el efecto que produce, además del beneficio comercial buscado por los propios agentes, es el enriquecimiento personal de los usuarios salvo en los casos mencionados en los que se apela a los instintos básicos del cliente.

EL ROL DE AISIKER ANTE LA TRANSFORMACION DEL PERFIL DEL PROFESIONAL DEL OCIO Y LA GLOBALIZACIÓN DEL OCIO

Las consecuencias personales, individuales y colectivas, las sociales, desde el punto de vista de los usuarios, y las profesionales o económicas, desde el punto de vista de los profesionales de Ocio Y OTROS, que ha generado la extensión de la idea de que el Ocio debe ser tratado como una experiencia global han suscitado el interés de AISIKER, como asociación de titulados de Ocio.

En este sentido, ya hemos mencionado las acciones emprendidas desde nuestra asociación para verificar que en cualquier actividad profesional, se trabaja, aparentemente, y como acabamos de ver, con una idea distinta o, mejor, con un concepto singular de Ocio, que no contempla más que desde una perspectiva parcial, alguna de las dimensiones que lo conforman.

También hemos mencionado las acciones para constatar la indefinición del perfil del profesional del Ocio y de las actividades inherentes a su rango.

AISIKER, como asociación que trata de servir de puente entre el mundo académico y profesional, y otros ha considerado oportuno tratar de recoger todas las interpretaciones que realizan los profesionales del Ocio con el fin de crear un punto de encuentro entre los agentes implicados con el fin de que éstos puedan darse cuenta del acervo de ideas común que están utilizando en su quehacer diario.

Esta base puede ser mejorada, con el fin de que los propios profesionales puedan hacer un mejor uso de ella y también con el objetivo de que los usuarios satisfagan sus expectativas la calidad de su Ocio, sirviendo la experiencia hemos presentado junto con las mencionadas, que ha realizado Aisiker, para que los propios profesionales puedan potenciar la idea de Ocio como medio para el enriquecimiento personal.

Ya hemos dicho anteriormente que el objetivo de esta ponencia no es discutir ni analizar el rol del usuario de productos o servicios de Ocio. Sin embargo es, naturalmente el usuario el objetivo final de toda actividad de Ocio: es su satisfacción lo que se persigue desde la perspectiva del Ocio como desarrollo personal. En este sentido la actitud tiene que ser la misma que se ha generado, por ejemplo, en el ámbito de la salud: ha pasado de depender de la suerte o del médico, de la farmacopea, a la prevención voluntaria, a la planificación de *estilos de vida saludables* y este es el objetivo que perseguimos: que el usuario sea el agente planificador de su estilo de Ocio: es la *demandas de estilo de Ocio* lo que debe guiar al profesional. Según hemos visto, las empresas, los agentes de Ocio crean falsamente unos estilos de Ocio desde su perspectiva y sus intereses profesionales que en general están altamente especializados y reclusos en compartimentos estancos.

Este aislamiento de actividades y la segregación de las dimensiones del Ocio que conlleva es lo que hay que evitar, para que la demanda del usuario que siempre busca la experiencia global, sea satisfecha con la respuesta adecuada, es decir, con una oferta globalizadora.

Desde nuestro punto de vista, si tomamos el lado de la oferta, de los profesionales que la definen, estos deben ser conscientes de que el usuario busca una «experiencia de Ocio», busca como fin último el crecimiento personal. De este modo, el usuario potencial se acercará a esa oferta en el momento en el que perciba que puede proporcionarle la consecución de ese objetivo. Ofertar actividades de otro modo y sin utilizar este fondo común a todas ellas sería volver a la fragmentación.

Entonces: la práctica diaria, la gestión ha llevado a los programadores ha tomar conciencia de que, si es una experiencia integral la que se demanda, es precisamente hacia ese objetivo hacia el cual se deben encaminar. De este modo, existe una franja entre lo ofertado y lo demandado que debe ser reducida, por una parte, para que

el gestor obtenga los objetivos que desea con su oferta (ya hemos visto que según sea un agente u otro tendremos distintos objetivos: prestigio, fines comerciales, sociales) y, por otra parte, para que el usuario obtenga la satisfacción de sus expectativas, una vez que su percepción de lo obtenido mediante el consumo se acerque a estas.

Y para todo esto Aisiker considera que su papel en el momento y situación actuales es:

1. Defender la educación del individuo para que se enfrente con las herramientas adecuadas a sus decisiones y para que sea autónomo en su elección, demandando un producto-servicio para su desarrollo personal.

La *educación* del profesional, desde la perspectiva globalizadora del Ocio, le permitiría respetar y ofertar su producto-servicio con esta finalidad. Es decir que, aquí los profesionales cubrirían su labor específica vendiendo el producto que les compete, pero de modo que eduque al usuario asesorando, para que la elección de este último sea realmente personal, responsable. Además el profesional del Ocio gestiona, es decir, desde su puesto cualificado, planifica, organiza e incluso canalice la demanda de Ocio globalizado, pero con el fin último de garantizar el acceso por igual a todos los ciudadanos.

2. Mantener una presencia social entre los profesionales de Ocio sea cual sea su ámbito de especialización actual, y ante las Instituciones y empresas que los contratan y ofertan productos o servicios de Ocio.

La situación actual de indefinición de los perfiles formativos y profesionales nos permite, desde el ámbito de Estudios de Ocio, aportar una visión novedosa, integradora y en proceso de actualización permanente, para alentar el debate profesión/asociación/usuario.

3. Sensibilizar todas las personas implicadas perspectiva solidaria asociativa.

Cada profesional de Ocio es el protagonista de su oferta y de su modo de gestión. El profesional de Ocio ha de respetar y ofertar el producto servicio demandado, no crear la oferta a priori desde sus intereses y a posteriori, de manera artificial,

la demanda. Cada usuario es el protagonista de su experiencia. La responsabilidad es individual y no se delega.

Como la globalización es un proceso continuo la información, la adecuación de hábitos y actitudes para que el comportamiento ante situaciones inesperadas, no responda a estereotipos heredados pero obsoletos y nada enriquecedores. Actuando de la manera que proponemos estableceríamos una *red conceptual* con diferentes nodos según el ámbito de actividad, pero al igual que en una red, si se rompe la conexión entre dos nodos consecutivos, la red comienza a deshacerse y pierde eficacia, deja de ser útil para el objetivo que fue diseñada. Para que esto no ocurra en el mundo del Ocio, es necesario sistematizar la gestión considerando cada una de sus dimensiones como un nodo de la red, distinto pero inseparable de los demás. Así la oferta de Ocio planificada y programada se adaptaría al público objetivo, al contexto, a la actividad en sí misma, a los recursos del agente de Ocio y a los del usuario, garantizando el acceso en cualquier circunstancia. Se conseguiría, en suma, un producto-servicio propio diferenciable por el usuario y distinguible en su globalidad y complejidad.

Los tres objetivos de Aisiker que hemos mencionado al comienzo engloban esta propuesta que no deja de ser para nosotros mismos un reto que nos planteamos convencidos de nuestro éxito.

Referencias bibliográficas

- ALVAREZ HERNÁNDEZ, J. (1997). *Habilidades Sociales 1*. Escuela Española. Madrid.
- CASTELLS, M. (1996) *The Rise of the Network Society The information age: Economy, Society and Culture*. Vol 1. Blackwell Publishers. Cambridge, MA.
- CUENCA, M. (1995). *Temas de Pedagogía del Ocio*. Universidad de Deusto. Bilbao.
- CUENCA, M. (1997) «Ocio y Animación Socio-cultural: Presente y futuro». En Jaime TRILLA (Coord.), *Animación Sociocultural. Teorías, programas y ámbitos*. (pp. 343-357) Ariel Educación. Barcelona.

- CUENCA, M. (1999). Ocio y formación: Hacia una equiparación de oportunidades mediante la Educación del Ocio. Universidad de Deusto. Documentos de Estudios de Ocio. No. 7. Bilbao.
- LORD, J. et al. (1991) «Narrowing the options: The Power of professionals in daily life and leisure», en *Recreation and Leisure: Issues in an era of change*, Goodale and Witt ed., 3ed., Venture Publishing, State College, PA.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. (1996) «Los desafíos del Ocio». En M. CUENCA, Los desafíos del Ocio. (pp. 13-46) Universidad de Deusto. Documentos de Estudios de Ocio n.º 3. Bilbao.
- SAN SALVADOR DEL VALLE, R. et al. (2000). Los Centros Cívicos ante el Nuevo Milenio. Nuevos retos de participación, descentralización y territorio. Ayuntamiento de Getafe. Miraguano Ediciones. Madrid.
- WITT, P.A., (1991) «Gaining professional status: Who benefits?», «Narrowing the options: The Power of professionals in daily life and leisure», en *Recreation and Leisure: Issues in an era of change*, Goodale and Witt ed., 3ed., Venture Publishing, State College, PA.

Anexo

1. L.O.G.S.E.: Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.
2. L.E.P.V.
3. Materiales curriculares:
 - 3.1. Colección de materiales curriculares.
Diseño Curricular Base de Actividad Física Ocio y salud I.D.C.
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
 - 3.2. Colección de materiales curriculares n.º 63.
Iniciación Profesional y Técnicas para la Búsqueda de Empleo.
Apdo V I.D.C.
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
 - 3.3. Materiales para Diversificación Curricular: Ámbito Lingüístico-Social I.D.C.
 - 3.4. Materiales para la Educación Permanente de Adultos. I.D.C.
 - 3.5. Documentos para la difusión del Diseño Curricular Base de la C.A.V. n.º 23: Líneas Transversales. I.D.C.
4. Actas del Congreso de Formación de Personas Adultas.(Eibar, Septiembre de 1998).

TERCERA PARTE

Experiencias e investigaciones
que denotan el protagonismo
del voluntariado

Interrelación entre ONG y ciudadanía: análisis de la base social de Médicos Sin Fronteras-España

Bernardo García Izquierdo

En España, existen alrededor de 21.820.396 personas que figuran como socios de al menos una entidad no lucrativa. El número total de cuotas se estima en unos 26 millones, de las cuales casi el 40% se destinan a actividades relacionadas con la sociedad del ocio¹ No obstante, el sector que ha experimentado en las dos últimas décadas un crecimiento más importante en cuanto a apoyo ciudadano es el relativo a la cooperación internacional. Si se toman como referencia las organizaciones federadas en la Coordinadora Estatal de ONGD², éstas han pasado de contar con el apoyo de unos 900.000 socios en 1993³ a obtener el respaldo de cerca de 1.700.000 en 1998⁴.

¹ Varios autores (1999): 10.

² Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo. Bajo esta denominación genérica se incluyen tanto aquellas asociaciones que se dedican a la cooperación para el desarrollo como las que realizan intervenciones humanitarias en contextos de emergencia.

³ Coordinadora de ONGD – España (ed.), 1994: 219.

⁴ Coordinadora de ONGD – España, 2000.

En esta sociedad que transita sin desmayo por las superestructuras que configuran los flujos y las redes de información, se aprecian síntomas de una necesidad por desarrollar un encuentro comunicativo con el otro que sea más personal, más cercano, más involucrado, más relacional. En esta sintonía por encontrar categorías distintas de las que ofrece el «proyecto moderno», se encuentra un número creciente de individuos que desarrollan una parte significativa de su identidad social a través de la participación en proyectos solidarios desde el aprovechamiento de sus espacios «ocio-sos». Los requerimientos técnicos, informativos, formativos y temporales que demanda el ejercicio responsable y eficaz del voluntariado conducen a un gran número de personas sensibilizadas con la necesidad de construir tejido social desde y con el otro a optar por una mediación menos activista pero igualmente válida e imprescindible, cual es la colaboración financiera regular como socio. Desde esta contribución, se pueden abarcar otros campos como los relativos a la movilización, difusión y aportación de ideas, contactos, bienes y servicios.

Con el fin de que las asociaciones en general, y las ONGD en particular, aporten herramientas útiles para canalizar y potenciar las dimensiones intersubjetivas de este encuentro voluntario entre ciudadanos de «aquí» y de «allí», es preciso que se investiguen las percepciones, simbologías, significados, sentidos e identidades de cada sujeto, tanto lo que se pone en juego en la relación intercultural como lo que resulta opaco a la luz de lo social. Los nuevos movimientos sociales necesitan del diagnóstico comunicacional para poder entender la complejidad del proceso de encuentro comunicativo, desde la que dinamizar la construcción social de los sujetos a partir del cruce abierto entre identidades culturales de naturaleza híbrida.

Desde este paradigma sociocultural, se propone un primer acercamiento a la investigación de las mediaciones que surgen entre ciudadanos y ONGD, cual es aquel que se circunscribe a la identificación del perfil de la base social desde dimensiones estáticas, dinámicas, descriptivas e intersubjetivas. En este sentido, se trataría de encontrar elementos contrastados y fiables de información que iluminaran la respuesta a cuestiones como las siguientes: ¿conocemos en la asociación quiénes son nuestros socios?, ¿sabemos lo

que piensan de la asociación?, ¿tenemos alguna idea sobre cuáles son sus expectativas al respecto?, ¿podríamos aventurar cuál es su disposición a colaborar y participar más intensamente con la asociación?, ¿tenemos alguna referencia sobre lo que podrían aportar a la asociación?

En la mayoría de las asociaciones se desearía encontrar la respuesta adecuada a estas cuestiones para tomar las decisiones más acertadas respecto a cómo montar un acto público, qué mensajes incluir en el próximo número de nuestra revista, cómo concienciar sobre los problemas a los que se enfrenta la organización en el terreno, qué hacer para captar nuevos socios, cuántos recursos invertir en la próxima campaña, etc.

Si se desarrolla con éxito esta política de acercamiento y apertura a los ciudadanos que colaboran con la asociación, el progresivo conocimiento mutuo que se alcance con la misma permitirá aprovechar en mayor medida las potencialidades de intercambio y aprendizaje que existen entre ambos colectivos. Como resultado natural de todo ello, el papel de la base social como inspiradora y legitimadora tanto de la razón de ser como de la dinámica operativa de la asociación adquirirá plena relevancia y contenido.

El camino para la consecución de todas estas bondades encuadradas en la construcción de tejido social mediante el impulso de lo asociativo comienza con la disposición favorable a mantener una relación continuada de diálogo con todos los que están o se quiere que estén en el entorno de la asociación. Se debiera empezar a trabajar, a crear, desde fuera de la organización, desde los ciudadanos —colaboradores/donadores y desde los ciudadanos— beneficiarios. En definitiva, se necesita tener un conocimiento mínimo sobre aquellos sujetos con los que se aspira a tener un proceso de encuentro permanente en la creación de nuevas dimensiones interculturales.

En el trabajo de investigación que aquí se presenta, esta propuesta de trabajo asociativo se ha concretado en el análisis de la base social de Médicos Sin Fronteras – España (MSF-E). Esta organización humanitaria es una de las pocas ONGD españolas en las que su amplia notoriedad entre la sociedad va acompañada del importante apoyo recibido de ésta. No obstante, los responsables de la organización comprendieron que para que los ciudadanos se com-

prometieran verdaderamente con su proyecto asociativo era preciso «darles información («que sepan»), ofrecerles espacios de participación («que hagan»), y concienciarles sobre su responsabilidad social («que sean»)»⁵. De aquí se dedujo que MSF-E, como el resto de asociaciones, debería cuidar especialmente la transparencia y el aprendizaje como medios esenciales para generar la confianza suficiente entre su organización y el ciudadano. Sólo así se logrará paulatinamente que la base social se involucre cada vez más en el proyecto MSF-E, obteniendo como resultado una mayor fidelidad, estabilidad y creatividad en el apoyo que presta a la asociación.

Antecedentes

Esta investigación es continuidad de la que se realizó entre 1995 y 1998, con ocasión del desarrollo de la tesis doctoral del mismo autor. En el citado precedente, se recurrió a la misma sistemática procedimental de investigación que en la presente ocasión. La principal diferencia reside en que la finalidad de la que se realizó entonces se concretaba en el diseño de un Sistema de Información Marketing para mejorar la toma de decisiones respecto a la base social. Por lo tanto, el colectivo de referencia para la investigación abarcó un mayor número de partícipes sociales y de ámbitos de la organización. No obstante, a nivel de recogida de información primaria a través de cuestionario, en aquella ocasión se manejaron 555 encuestas válidas obtenidas a partir de un envío de 6.564 cuestionarios, mientras que en la presente ocasión se han analizado las opiniones de 3.398 socios recibidas gracias a un envío de 23.850 cuestionarios.

Necesidades informativas

La investigación que nos ocupa se inicia en octubre de 1998 con la identificación de las temáticas que se consideraban más

⁵ García Izquierdo, 1998: 194.

apropiadas para describir en profundidad el perfil al colectivo de socios de MSF-E. Después de varias reuniones con la responsable de marketing, en las que se tratan de identificar las necesidades informativas que percibe como prioritarias para gestionar debidamente la base social de la organización, se delimita el campo temático de la investigación a las siguientes áreas:

- 1) Visión práctica de la solidaridad.
- 2) Grado de conocimiento y discriminación de las ONG respecto a MSF-E.
- 3) Percepción global de MSF-E.
- 4) Grado de conocimiento de MSF-E.
- 5) Valoración de la comunicación de MSF-E.
- 6) Relación entre MSF-E y sus socios.
- 7) Líneas de futuro.
- 8) Variables de clasificación.

Data secundaria y delimitación del colectivo

Para la obtención de la referida información, se comenzó por consultar el registro existente sobre socios y donantes. Se trata de una base de datos que recoge el nombre de aquellas personas o entidades que en algún momento han realizado alguna aportación a MSF-España. Por lo tanto, no se incluyen, debido a la imposibilidad manifiesta de identificación, las donaciones recibidas de forma anónima.

En esta base de datos, el concepto de socio se define como el donador activo del que se dispone la dirección completa y que realiza la aportación a través de una orden bancaria.. Según esta definición, MSF-España contaba en enero de 1999 con 50.555 socios. Por otro lado, el concepto de donante se emplea para identificar al contribuyente activo con dirección, pero que realiza su aportación por método distinto del de la domiciliación bancaria (transferencia, cheque, giro, etc.). El número de donantes en la misma fecha es cercano a 81.500. En la distinción entre donantes activos y pasivos, el criterio es que pasan al segundo grupo aquellos que no han realizado una aportación en los últimos 24 meses.

En esta consulta a la base de datos de los socios de MSF-E, se recogió información de la evolución cuantitativa de este colectivo desde la constitución de la asociación en 1987 hasta 1999. A partir de las cifras del número de socios y donantes y de las cantidades aportadas por cada uno de los subcolectivos, se calcularon las siguientes variables: variaciones interanuales del número de aportantes y de las cantidades donadas, peso específico de las cantidades donadas por los socios sobre el total de donaciones, peso relativo de los donantes activos y pasivos, aportaciones medias y vida media del socio y del donante.

Desde el punto de vista estadístico, se optó por realizar un muestreo aleatorio estratificado. A tal fin, se seleccionaron los siguientes criterios de segmentación: lugar de residencia del socio y edad. Basándose en investigaciones previas y en el análisis del impacto de determinadas acciones de comunicación externa, se consideró que estos criterios eran especialmente discriminantes en cuanto a la identificación de subcolectivos con características distintas respecto a las cuestiones que iban a ser consultadas.

Como resultado de esta doble desagregación, el colectivo total de socios quedó fragmentado en seis subgrupos de la siguiente forma:

	< 31	31-50	> 50	Total
Cataluña	1.035	7.249	2.205	10.489
Comun. Madrid	1.265	11.008	2.744	15.017
Resto España	2.730	18.607	3.712	25.049
Total	2.730	18.607	3.712	25.049

Para relativizar los resultados obtenidos en la encuesta, se consultaron otras fuentes estadísticas como la base de datos poblacional del INE, una investigación realizada por la revista Consumer⁶ y otra llevada a cabo por Carmen Marcuello Servós⁷.

⁶ Consumer (ed.) (1998).

⁷ Carmen Marcuello Servós (1999).

Investigación cualitativa

La información necesaria para configurar el cuestionario debía provenir de una toma de contacto previa con el colectivo al que se iba a encuestar. En ese encuentro, se debería contrastar el nivel de conocimiento y comprensión de las temáticas seleccionadas con anterioridad. Gracias a esas opiniones, se podría evaluar el grado de significatividad de las áreas elegidas así como de realizar una consulta a los socios sobre las mismas, se consideraría la posibilidad de contemplar alguna temática adicional, se conocerían aspectos problemáticos o polémicos de los temas planteados y se obtendría una variedad amplia de opiniones, fruto de lo cual se facilitarían y orientaría la redacción de las opciones de respuesta del cuestionario, y finalmente, se conocerían matices del lenguaje que pudieran plantear problemas de comprensión para los futuros encuestados.

Por consiguiente, en noviembre de 1998, se realizaron 4 dinámicas de grupo, dos en Barcelona y otras dos en Bilbao. En cada lugar, una de las reuniones fue con socios⁸ y otra con personas que, sin ser colaboradores de MSF-E, cubrían el perfil medio de los donantes de la organización. En todas las dinámicas, se empleó material de comunicación elaborado por la sede de MSF-E durante los dos últimos años (trípticos, anuncios, vídeo, revista, etc.), y la totalidad de las opiniones quedaron registradas en vídeo para su posterior transcripción literal.

Para complementar esta información con visiones más formadas e informadas del tema y, principalmente, para lograr un principio de consenso sobre la necesidad y bondades de esta investigación, en diciembre de 1998, se desarrolló una dinámica grupal con el departamento de comunicación y otra con la mesa de dirección. En ambas, se siguió una metodología similar a la empleada en las dinámicas anteriormente citadas, es decir, diálogo semiestructurado en base a un guión, donde la finalidad es la obtención del mayor número de matices posible, a través de los cuales quede reflejada la percepción y opinión que los participantes tienen sobre los temas propuestos.

⁸ Se procuró, en la medida de lo posible, que el grupo fuera una muestra representativa del conjunto de los socios, para lo cual se buscó una composición del mismo que respondiera a las características más destacadas de la base social.

En enero de 1999, se transcribieron todas las dinámicas, se analizaron mediante la categorización de la información y su resultado se volcó en la redacción del cuestionario para realizar el análisis cuantitativo.

Configuración del cuestionario

Con toda la información cualitativa recaba hasta la fecha, en febrero de 1999 se presentó el primer borrador del cuestionario.

Después de todas estas consultas, averiguaciones y opiniones recabadas, en febrero de 1999 se elaboró una versión provisional del cuestionario, cuyas características eran las siguientes:

- 1) N.º de preguntas: 20.
- 2) Tipología de variables a medir: atributos dicotómicos y multicotómicos.
- 3) Tipología de escalas de medición: nominales, ordinales y de relación.
- 4) Tipología de respuestas: cerradas. Excepcionalmente, se dejó alguna opción abierta donde el número de respuestas posibles, con probabilidades significativas de ser seleccionadas, era muy alto.
- 5) Tipología de valoración de las opciones de respuesta: todas las escalas eran de 1 a 3 y sólo de emplearon cuatro modalidades de respuesta.
- 6) Variables de clasificación: sexo, edad, estudios, profesión, estado civil, periódico de lectura habitual, lugar de residencia, medio de conocimiento de MSF-E, colaboración con otra/s ONG y fórmula para hacerse socio de MSF-E.

Preparativos previos al sondeo

El cuestionario era anónimo, ofreciéndose la posibilidad de indicar voluntariamente los datos personales. Al comienzo del mismo, se introdujeron unas breves instrucciones o recomendaciones para su correcta cumplimentación.

Las preguntas se ordenaron según lo están en las temáticas que anteriormente se citaron, ya que se consideró que era una manera progresiva y asequible de ir introduciendo al encuestado, desde lo más sencillo y general hacia lo más complejo y concreto.

Antes de darle al cuestionario el carácter de definitivo, se realizó un *pre-text* con una pequeña muestra de socios, de personal de MSF-E y se sometió a evaluación por parte de expertos en la técnica de investigación de mercados. Finalmente, se aceptó tal y como estaba estructurado, aunque se realizaron pequeños retoques en el enunciado de algunas de las opciones de respuesta. En marzo de 1999, quedó redactado de forma definitiva.

Para que el cuestionario fuera favorablemente aceptado por los socios y otros donadores privados de MSF-España y se alcanzara un índice de respuesta suficientemente representativo de este colectivo, se adelantó la realización de esta investigación así como la justificación de la misma en un número de la revista que se distribuye a los socios y con el envío del cuestionario se adjuntó una carta de presentación del mismo firmada por el Director General de la organización, en la que se exponían sucintamente los motivos de la investigación y se pedía la colaboración de los socios en esta iniciativa. De nuevo con la intención de facilitar la cumplimentación del cuestionario, todas las preguntas se agruparon en un único documento desplegable, cuya parte externa reflejaba el logotipo de la organización.

Realización del sondeo

En abril de 1999, se produjo e imprimió el cuestionario y se extrajeron de la base de datos los destinatarios del mismo, de manera aleatoria y segmentada. En mayo, se envió el cuestionario, y durante junio, julio y agosto se recogieron las respuestas al mismo.

Se manejó un volumen de envíos de 23.850 personas, habiéndose recibido 3.398 respuestas válidas cuya desagregación queda reflejada a continuación:

	<31	31-50	>50	Total
Cataluña	142	496	220	858
Comun. Madrid	177	524	231	932
Resto España	549	716	343	1.608
Total	868	1.736	794	3.398

Por lo tanto, se obtuvo un índice de respuesta del 14,25%, sin haberse ofrecido ningún incentivo y tratándose de un cuestionario significativamente amplio.

Gracias a este amplio índice de respuesta, para un intervalo de amplitud del $\pm 2,5\%$, se ha alcanzado un grado de confianza del 99,865%, es decir, el índice de error es de sólo un 0,135%. No obstante, la muestra obtenida, no permite sacar conclusiones para cada combinación de las variables de segmentación con el mismo nivel de fiabilidad que para el colectivo en su totalidad.

Si se analiza en detalle cada subgrupo, las proporciones de respuesta en cada uno de ellos llevan a la conclusión de que las áreas geográficas están correctamente representadas (con un pequeño sesgo a favor de Cataluña) y que los grupos de edad tienen un sesgo desfavorable hacia las personas comprendidas en el intervalo entre 31 y 50.

Cada subcolectivo definido según el lugar de residencia se haya debidamente representado con grados de error en la estimación inferiores en todo caso al 6,1%.

	Colectivo	Muestra
Cataluña	20,74%	25,25%
Comun. Madrid	29,70%	27,42%
Resto España	49,54%	47,32%

Cada subcolectivo definido según la edad de cada individuo se haya razonablemente representado. Se advierte un sesgo claramente favorable al grupo de edad inferior a 31 años, compaginado

con un sesgo desfavorable a la presencia en la muestra del grupo entre 31 y 50 años. En cualquier caso, el error en la estimación nunca supera el 6,9%.

	Colectivo	Muestra
< 31	9,94%	25,5%
31 - 50	72,91%	51,1%
> 50	17,13%	23,3%

La variable sexo está debidamente representada.

	Colectivo	Muestra
Hombre	44,8%	47,4%
Mujer	55,2%	52,2%

La variable profesión está razonablemente representada.

	Colectivo	Muestra
Estudiante	3,5%	6,1%
Ama de cas	4,2%	3,6%
Cta. propia	13,7%	11,2%
Cta. ajena	74,2%	67,4%
Parado	0,005%	3,3%
Jubilado	3,7%	8,1%

Tratamiento de los datos

En septiembre de 1999, se introdujeron los datos, y durante octubre y noviembre se procedió a analizar los resultados.

En la fase analítica, se comenzó por depurar la base de datos y prepararla convenientemente para obtener de ella toda la información estadística que se considerara relevante a través del manejo del programa SAS/STAT.

Se comenzó por la obtención de un completo panorama de la estadística descriptiva aplicada a la citada base de datos. Los primeros datos que se solicitaron fueron los referentes al recuento de frecuencias, tanto absolutas como relativas, de cada modalidad en cada pregunta. Para aquellas variables que tenían contenido numérico, se solicitó una tabla de valores descriptivos, que incluía estimaciones de la media y de la desviación típica, el punto máximo y mínimo de la escala y el número total de encuestados que habían adjudicado alguna valoración a la variable en cuestión.

A continuación, se hizo una mínima incursión en el campo de la econometría a través de la realización de cruces de variables para comprobar si existía algún tipo de influencia de unas sobre otras.

Los criterios para realizar este tipo de análisis fueron los de cruzar las variables de clasificación con las variables incluidas en algunas preguntas que se consideraron representativas de las áreas temáticas contempladas en el cuestionario, cruzar las respuestas de variables idénticas contenidas en diferentes preguntas, cruzar variables cuyas respuestas puedan transmitir una determinada actitud ante un tema, cruzar variables que ayuden a matizar la validez de una determinada opinión y cruzar variables de clasificación entre sí para buscar perfiles definidos dentro de la muestra. Con la información resultante, se pretendían identificar relaciones claras entre las respuestas dadas ante una determinada cuestión, que sirvieran para orientar en la toma de decisiones ante iniciativas un tanto novedosas o controvertidas, así como la posible pertenencia de los individuos a un grupo con unas características sociales determinadas. Como consecuencia de la constatación de dichas relaciones, se extraerían criterios claros de posicionamiento, segmentación y diferenciación, tanto a nivel estratégico como operativo.

Resultados del muestreo

Los objetivos explícitos de esta investigación eran evaluar el impacto de las acciones de comunicación emprendidas en los dos últimos años por parte de MSF-E, evaluar la influencia que MSF-E ha ejercido sobre el comportamiento de los socios, buscar una

mayor complicidad con los socios y facilitar la toma de decisiones en lo referente a la relación con los socios, favoreciendo con ello la gestión interna.

En función de este referente, el informe definitivamente presentado en marzo de 2000 confirma que tanto la estrategia como las políticas seguidas por MSF-E en materia de comunicación han cumplido con el objetivo de informar y formar a la base social en las materias relevantes a efectos de una mayor concienciación sobre las problemáticas con las que se enfrenta la organización y sobre la realidad estructural y operativa de MSF-E. Se podría decir que en los tres últimos años, la organización ha logrado estar más cerca de los socios y que los socios se sintieran más implicados en la organización.

En términos más concretos, se aprecia que el volumen total de donaciones es creciente, aunque sigue manteniendo las irregularidades provocadas por las grandes emergencias ampliamente mediizadas. En estos casos, se observa que cada nueva crisis provoca una variación positiva sobre la tendencia de menor intensidad. En cambio, los socios mantienen una línea estable aunque más modesta de crecimiento.

En los últimos tres años, el número de socios se ha visto incrementado en una escala exponencial, rompiendo la tendencia al estancamiento que se manifestaba en 1997. Esta circunstancia es un signo evidente de la clara política de la organización centrada en primar la cantidad de colaboradores sobre el volumen de aportaciones realizadas por éstos. Como consecuencia, la aportación media de los socios ha disminuido ligeramente, situándose en valores cercanos a las 12.000 pesetas anuales. Por otro lado, la vida media de los socios se ha estabilizado en torno a los 7 años de colaboración, muy por encima de los 2 años que alcanza el resto de donantes de MSF-E.

Lo más relevante de la evolución de la base de donantes es la estabilización del peso específico que tienen los socios respecto al resto de donaciones. En épocas pasadas, las grandes emergencias provocaban una avalancha de donaciones que minoraban el peso relativo de los socios sobre el total de aportaciones. En los cuatro últimos años, esta evolución errática e inestable se ha corregido, y MSF-E cuenta con una base social que prácticamente supone un

60% del conjunto de donaciones recibidas por la organización, lo que proporciona una gran estabilidad a la dinámica operativa de MSF-E.

En cuanto al perfil de los socios de MSF-E, el individuo representativo de casi dos tercios de la base social sería una persona de entre 31 y 50 años, con estudios universitarios, que trabaja por cuenta ajena (mayoritariamente en docencia y sanidad), que se declara lector de El País y que es socio de otras ONG (principalmente de Greenpeace, Unicef e Intermón). La mayor parte de estas características concuerdan con los factores señalados por Carmen Marcuello⁹ como contribuyentes a realizar una donación más regular para una entidad no lucrativa, cuales son el obtener un nivel elevado de renta (más de 8 millones por pareja), tener un nivel elevado de estudios (universitarios), edad elevada, mayor número de miembros por familia, disponer de cada propia y que la mujer se encuentre incorporada a un puesto de trabajo.

Una mayoría de la base social de MSF-E concibe la solidaridad desde una perspectiva eminentemente práctica y algo localista, y desea mostrar con hechos su grado de compromiso a este respecto. Esta característica es propia del conjunto de la sociedad española actual¹⁰.

A nivel de percepción de MSF-E, el posicionamiento de la organización entre sus socios es claro y rotundo, y está fundamentado en valores y principios no sólo altamente positivos sino perfectamente coherentes con la identidad de la organización. Por lo tanto, la imagen que tienen los socios respecto de MSF-E y la identidad que ésta desea poseer están lo suficientemente cercanas como para considerar altamente satisfactoria la política de comunicación y marketing de la organización.

A partir de esta constatación, se puede trabajar en un mayor acercamiento mutuo que redunde en un compromiso más intenso y eficaz por ambas partes. Esta base social encierra un potencial de creatividad y expansión aún por desarrollar.

Las campañas de comunicación y sensibilización desarrolladas por MSF-E últimamente han contribuido decisivamente al éxito de las estrategias de posicionamiento y diferenciación de la organización.

⁹ Carmen Marcuello (1999).

¹⁰ Véase encuesta realizada por Consumer, diciembre 1998.

Se advierte una gran coherencia entre la realidad operativa de MSF-E y las expectativas de la base social. Además, la percepción de los socios respecto a la actuación de MSF-E es también congruente con su realidad operativa.

En conclusión, la identidad (lo que se desea ser), la imagen (lo que perciben que somos) y la realidad (lo que realmente somos) de MSF-E se encuentran en perfecta armonía y sintonía. Esta constatación es prueba de la existencia de una estrategia general claramente definida y consistente, dentro de la cual se encuadra un plan de comunicación y marketing coherente y congruente con los objetivos generales y altamente exitoso en sus resultados.

En lo que respecta al conocimiento que los socios de MSF-E manifiestan tener sobre la organización, se empiezan a recoger los frutos de una estrategia de diferenciación respecto a otras ONG. La base social de MSF-E identifica y distingue claramente a la organización respecto a otras. La imagen que tienen los socios respecto a MSF-E es fiel reflejo de lo que constituyen realmente los pilares asociativos, estratégicos y operativos de la organización. En estos resultados, se aprecia la influencia de los aspectos fundamentales en los que ha incidido la comunicación de MSF-E en los últimos años.

Desde el punto de vista informativo, se constata que la información que los socios reciben sobre MSF-E está muy positivamente valorada pero que, en general, es insuficiente. En el conjunto de estas demandas informativas, se atisban deseos de la base social por una mayor implicación en las actividades que desarrolla MSF-E. En este sentido, el desarrollo de una estrategia de mayor acercamiento mutuo tiene elevadas probabilidades de resultar exitosa y satisfactoria para ambas partes.

En cuanto al estado de la relación entre MSF-E y su base social, parece evidente que el sentido práctico de la solidaridad que tienen los socios encuentra perfecto acomodo en los planteamientos que realiza la organización. No obstante, esta posible interacción no es exclusiva de MSF-E, especialmente cuando se tiene en cuenta la participación plural de gran parte de la base social en otras ONG.

Por lo que hace referencia a posibles líneas de futuro, las que cuentan con un respaldo casi absoluto de los socios de MSF-E son la intensificación de las acciones de sensibilización e infor-

mación y el desarrollo de proyectos de educación en temas humanitarios. Por consiguiente, se induce que la gran mayoría de los socios de MSF-E se han adentrado en colaborar con la organización desde un elevado nivel de compromiso y con una perspectiva de largo plazo.

Esta evidencia resulta concordante con la estrategia sugerida a partir de constataciones anteriores, y que hacía referencia a la búsqueda de una mayor implicación de la base social en la actividad de MSF-E junto con la búsqueda de nuevas líneas de acercamiento mutuo. Según la opinión ampliamente mayoritaria de los socios, se trata de una iniciativa que se debería priorizar desde la organización.

Estas apreciaciones apoyarían la necesidad de intensificar la política de sensibilización y educación sobre el contexto de la acción humanitaria, lo cual además se contempla con absoluta prioridad en las expectativas de los socios respecto a MSF-E.

Para terminar con este apartado, resulta oportuno mencionar que la priorización que se le otorgó al socio en la presente investigación se debe a la intención de transformar la conceptualización del mismo en MSF-E, y por derivación en el resto de ONGD. Se intenta que pase de ser un partícipe reactivo y pasivo de la organización, dentro de una política de comunicación centrada en la captación de recursos financieros, a constituirse en elemento proactivo del devenir de la entidad, que condicione, contribuya, fortalezca y asegure el funcionamiento de la ONGD.

Por otro lado, no consta que exista una investigación sobre la base social de ninguna ONG española a este nivel de profundidad y con esta periodicidad. Por consiguiente, el uso de esta herramienta adquiere un cariz estratégico para la organización, ya que aporta a MSF-E una potencialidad de desarrollo y de anticipación a la evolución del entorno de la que carece el resto del sector.

En definitiva, si se saben aprovechar las ventajas de gestión que proporciona el uso racional de la información, se apreciarían mejoras sustanciales en el intercambio que cada ONGD mantiene con su base social. Con ello, las organizaciones y la ciudadanía se abrirían a nuevos campos de interrelación que les permitirán avanzar conjuntamente por dimensiones más atractivas y enriquecedoras del movimiento civil asociado.

Otras posibles utilidades de la información

Además de las finalidades expresadas anteriormente para el colectivo de los socios, la incorporación general de este tipo de herramienta investigadora a la gestión de una ONGD puede ser el germen que interfiera para que la organización vaya ganando paulatinamente terreno en la preocupación central por identificar correctamente y satisfacer eficaz y eficientemente las necesidades de las poblaciones en situación precaria. Al mismo tiempo que facilita esta labor, este tipo de investigaciones también colaboran en la evitación de contradicciones e incongruencias en la operatividad de la ONGD, que podrían terminar por desestructurarla. Bien al contrario, al facilitar la identificación de las necesidades de los diferentes públicos-objetivo, este sistema contribuye decisivamente al adecuado diseño de las políticas y proyectos operativos.

La sistematización del recurso informativo permite actuar con prontitud, agilidad, flexibilidad y mayores posibilidades de acierto, todas ellas cualidades indispensables para el correcto funcionamiento de una ONGD.

Otro argumento favorable a la importancia que se debería de conceder al manejo de la información para mejorar la gestión de las ONGD españolas es que aporta serenidad, lógica y prestancia al proceso de toma de decisiones. Gracias al empleo de instrumental apropiado para tal fin, la experiencia, intuición y el manejo de datos superficiales, inconexos o poco contrastados por parte de los responsables de esas organizaciones se ven relegadas en su antigua función como argumentos casi únicos para conducir la gestión de las ONGD.

Tampoco se debe obviar que los rectores de las principales ONGD españolas disponen, generalmente, de muy poco tiempo para reflexionar en el ejercicio de sus tareas de gestión. Por consiguiente, esta información estructurada y fiable les supone una ayuda inestimable al allanar y simplificar el camino en la toma de decisiones.

La utilización de esta información resulta favorable a la captación y mejora de todo tipo de recursos que le son imprescindibles a toda ONGD para su funcionamiento. El afinamiento en la identificación de las necesidades a satisfacer, al que antes se ha hecho referen-

cia, facilita la precisión en la definición de los recursos que se consideran precisos, para obtener el más alto grado de desempeño posible en el cumplimiento de los objetivos previstos. Por lo tanto, gracias a la utilización de este tipo de información, la ONGD consigue más y mejores recursos, según las necesidades que presente al respecto.

Tanto el proceso de obtención de la información así como el propio resultado derivado del mismo pueden convertirse en elementos que colaboren decisivamente a mantener la frágil pero indispensable coherencia y concordancia entre la identidad asociativa, la imagen organizativa y la actividad operativa de la ONGD. Además, el uso de esta herramienta por parte de los componentes de la organización aporta el valor añadido de favorecer la identificación de éstos con los pilares fundamentales de la ONGD que se acaban de mencionar.

La implantación sistemática de un proceso para obtener la referida información favorece que se aglutinen los diferentes intereses y esfuerzos de los distintos estamentos de la organización en torno a un mismo y único proyecto, que es el que queda recogido en el enunciado y espíritu de su misión. En este sentido, el empleo de esta herramienta promueve el trabajo en equipo dentro de la ONGD así como la integración y coordinación interdepartamental, aspectos todos ellos que resultan esenciales para el adecuado devenir de la organización.

La implantación de un proceso regular y sistemático de obtención de este tipo de información favorece los procesos de cambio en las ONGD, a través de la promoción tanto de la cultura del aprendizaje como de la introducción de elementos innovadores.

El recurso a este tipo de información abre la posibilidad de desarrollar estrategias eficaces de posicionamiento, segmentación y diferenciación por parte de las OH.

La información obtenida también aporta argumentos objetivos y contrastados para justificar la pertinencia de determinadas inversiones en acciones de comunicación.

La información que proporciona la dinámica de investigación expuesta es la materia prima sin la cual resulta prácticamente imposible desarrollar unas políticas acertadas de sensibilización y concienciación ciudadana y de fidelización e implicación de la base social de la OH.

La estructura del proceso de investigación refuerza la capacidad de que la ONGD realice un seguimiento y control de gestión, tanto interno y externo, exhaustivo, riguroso y provechoso.

La decisión de incorporar este procedimiento a la gestión puede representar una ventaja competitiva para la ONGD española que así lo haga, por el hecho de implantar una herramienta poco habitual en este entorno.

En términos generales, la información proporcionada por el proceso de investigación anteriormente expuesto permite el diseño y ejecución de políticas más personalizadas de relación con los diferentes públicos-objetivo de toda ONGD. La información facilitada puede contribuir a que la relación entre la ONGD y diferentes públicos-objetivo sea más satisfactoria, transparente, creativa y enriquecedora para todas las partes.

Referencias bibliográficas

- BIRD, D. (1994-1995): «El matrimonio perfecto: bases de datos y creatividad». *Estrategias*, n.º 25, diciembre-enero, pp. 70-72.
- BRUCE, I. (1995): «Do Not-for-profits Value Their Customers and Their Needs?». *International Marketing Review*, Vol. 12, N.º 4, pp. 77-84.
- CARTER, J. (1995): «The Role of Market Research for Charities: Identifying Target Groups and Developing Successful Relationships». *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 1, N.º 2, pp. 144-151.
- CONSUMER (ed.) (1998): «Sólo el 20% de la población colabora con alguna ONG». *Consumer*, n.º 17, diciembre, Eroski publicaciones, Elorrio, pp. 4-9.
- CONSUMER (ed.) (1999): *Casi todo sobre 100 ONG. Guía práctica*. Eroski publicaciones, Elorrio.
- COORDINADORA DE ONGD-ESPAÑA (ed.) (1994): *Directorio de ONGD, 1994*. Coordinadora de ONGD-España, Madrid.
- COORDINADORA DE ONGD-ESPAÑA (ed.) (2000): *Directorio de ONGD, 1999*. Coordinadora de ONGD-España, Madrid.
- GARCÍA IZQUIERDO, B. (1998): »La legitimidad del asociacionismo ciudadano» en VARIOS AUTORES: *La Gestión de las Organizaciones No Lucrativas*, Deusto, Bilbao, pp. 192-196.
- GARCÍA IZQUIERDO, B. (1999a): *El diseño de un Sistema de Información Marketing para mejorar la eficacia en la toma de decisiones de una Organización Humanitaria. Aplicación práctica: el SIM al servicio*

- de MSF-España en su relación de intercambio con los socios y otros donadores privados.* Tesis doctoral defendida en febrero, Universidad de Deusto, Bilbao.
- GARCÍA IZQUIERDO, B. (1999b): «Análisis del sector de las ONGD españolas: fortalezas, debilidades y retos». *Boletín de Estudios Económicos*, vol. LIV, N.º 168, diciembre, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao, pp. 209-229.
- GARCÍA IZQUIERDO, B. (2000): «¿Podemos mejorar la relación con nuestros socios si gestionamos debidamente la información?» *Boletín Informativo de la Asociación de la Economía y Salud*, n.º 37, Año 13, enero, Vitoria, p. 7.
- GAFFNY, T. (1995): «Advanced Techniques of Donor Recognition». *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 1, n.º 1, January, pp. 41-49.
- MARCUELLO SERVÓS, C. (1999): «Derterminantes del comportamiento de las contribuciones de dinero a las organizaciones no lucrativas». *Información Comercial Española*, n.º 775, diciembre-enero, pp. 137-148.
- NICHOLS, J. E. (1995): «Database Management: Developing Relationships with Donors». *Fund Raising Management*, August, pp. 18, 19 y 47.
- RODD, J. (1997): «Model of Database Marketing». *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 2, N.º 2, pp. 176-183.
- TAYLOR, S. L. y MITCHELL M. A. (1996): «Building Donor Relations: Enter Database Marketing». *Nonprofit World*, Vo. 14, n.º 6, november-december, pp. 22-24.
- VARIOS AUTORES (1999): *Avance de resultados de la investigación sobre el Tercer Sector en España*. Fundación BBV, Madrid.

Experiencia de ocio en disminuidos físicos de Aragón

Ana Aznar Martínez

Definición del centro cultural y recreativo

Encuadrado en el Area Social de la organización, el Centro Cultural y Recreativo desarrolla, desde 1991, actividades de carácter lúdico y cultural, mediante una acción continuada, técnica y sistemática. La finalidad de estas actuaciones es favorecer la ocupación del tiempo libre, la interrelación personal y la adquisición de hábitos sociales entre personas, primordialmente jóvenes, con o sin discapacidad físicas, para el logro de su plena integración social.

Desde su comienzo, el crecimiento del centro ha sido considerable, tanto en número de participantes y voluntarios, como en actividades, no basándose este crecimiento en una valoración de tipo cuantitativo exclusivamente, sino también desde el punto de vista cualitativo. Durante 1999 ha colaborado un equipo de 200 voluntarios, 104 de ellos trabajando de forma continuada en el Centro Cultural y Recreativo.

Su misión es hacer de «puente» hacia la plena integración, mediante un completo programa de actividades enmarcadas en el plano de la animación sociocultural.

Sus actividades están abiertas a la población en general, lo que permite formar grupos heterogéneos donde los participantes se in-

terrelacionan y conocen nuevas experiencias que introducen en sus vidas haciéndolas mucho más normalizadas en todos los aspectos: pertenencia a grupos, autoestima, amistad, cultura, ocio, participación, responsabilidades, hábitos sociales.....

Adaptando las actividades, se consigue que un alto porcentaje de personas con discapacidades severas sin vínculos de relación, salgan, se diviertan, hagan amistades y conozcan la oferta de actividades de ocio y tiempo libre de nuestra ciudad.

Objetivos

Objetivo general

Facilitar espacios de encuentro participativos que favorezcan la relación interpersonal, la convivencia entre jóvenes con y sin discapacidad y la plena integración social.

Objetivos específicos

- Contribuir a una mayor calidad de vida de los jóvenes a través de una información continuada sobre actividades de tiempo libre.
- Potenciar la solidaridad a través de la participación de jóvenes en programas de voluntariado.
- Prevenir situaciones de desigualdad provocadas por las discapacidades físicas.
- Iniciar a jóvenes no asociados en dinámicas de participación social
- Promover actividades educativas en el ocio y tiempo libre en la ciudad.

Objetivos operativos

- Formar, orientar y asesorar a los jóvenes sobre sus posibilidades en materia de ocupación del tiempo libre.
- Utilizar recursos comunitarios de la ciudad, promoviendo la integración social de todos los jóvenes.

- Promover encuentros culturales interasociativos, destinados a facilitar el desarrollo personal y el mejor uso del tiempo libre.
- Desarrollar un programa de excursiones y vacaciones culturales, con un fin pedagógico.
- Organizar, a partir de una motivación inicial del grupo, talleres culturales con carácter continuado, como espacios de interrelación y comunicación.
- Organizar fiestas tradicionales, dentro y fuera del Centro, que sirvan de espacios integradores y de relación.
- Promover el voluntariado social, la participación y el asociacionismo entre los jóvenes, a través de plataformas ciudadanas, consejos, coordinadoras, campañas de concienciación, conferencias-debate y encuentros.
- Estrechar la colaboración con la Confederación de Asociaciones de Discapacitados (C.A.D.), apoyando iniciativas en el medio rural.

Actividades desarrolladas en 1999

Las actividades se ubican en diferentes programas, dependiendo del carácter y objetivos de cada una de ellas.

El equipo de voluntarios que participan directamente y de forma continuada en estos programas está formado, actualmente por 104 personas, siendo el objetivo para diciembre de 2000, alcanzar un total de 125 voluntarios.

A continuación se expone las actividades realizadas durante 1999:

Talleres

Formado por grupos reducidos entre 6 y 15 personas con y sin discapacidad que, entorno a un centro de interés común, trabajan semanalmente asumiendo un compromiso y responsabilidad paulatinamente.

Los talleres comienzan en noviembre de cada año y finalizan en mayo del siguiente.

Los grupos trabajan dentro de nuestras instalaciones, salvo sesiones concretas que se compaginan con salidas al exterior. Los talleres realizados en 1999 han sido:

Actividad	N.º de participantes
Medio ambiente	6
Artes Plásticas: cerámica, cestería, manualidades y dibujo	15
Deporte, juegos y bailes	12
Literatura	6
Ortografía-gramática	12
Cine-Fórum	7
Grupo de teatro	11
Masajes de relajación	9
Relajación y meditación	15
Jazz	7
Inglés	6
Sevillanas	10

Cada taller lo coordina un voluntario/a del centro que planifica, desarrolla y evalúa, junto con la técnico, las actividades del grupo.

De forma bimensual, todo el equipo de voluntarios que coordinan talleres, se reúnen con la técnico en animación sociocultural del centro, a fin de hacer una evaluación continuada del programa

Actividades culturales recreativas

El programa aglutina actividades, bien culturales, bien recreativas, orientadas a la ocupación del tiempo libre en fin de semana, días de fiesta y épocas vacacionales. Se utilizan recursos comunitarios de la ciudad, se organizan viajes culturales, excursiones y jornadas con pueblos de la Confederación de Asociaciones de Discapacitados, se participa en las fiestas populares de la ciudad y, en definitiva, se ofrece la posibilidad de que cualquier persona acceda en igualdad de condiciones a todas las posibilidades que se ofrecen en nuestra Comunidad Autónoma.

Este programa se complementa con actividades de sensibilización en institutos y otros centros a fin de que los jóvenes conozcan de cerca los problemas que afectan a las personas con discapacidad: son las Gymkhanas por la Superación. Diseñamos un circuito, en el que incluimos diversos obstáculos y barreras arquitectónicas,

que los participantes deben recorrer en silla de ruedas o con los ojos tapados. El objetivo es que los jóvenes, niños y educadores puedan ponerse en el lugar de una persona con discapacidad física o visual.

El equipo responsable de este programa está formado por 60 voluntarios, que planifica, desarrolla y evalúa las actividades del programa. Trimestralmente, el equipo se reúne para programar el calendario de actividades de todos los fines de semana. Por otro lado, dependiendo del tipo de actividad a desarrollar, se requiere un trabajo más específico, para lo cual, tienen lugar reuniones de trabajo donde se plasman objetivos operativos, actividades, recursos humanos, técnicos y materiales, criterios de evaluación.

Las actividades desarrolladas en 1999 se exponen a continuación, con una aproximación en el número de participantes.

Fecha	Actividad	N.º participantes
6-1-99	Fiesta de Reyes en el centro. Niños con y sin discapacidad	175
17-1-99	Karaoque, zonas de moda de la ciudad	60
21-1-99	Gymkhana en el Centro de Tiempo Libre «Cantalobos»	50
24-1-99	Participación en el Festival de ALCER (transplantados riñón)	50
29-1-99	Fiesta de San Valero en la Plaza del Pilar. Roscón	25
31-1-99	Visita a la Catedral La Seo.	50
6-2-99	Taller de preparación de Carnaval. Trajes de payasos.	40
13-2-99	Carnaval. Participación en la Comparsa de Interpeñas	175
17-2-99	Gymcana en instituto Itaca	80
28-2-99	Zonas de moda de la ciudad	50
5-3-99	«Cincomarzada» Comida en el parque con las peñas.	150
14- 3- 99	Gimkana Solidaria en el Colegio Miraflores	175
19-3-99	Cines Augusta	50
22-3-99	Hípica en el Picadero «Yeguada de Aragón»	25
21-3-99	Encuentro de semana santa. Contacto y planificación.	50
24-3-99	Gymcana en Asociación El Picarral	300
27-3-99	Fiesta de voluntarios- presentación vídeo de la Asociación	110
28-3-99	Concierto de música contemporánea	30
31-3-99	Gymkana Colegio Avempace	125
1 al 4-4-99	Viaje a Orio. Semana Santa	56
15-4-99	II Jornadas Técnica, Accesibilidad Arquitectónica y Urbanística	325
18-4 -99	Exposición en el Torreón Fortea	40

Fecha	Actividad	N.º participantes
22-4-99	San Jorge, actividad intergeneracional, casas de juventud	50
1 y 2- 5-99	Viaje a San Sebastián	37
8-5-99	Encuentro de la C.A.D., en Calatayud	59
16-5-99	Excursión a Belchite.	170
21-5-99	Viaje a Caspe	48
22-5-99	III Gymkana por la Superación	600
25-5-99	Viaje a Ordesa. Parque Nacional	49
27-5-99	Gymkana en el I.E.S. el Portillo	100
30-5-99	Encuentro de la Confederación de Asociaciones, en Binefar	64
2-6-99	Mesa Redonda de Candidatos a la Presidencia del Gobierno	650
5-6-99	Gymkana en Borja	90
6-6-99	Jornadas de apoyo al medio rural con la Confederación: Borja	60
19-6-99	IV Certamen Literario Disminuidos Físicos de Aragón	90
25-6-99	Excursión a Veruela	30
21-6/28-6	Intercambio centros Residenciales, con Barcelona	60
27-6-99	Visita y paseo en el Parque Grande	39
1 al 8-8-99	Viaje a Lloret de Mar, vacaciones de verano	38
3-7-99	Jornada de piscina. Actividad física y de convivencia.	50
5-7-99	Gymkana en Parque Bruil	100
5-7/9-7	Semana sobre Discapacidades en Fundación Tranvia	75
11-7-99	Fiesta de Inauguración de la nueva sede del Centro Cultural	120
14-7-99	Excursión a Muel	20
17-7-99	Visita al Museo Pablo Serrano	25
24-7-99	Piscina en la Granja	27
1-9/8-9	Viaje a Galicia, vacaciones de verano	58
19-9-99	Encuentro videos vacaciones de verano. Evaluación	80
26-9-99	Juntos Volamos Más Alto (Conex, Aspace, D.F.A y Montecanal)	39
30-9/3-10	Feria del Asociacionismo Juvenil con el Consejo Juventud Zaragoza	48
3-10-99	Gymkana en el Parque Grande	220
1-10-99	Gymkana en Monreal del Campo	150
9-10-99	Verbena en la Plaza San Bruno, fiestas del Pilar	35
15-10-99	Visita a la Feria de Muestras, fiestas del Pilar	30
16-10-99	Fuegos artificiales en el Parque, fiestas del Pilar	45
9-17/10	Fiestas del Pilar: punto de venta en Pabellones de fiestas	48
13-11-99	Fiesta, colaboradores y voluntarios	86
21-11-99	Salida zona de San Miguel	50
25-11-99	Gymkana en el Colegio Maristas	180
28-11-99	Encuentro en Teruel de la Confederación de Asociaciones	340
2-12-99	Gymkana en el I.E.S. Andalan.	50

Fecha	Actividad	N.º participantes
17-12-99	Cena Zangalleta	390
22-12-99	Gymkana en I.E.S. Zurita	175
14-11-99	Paseo centro de la ciudad.	75
4-8/12-99	Viaje cultural a Santillana.	52
28-12-99	Fiesta de Broma (Santos Inocentes)	22
31-12-99	Cotillón de Noche-Vieja.	123

En el mes de octubre, tiene lugar la Jornada por la Integración compuesta de una Carrera Popular que organizamos con la colaboración con Ibercaja y en la que participan unas 14.000 personas de todas las edades, culturas, condición física y social. Esta es la mayor campaña de concienciación ciudadana en la que los aragoneses participan —no compiten— por la integración. Como colofón de la actividad, celebramos una gran fiesta en el Parque de Atracciones de la ciudad: es la Fiesta por la Integración a la que asisten más de 6.000 personas. Se cuenta con la colaboración desinteresada de numerosos artistas que ofrecen al público actuaciones musicales y animación infantil en diferentes puntos y rincones del parque. Payasos, magos, bailarines, cantantes, humoristas, etc., dinamizan ésta gran fiesta, que simboliza para la Comunidad Autónoma el trabajo de integración que durante todo el año se desarrolla y que cada vez se constata más como una realidad social.

Voluntariado hospitalario

En colaboración con la 8ª planta de trauma del Hospital Miguel Servet de Zaragoza apoyando a jóvenes con lesión medular.

Se colabora 2 días por semana con un equipo de 10 voluntarios/as que llevan a cabo diferentes actividades: acompañamientos, informática, salidas a la Romareda y cine-fórum, principalmente.

Destacar el éxito de las salidas a los partidos de fútbol en la Romareda.

También se proporciona información sobre temas de formación, tiempo libre, eliminación de barreras y empleo a los pacientes que

lo han requerido, en colaboración con el equipo multidisciplinar del Centro de Apoyo Social de la Entidad.

Voluntariado en Residencia y Coil

Un equipo de 45 voluntarios/as colaboran en la Residencia y en el Centro Ocupacional de Disminuidos Físicos de Aragón realizando: acompañamientos, apoyo en las comidas, salidas fuera, ludoteca, informática, repaso de escritura y lectura, gestiones bancarias y médicas, principalmente.

A los usuarios se les motiva para que participen en otras actividades de tiempo libre, bien del Centro Cultural y Recreativo, bien de otros centros (casas de juventud, clubes, etc.).

En el caso de la Residencia, las principales funciones del voluntario son: acompañamientos al médico, banco, compras, lugares de ocio; ayuda en comidas y cenas; ludoteca. En el caso del Centro Ocupacional, las principales funciones del voluntario son: ayuda en comidas; ludoteca y juegos; gimnasia de mantenimiento; teatro; apoyo en terapia ocupacional; apoyo en logopedia; apoyo en fisioterapia; apoyo en informática; apoyo en lengua inglesa.

Formación y representación en plataformas

Dicho programa ha desarrollado principalmente 4 actividades:

- Captación de nuevos voluntarios.
- Formación de voluntarios.
- Representación de la Entidad en: Consejo de Juventud de Aragón, Consejo de Juventud de Zaragoza, Comisión de Juventud «Las Fuentes» y Coordinadora Aragonesa de Voluntariado.
- Mesas y charlas en semanas culturales de escuelas, universidad, etc.

Galería de exposiciones

Durante el año 1999 se han realizado 11 exposiciones de pintura y una colectiva de los artistas que expusieron sus obras durante el año 1999.

Punto de información joven (PIJ) del Gobierno de Aragón

El objetivo del PIJ es mantener un sistema de información de actividades de ocio y tiempo libre, a través de la Red de Puntos de Información Juvenil de Diputación General de Aragón.

Este servicio es sumamente útil, hecho que se constata por el gran número de consultas realizadas y la previsión de que aumenten progresivamente. En torno a unos 1.200 jóvenes utilizan este servicio de forma personalizada para obtener información sobre temas de ocio y tiempo libre.

Población destinataria

Personas con y sin discapacidad, bien socios de la Entidad, bien jóvenes que desean realizar actividades de tiempo libre o voluntariado y que no están asociados.

En primer lugar, cabe destacar el amplio perfil de usuarios de este centro. En cada actividad, podemos valorar que, al menos un 40% de los casos, coinciden con personas que no habían participado nunca en asociaciones. Algunas de ellas, no habían salido prácticamente nunca de su entorno familiar. Con la evolución de las actividades, se da la circunstancia de que la gran mayoría de estas personas se van integrando en un ambiente de confianza mutua.

Los usuarios del Centro Cultural y Recreativo responden a grupos muy heterogéneos, puesto que hay estudiantes, trabajadores, demandantes de empleo o pensionistas, con lo cual el perfil con el que se trabaja es muy amplio.

El tramo de edad predominante oscila entre personas de 21 a 48 años. Hemos de tener en cuenta que, dentro del colectivo de personas con discapacidad, son abundantes los casos en los que los jóvenes no han tenido posibilidad de disfrutar de su entorno por diferentes circunstancias (barreras en vivienda, fuera de ella, sobreprotección familiar, baja autoestima...). De esta forma, nos encontramos con personas que comienza a vivir su juventud a los 28-30 años, o incluso a los 35-40.

Se llega por primera vez a muchos jóvenes que no han participado nunca en una asociación, pese a tener en algunos casos en-

tre 20 y 30 años, y que se van integrando en un ambiente de confianza mutua.

En 1999, aproximadamente un 75% de jóvenes han encontrado sus propios grupos con los que integrarse de forma autónoma una vez pasado un primer periodo de conocimiento y adaptación. Nuestro objetivo es llegar a que el máximo número posible de usuarios, superen el «puente para la integración» (formación, empleo, grupos de amigos, etc.)

Criterios de calidad

Los criterios de calidad que nos permiten valorar los objetivos son:

- Que sea un ocio educativo: adquisición de habilidades sociales, horarios, higiene, convivencia en grupo, capacidad de elección. Para ello se ha realizado un seguimiento de cada participante, por parte de las profesionales del centro con el apoyo del equipo de voluntarios.
- Que sea un ocio gratificante: que los participantes se diviertan y disfruten con las actividades. Para ello se pasan encuestas de satisfacción después de cada actividad o programa, lo cual nos permite cuantificar resultados y tomar medidas de mejora.
- Que se fomenten las relaciones interpersonales: creación de grupos de amigos. Se trata de poner en relación a las personas y de dar a conocer los recursos; cuantos más grupos naturales de amistad surjan, cuanta más independencia tengan los participantes en la utilización de su tiempo libre, mejor estamos haciendo nuestro trabajo.
- Que las actividades que organizamos sean atractivas para el conjunto de los jóvenes, al igual que en cualquier centro de tiempo libre, con el aliciente de que nosotros tenemos en cuenta cuestiones de accesibilidad tanto en los espacios donde las realizamos, como en el diseño de la actividad. Nuestros participantes forman grupos heterogéneos, un ejemplo es que el 40% de ellos no tienen discapacidad.

- Que las personas con discapacidad se impliquen completamente en la actividad, adquiriendo responsabilidades de forma paulatina, etc. Un 25 % de nuestro equipo de voluntarios, son personas con algún tipo de discapacidad física.
- Que todas nuestras actividades tengan como finalidad ser «puente para la integración»: creación de grupos de amistad, incorporación a otras entidades o grupos, utilización de recursos de la ciudad de forma autónoma, puesta en marcha de nuevas actividades derivadas de las existentes. Un 75% de los usuarios del centro ha mejorado su situación personal y, por tanto, avanzado hacia su integración respecto a la fecha de inicio (amigos, formación, autonomía, etc.).
- Que en el grupo haya diversidad en cuanto a las condiciones físicas, sociales y culturales. El perfil de nuestros participantes es muy variado y heterogéneo en cuanto a procedencia, nivel de estudios, situación laboral, física y familiar.
- Que la actividad tenga un coste económico real similar al de otros grupos organizados. Siempre se intenta aminorar costes al igual que hace cualquier entidad que trabaja con jóvenes.
- Que se proporcione un apoyo personal por parte de los profesionales que coordinan y colaboran facilitando los medios necesarios a los grupos de voluntarios. El trabajo en equipo es la base para el éxito de cualquier actividad; profesionales y voluntarios se complementan y apoyan mutuamente.
- Que contemos con una infraestructura adecuada para ofrecer a nuestros usuarios espacios aptos para la diversidad de actividades.

Evaluación de indicadores

El equipo trabaja siguiendo éstos criterios de calidad y, de forma continuada, se evalúan indicadores que nos permiten analizar el grado de cumplimiento de los objetivos.

Técnicas e instrumentos de evaluación empleadas:

- Cuestionarios: después de cada viaje, al finalizar el programa de talleres, etc. Nos interesan aspectos diferentes: accesibili-

dad, transporte, ambiente de grupo, equipo de animación, grado de diversión, interés cultural, grado de implicación en el grupo...

- Cuestionarios de satisfacción del voluntariado: se trata de introducir medidas de mejora que nos permiten dar más apoyo a nuestro equipo de voluntarios para que puedan desarrollar su tarea de la forma más óptima.
- Reuniones de equipo por actividades, programas, etc. Con el fin de analizar los objetivos planteados para cada caso y ver el grado de consecución. Se crea un ambiente de confianza de forma que éstos foros sirven para compartir experiencias, dudas, grado de satisfacción, etc.
- Entrevistas individuales por parte de los profesionales con usuarios y voluntarios, para realizar un seguimiento individual que nos permita conocer el estado de cada persona y apoyarle acuerdo con sus necesidades y/o demandas.

Ocio y tiempo libre de los universitarios: el caso del asociacionismo

Julio Rodríguez Suárez y Esteban Agulló Tomás

Introducción

El objeto de este trabajo consiste en analizar, dentro del diagnóstico cuantitativo general realizado sobre las pautas y prácticas culturales y de ocio de los estudiantes de la Universidad de Oviedo, la naturaleza del asociacionismo de dicho colectivo, para después compararlo con el del resto de la juventud. Además, junto al análisis cualitativo de los discursos de diferentes personalidades del mundo político y académico, se expondrán las conclusiones e implicaciones más relevantes que se derivan de estos datos. Todo ello permite replantear la gestión y los planes de actuación de los responsables universitarios con respecto a esta cuestión específica, de tal forma que se propone finalmente una estrategia, elaborada a partir de todo el estudio, para su aplicación en las políticas de ocio universitarias. En definitiva, a través de este abordaje se confía en poder lograr el necesario aumento de la participación asociativa de los estudiantes y con ello la revitalización de la vida estudiantil universitaria.

Fundamentación teórica

No cabe duda de que la participación asociativa es un fenómeno en alza dentro de las sociedades desarrolladas. Siguiendo a López Pérez (1996), los efectos de la participación en asociaciones de voluntariado generan diversos puntos de vista entre los estudiosos; éstos van desde los que creen que permiten la integración del individuo en la comunidad o sociedad (Durkheim, 1933; Little, 1965; Kerri, 1976), hasta los que afirman que, por el contrario, lo que produce es una reafirmación en la distinción social de los grupos étnicos y minorías (Rose, 1954; Litwack, 1961; Gordom, 1964). Aceptando que en casos concretos pueda darse esta última posibilidad, creemos que la mayor parte de las veces el asociacionismo produce un efecto positivo en el voluntario. Los distintos tipos de asociaciones (juveniles, culturales, deportivas,...) constituyen un escalón intermedio entre el Estado y el individuo, facilitando la integración social y el aprendizaje de la vida colectiva. También pueden proporcionar cambios sociales, o al menos influir en ellos, como se pudo comprobar con la campaña de las ONG's a favor de destinar el 0,7 por ciento del presupuesto estatal a los países menos desarrollados (en la que los jóvenes jugaron un papel determinante), que si bien en nuestro país no consiguió llegar a esa cifra, sí «obligó» al gobierno a cambiar su política de cooperación, aumentando la cantidad destinada a estos fines.

El enorme desarrollo y la evolución del asociacionismo juvenil en los últimos veinte años constituyen una realidad indiscutible. En este trabajo, en lo que a la parte teórica se refiere, vamos a realizar una mínima revisión de la evolución del asociacionismo en nuestro país, para comentar posteriormente la situación actual, centrándonos en el análisis de los nuevos movimientos sociales.

Breves apuntes históricos

La principal dificultad que plantea el estudio del movimiento asociativo a lo largo de la historia contemporánea española radica en la escasez de datos fiables y homogéneos de que se disponen, así como en la ambigüedad existente a la hora de definir qué es exactamente una asociación. En cualquier caso, trataremos de hacer

un análisis lo más riguroso posible, a partir de los estudios más relevantes llevados a cabo en este terreno en nuestro país. Hemos remontarnos a la España de mediados del siglo XIX para asistir al inicio de una serie de labores sociales importantes que ciertos grupos obreros comienzan a desarrollar en los barrios marginados en los que viven. Puede decirse que este es el inicio de una actividad asociativa propiamente dicha, aún de escasa trascendencia, pero ya relevante como base para el futuro asociativo. Estos grupos obreros, cuyo germen se encuentra en una ideología común (fundamentalmente anarquista y socialista), demandan y defienden la emancipación social, de tal forma que el asociacionismo se empieza a convertir en un elemento fundamental para la clase obrera, que expone sus reivindicaciones cada vez con mayor frecuencia, alcanzando a su máximo apogeo con la II República (Vinyes, 1996). Más adelante, tras la Segunda Guerra Mundial, mientras las democracias europeas comienzan a construir y a gozar del *Estado del Bienestar*, y viven un aumento significativo del fenómeno asociativo, en España, dadas sus particularidades históricas, la situación es ciertamente diferente. Con la dictadura franquista desaparece la pluralidad política y sindical, se potencia casi exclusivamente el asociacionismo religioso (vinculado en especial a Acción Católica), y se hacen girar todas las iniciativas sociales alrededor del Movimiento Nacional (en cuanto al asociacionismo juvenil, el Frente de juventudes y el Sindicato de estudiantes Universitarios son ejemplos claros de ello). Linz y Stephan (1996) calculan que el número de asociaciones (oficiales) se reduce en unas dos mil, entre 1933 y 1960. De esta manera, no será hasta mediados de los años sesenta cuando se produzca un rebrote de los intentos de participación social; la Ley de Asociaciones, promulgada en 1964 (y aún vigente en la actualidad), supondrá el punto de inflexión, al romper con la hegemonía que venía teniendo el Movimiento Nacional y facilitar la constitución de asociaciones, aunque de forma todavía bastante limitada. Así, se empiezan a crear asociaciones alrededor de la Iglesia Católica (v.g. Cáritas, Cruz Roja Española) y surgen «asociaciones de afectados» de diversa índole.

Ya en la década de los setenta, debido fundamentalmente a la notable movilización política que supuso la transición democrática, se incrementan los movimientos ciudadanos, que empiezan a

incluir entre sus objetivos exigencias en torno al aumento de la calidad de vida, organizándose a través de diferentes plataformas reivindicativas. Los últimos años de esa década se caracterizan por un intenso desarrollo de las asociaciones vecinales, que, a las reivindicaciones urbanas (en especial de carácter económico), unen intereses en las transformaciones ideológicas y políticas. Sin embargo, tras la regulación de la situación política, la iniciativa social se descubre carente de contenido, al haber pasado a ser los partidos políticos los *canalizadores* de la mayor parte de las demandas sociales. Se produce, de esta manera, la paulatina disgregación de los movimientos sociales, que acaban por asumir que los poderes públicos no sólo deben garantizar la satisfacción de la demanda social, sino que se deben hacer cargo también de la gestión directa de la protección y los servicios sociales de los ciudadanos (Casado, 1994).

Los primeros años ochenta suponen un descenso en la creación de asociaciones, debido, entre otros factores, al desajuste en los objetivos y estrategias utilizadas, a la insuficiencia de recursos materiales y humanos, y a la falta de reconocimiento social del que era objeto el movimiento asociativo. A mitad de la década se produce un realce de la actividad asociativa, centrado en el voluntariado social, acentuando así el compromiso social y la solidaridad como los valores más significativos de este nuevo asociacionismo. Aparecen grandes organizaciones de poder que, como indican Rodríguez Cabrero y Codorníu (1996), jerarquizan y condicionan la expansión de los movimientos sociales y de pequeñas redes de intervención. Este protagonismo de las organizaciones de voluntariado reduce el número de otro tipo de movimientos sociales (asociaciones vecinales, ecológicas,...), produciéndose una estatalización de los mismos; como señalan Rodríguez Cabrero y Ortí (1996), tiene lugar una «institucionalización relativamente dependiente del Estado» de los diferentes movimientos sociales.

En los años noventa se origina un aumento considerable en el número de asociaciones y asociados (confirmación de lo acontecido en la segunda mitad de la década anterior) y, al mismo tiempo, se manifiesta un cambio cualitativo en la forma de llevar a cabo la actividad asociativa. Como apunta López de Aguilera (1990), se observa un descenso en las asociaciones centradas en

la función instrumental (que tratan de resolver problemas de orden social) y un incremento de las de tipo expresivo (cuya finalidad es expresar o satisfacer los intereses de los miembros). Podemos afirmar que, desde entonces, y hasta llegar a la actualidad, el movimiento asociativo va alcanzando una naturaleza más variada y heterogénea que la que poseía en épocas anteriores. A raíz del denominado «boom de la solidaridad», que surge a partir y en torna al citado movimiento a favor del 0,7 por ciento, aparecen nuevas iniciativas de acción social (grupos ecologistas, colectivos pacifistas, grupos a favor de la objeción de conciencia, etc.) que pronto alcanzan gran protagonismo. En estas circunstancias, el asociacionismo se centra, como ya adelantaba Orizo en 1991, en pequeños grupos informales cercanos al individuo y en movimientos sociales en los que la participación no implica la afiliación. Así mismo, adquiere un carácter predominantemente urbano, aunque, como matiza Ruiz Olabuénaga (1994), no se concentra en las grandes metrópolis, sino en las ciudades de un tamaño medio que puede oscilar entre 50.000 y 100.000 habitantes (sobre el asociacionismo rural, véanse Cuesta, 1990 y Prieto, 1992). En estas asociaciones urbanas se dan, a su vez, dos características significativas: tecnificación o profesionalismo y feminización; es decir, entre el voluntariado abundan cada vez más los técnicos y la afiliación de la mujer crece proporcionalmente en mayor medida que lo hace en el hombre (aunque sea éste quien mantenga mayor número de asociados). Además, el perfil del voluntario actual nos muestra a un sujeto de clase media con un aceptable nivel formativo y cultural, que posee un fuerte deseo de intervenir solidariamente y cuya actividad se centra, en múltiples ocasiones, en objetivos de entretenimiento. Los voluntarios ya no aportan sus recursos económicos, sino sus conocimientos adquiridos y su disponibilidad (Giner y Sarasa, 1995). Por otra parte, tal y como indican Cortés y colaboradores (1997), alrededor de un 58 por ciento de las asociaciones sociales recibe más de la mitad de sus recursos de la Administración central, autonómica o local, y únicamente el 11 por ciento manifiesta no recibirlos en absoluto por esa vía. En este sentido, las asociaciones reivindican cada vez mayores ayudas de la Administración, pero quieren a su vez ser más independientes.

Los principales planteamientos, características y objetivos de los que se vienen denominando como «nuevos movimientos sociales» se fundamentan en la solidaridad, y los valores principales que apoyan son la defensa del medioambiente, el desarme nuclear, la desmilitarización, la ayuda a los inmigrantes (y la denuncia de su situación), la democracia participativa, el respeto a la libertad sexual, etc. (Prieto, 1998). Para Reichmann y Fernández Buey (1994), las particularidades que caracterizan a estos movimientos son las siguientes: tienen un carácter de emancipación, basado en la autodefensa social frente a la creciente burocratización, cuestionan el desarrollo meramente material, cuentan con una composición diversa, poseen objetivos y estrategias de acción muy diferenciadas, su estructura es en forma de red o conexión de redes, se da una politización de la vida cotidiana y del ámbito privado, y utilizan métodos de acción no convencionales.

Estos «nuevos movimientos sociales» se ocupan, más que de conseguir nuevos objetivos sociales, de *defender* lo ya conseguido; se puede decir que se han ido especializando. De los movimientos ofensivos, utópicos y alternativos al sistema que predominaban hasta los últimos años, se pasa ahora a los «movimientos problema» (Alonso, 1996), es decir, movimientos muy fragmentados que se ocupan de un problema concreto hacia el que canalizan todos sus esfuerzos (las ONG's son un claro ejemplo de esto). Por otra parte, como señala Torres (1993) asociarse implica la «voluntad explícita» de la persona de «ligarse» con el entorno, con el mundo, para expresar y aportar sus ideas, y, al mismo tiempo, defender sus intereses y valores, y exponer sus demandas. Pero esa vinculación no sólo se realiza desde el plano personal, sino también por medio del grupo, «del grupo como núcleo de iniciativa social y cultural; del grupo como base de relación y sociabilidad. Del grupo, en definitiva, como punto dinámico de donde surge el barrio, pueblo, ciudad, comarca o país en su cultura, política y economía». Dentro del asociacionismo actual, el grupo se convierte, pues, en un medio de referencia para el individuo, que, a través de la pertenencia al mismo, adquiere y moldea su propia identidad.

El asociacionismo juvenil en Asturias

Un estudio elaborado por la asociación de estudiantes de Sociología *PRAGMA*, bajo la dirección del profesor Sánchez (1995), realizó entrevistas a 232 de las 316 asociaciones juveniles registradas en 1995 en el registro voluntario del Principado de Asturias, obteniendo los siguientes datos:

Asociaciones juveniles del Principado de Asturias por zona geográfica

Tipo asociación	Frecuencia	Total %
Avilés	37	15,9
Oviedo	59	25,4
Gijón	46	19,8
Cuencas	33	14,2
Centro	26	11,2
Oriente	12	5,2
Occidente	19	8,2
Total	232	100

Se observa en esta tabla de frecuencias la fuerte concentración de asociaciones en los grandes núcleos urbanos del Principado de Asturias, alcanzando entre Oviedo, Gijón y Avilés más del 60 por ciento, lo cual concuerda con la mayor densidad de población de estas zonas. La mayor presencia de asociaciones en Oviedo que en Gijón, siendo esta última una ciudad con superior número de habitantes, se explica por la concentración de todo el entramado burocrático-administrativo del Principado de Asturias en la capital asturiana y, como dato significativo para este trabajo, por la presencia en Oviedo de la mayor parte de las facultades y escuelas técnicas de la Universidad. Respecto a la tipología de estas asociaciones, llama poderosamente la atención la gran preponderancia de asociaciones de tipo recreativo-tiempo libre (35,3%) y las de tipo cultural (24,6%). En tercer lugar aparecen las asociaciones de estudiantes (7,8%). De esta forma, en estos datos se refleja la gran importancia que tiene el asociacionismo para nuestra investigación.

Asociaciones juveniles del Principado de Asturias según tipología

Tipo asociación	Frecuencia	Total %
Avilés	37	15,9
Deportiva	6	2,6
Cultural	57	24,6
Recreativa	82	35,3
Religiosa	10	4,3
Cívica	12	5,2
Ecologista	8	3,4
Política	8	3,4
Sindical	3	1,3
Benéfica	10	4,3
Estudiantil	18	7,8
Profesional	7	3
Mujeres	4	1,7
Otras	7	3
Total	232	100

Una vez examinadas estas referencias, procedemos a resumir el número y la distribución del asociacionismo universitario, dado su interés para este estudio. En este sentido, el curso 1997-98 había inscritas en la Universidad de Oviedo 45 asociaciones de estudiantes, 14 propiamente universitarias (formadas por estudiantes de varias facultades y centradas en intereses propiamente universitarios); 11 asociaciones pertenecientes a una sola facultad (es decir, asociaciones con actividades e intereses predominantemente internos); 9 ONG's y asociaciones humanitarias; 3 tunas; 2 grupos de teatro; 2 asociaciones religiosas (cristianas); y 4 asociaciones de carácter general.

Asociacionismo universitario

La investigación llevada a cabo consta de dos fases diferenciadas: una primera en la que se analizan cuantitativamente, a través de un cuestionario, los comportamientos más significativos de los

estudiantes universitarios en el campo del asociacionismo; y una cualitativa en la que se analizan los discursos de diversos gestores de la política de ocio universitaria, tanto de la propia institución académica, como externos a ella.

Fase cuantitativa: pautas más significativas

El universo muestral de esta investigación estuvo constituido por el censo de alumnos universitarios matriculados oficiales en la Universidad de Oviedo en el curso 1997-98, que ascendió hasta los 40.249 estudiantes. Se utilizó un muestreo aleatorio para obtener una muestra representativa en todos sus aspectos. La determinación del tamaño de la muestra responde al nivel de confianza del 95,5 por ciento, con un margen de error de ± 5 por ciento, resultando para este nivel de confianza una muestra de 905 casos. A continuación se distribuyeron los elementos de la muestra según el número de alumnos de cada facultad o escuela técnica de la Universidad de Oviedo, con una doble estratificación por sexos y por cursos en cada facultad.

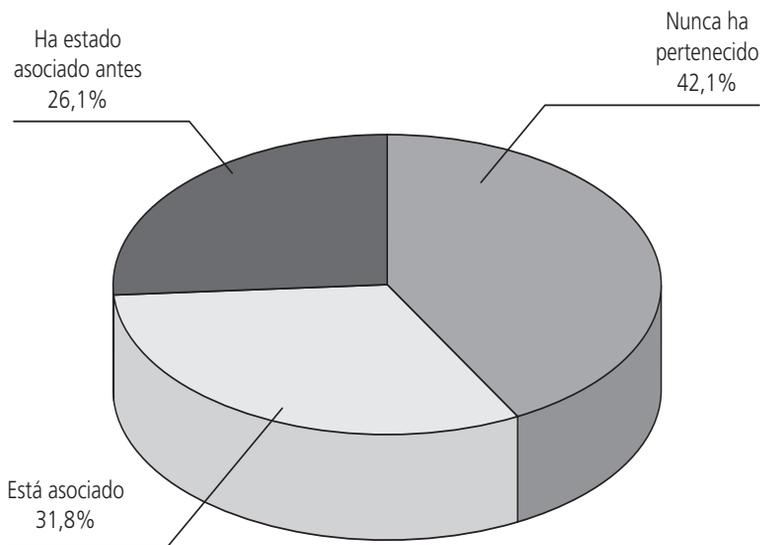
Resultados y discusión

Exponemos a continuación de forma sintética los resultados más importantes derivados del análisis cuantitativo. El grado de asociacionismo existente entre los estudiantes universitarios es, en general, considerable, teniendo en cuenta que el 31,6 por ciento pertenecen a una asociación y el 25,9 por ciento ha estado asociado con anterioridad. Hay un mayor nivel de pertenencia entre los hombres (37,7%) que entre las mujeres (26,3%).

Pertenencia actual y anterior a asociaciones

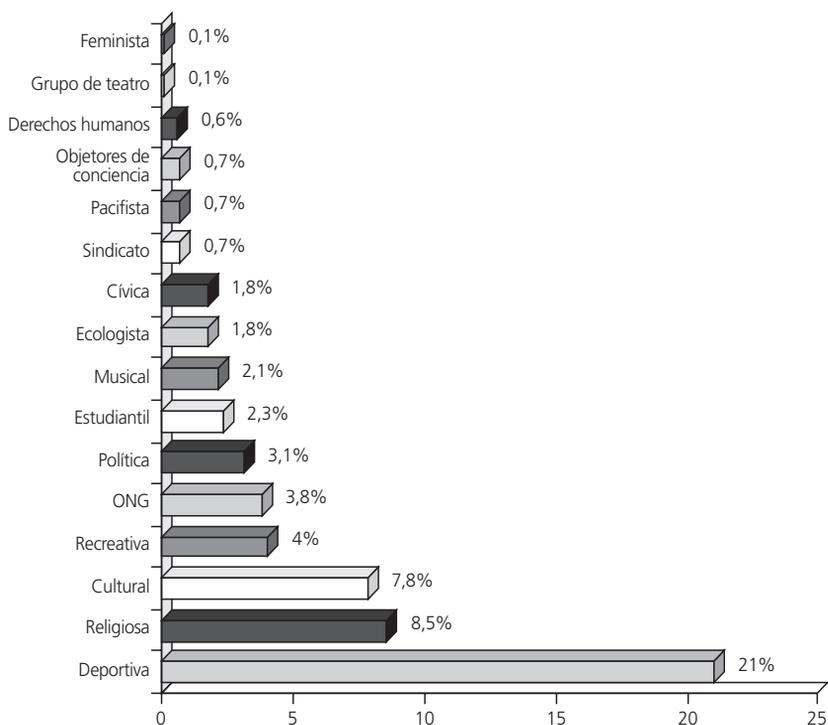
Pertenencia a asociaciones	Hombres %	Mujeres %	Total %
Nunca ha pertenecido	36,2	46,6	41,8
Está asociado	37,7	26,3	31,6
Ha estado asociado antes	25,4	26,3	25,9

Pertenencia a asociaciones



Los estudiantes de las carreras experimentales son los que muestran una mayor tendencia al asociacionismo, siendo los de ciencias de la salud los que se encuentran en la situación contraria. Por su parte, los estudiantes de nivel socioeconómico bajo y medio se asocian más o menos en la misma proporción, mientras que los de nivel más alto participan mucho más del asociacionismo (como puede verse, estos datos están en concordancia con los expuestos en el apartado teórico sobre el asociacionismo en general). La mayor parte de este tipo de afiliación se relaciona con la pertenencia a entidades de tipo deportivo; en el resto de asociaciones destacan las religiosas, culturales y recreativas, así con menor intensidad los ONG's, los partidos políticos y las asociaciones estudiantiles (son más que éstos los estudiantes que declaran pertenecer a asociaciones universitarias, alcanzando el 3,6%, dado que por asociación universitaria se entiende un mayor tipo de agrupaciones que las meramente estudiantiles, como son la tuna o el coro universitario).

Pertenencia a distintos tipos de asociaciones



Los estudiantes varones son mayoría en casi todas las asociaciones, estando las universitarias asociadas en mayor proporción a asociaciones de tipo religioso, grupos de teatro, en defensa de los derechos humanos, feministas, y ONG's (precisamente estas últimas conforman los nuevos movimientos sociales). Por otra parte, es interesante comprobar que el deseo de estar asociado es bastante mayor que el asociacionismo real existente entre los jóvenes universitarios. Así les gustaría pertenecer a alguna asociación a casi uno de cada dos estudiantes que aún no forman parte de ninguna (47,4%). Por encima incluso de los que les gustaría pertenecer a una asociación deportiva (13,5%), se sitúan los estudiantes que desearían formar parte de asociaciones ecologistas (22,8%) y a favor de los Derechos Humanos (21,7%). Muy de cerca de estos tres gru-

pos aparecerían las asociaciones pacifistas (12,8%) y los grupos de teatro y asociaciones culturales (ambos con un 11,8%). Es destacable el hecho de que las asociaciones a las que más les gustaría pertenecer a los universitarios (exceptuando las deportivas) se corresponden con entidades cuyos fines ideológicos y de defensa de valores las relaciona directamente con las organizaciones no gubernamentales (esto nos indica ciertas características particulares del asociacionismo universitario).

Por otro lado, parece significativo que las asociaciones religiosas sean las menos atractivas a la hora de afiliarse (0,7%); tras ellas encontramos a las asociaciones cívicas (2%) y los sindicatos (2,9%). En relación con los estudiantes que en el momento de realizar la encuesta no estaban asociados pero sí lo habían estado con anterioridad (26,1%), han formado parte de asociaciones deportivas en su mayor parte (21,6%), así como de asociaciones religiosas (10,3%), y culturales (6,3%). Han pertenecido a asociaciones religiosas más jóvenes que los que en la actualidad pertenecen a ellas,

Pertenencia anterior, actual y deseada a diferentes tipos de asociaciones

Asociación	Pertenece %	Ha pertenecido %	Le gustaría pertenecer %
Deportiva	21	21,6	13,5
Religiosa	8,5	10,3	0,7
Cultural	7,8	6,3	11,8
Recreativa	4	3,8	5,4
Política	3,1	1,3	5,1
Estudiantil	2,3	4	8,8
Musical	2,1	4,6	7,2
Ecologista	1,8	1,7	22,8
Cívica	1,8	0,6	2
Sindicato	0,7	0,6	2,9
Pacifista	0,7	0,4	12,9
Objetores de conciencia	0,7	0,2	3,6
Derechos humanos	0,6	0,4	21,7
Grupo de teatro	0,1	0,9	11,8
Feminista	0,1	0,2	4,3

lo que, junto al escaso interés de afiliarse a este tipo de asociaciones, parece significar un progresivo alejamiento de las instituciones religiosas con el paso de los años. Los estudiantes de humanidades muestran mayor deseo de asociarse a distintas organizaciones, mientras que los de ciencias de la salud, que eran los que en menor medida estaban asociados, se presentan, asimismo, como los menos deseosos de hacerlo.

Respecto a las organizaciones no gubernamentales, pertenece a ellas prácticamente el doble de mujeres que de hombres (4,8% frente al 2,6%) y de todos ellos la mayor parte lleva bastante tiempo asociado: más de tres años el 19,4 por ciento, unos tres años el 11,1 por ciento y entre uno y dos años el 36,1 por ciento; el 5,6 por ciento lleva asociado de seis meses a un año, el 16,7 por ciento de tres a seis meses y el 11,1 por ciento se acababan de afiliar alrededor de un mes antes de la realización del cuestionario. La mayoría de los universitarios dedican poco tiempo a la ONG a la que pertenecen (67,6%), haciéndolo un día al mes el 44,1 por ciento y uno o dos días cada quince días el 23,5 por ciento, la misma proporción de los que los que destinan a estas organizaciones uno o dos días a la semana; los que dedican entre tres días y toda la semana a la ONG a la que pertenecen se sitúan en el 5,7 por ciento. La asociación a organizaciones no gubernamentales se incrementa al tiempo que aumenta la edad de los estudiantes, y se mantienen en una proporción similar entre los universitarios de clase baja y media (en torno al 2,5%), siendo bastante mayor en los de clase superior (que alcanzan el 8,1%).

El grado de asociacionismo¹ de los estudiantes universitarios es ligeramente superior al de los jóvenes españoles de entre dieciocho y veinticuatro años, aumentando esta situación en el caso de Asturias. Si además se tiene en cuenta que el asociacionismo decrece en edades inferiores a dieciocho años y entre los jóvenes

¹ A continuación se enumeran los informes y las obras utilizadas para la comparación de los datos:

- Informe de juventud Asturias 1994. González Fernández, A. (Coord.) (1995).
- Informe juventud en España 96. Martín Serrano, M. et al. (1997).
- Cambios de hábito en el uso del tiempo. Trayectorias temporales de los jóvenes españoles. Aguinaga Roustán, J. et al. (1997).
- Tendencia del Asociacionismo juvenil en los años 90. Prieto, R. (1998).

de más de veinticinco, así como la edad media del estudiante universitario, la conclusión que se extrae es que las diferencias en esta práctica son mayores, a favor de los estudiantes universitarios. Sin embargo, consideramos que, en cualquier caso, esta mayoría de asociados entre los jóvenes universitarios es demasiado pequeña, pues éste constituye un colectivo que, si bien es discutible su disposición de un tiempo libre más extenso, es innegable la mayor viabilidad/flexibilidad en la utilización de este tiempo según su propia determinación y/o conveniencia, si se compara con casi todos los demás grupos sociales (que deben asumir los estrictos horarios impuestos por el trabajo o los quehaceres domésticos, por ejemplo); además, creemos que el colectivo universitario debería poseer inquietudes culturales superiores al resto, y su grado de participación debería ser mayor y de mejor calidad, dada la amplitud de su formación y el mayor capital cultural recibido. Se ha encontrado, asimismo, que el porcentaje de los universitarios a los que les gustaría estar asociados (casi uno de cada dos) rebasa con creces el interés de la juventud en general, lo que muestra a un grupo con «buenas intenciones» pero falta de resolución a la hora de llevarlas a cabo. Esto ofrece muchas interpretaciones posibles y debería reclamar el interés de los representantes en políticas de ocio para la puesta en marcha de medidas urgentes que desarrollen dicha potencialidad. Respecto a los jóvenes asturianos, el tipo de asociaciones varía, puesto que si las agrupaciones mayoritarias son en ambos casos las deportivas, las asociaciones religiosas, culturales, recreativas y estudiantiles gozan de la preferencia estudiantil. El caso de la religión es especialmente significativo, pues el colectivo universitario presenta una menor actitud religiosa que el resto de jóvenes de edades similares, siendo, no obstante, el asociacionismo religioso de los universitarios mayor al que tienen el resto de jóvenes. Esta situación se puede interpretar asumiendo que los grupos religiosos universitarios, menos numerosos, son, sin embargo, más activos. Asimismo la pertenencia a partidos políticos es más alta que la del resto de jóvenes, lo que presupone una mayor participación política, y por ende, un mayor interés hacia estas cuestiones por parte del colectivo universitario, menos apático que el resto de la juventud. Las ONG's, asociaciones ecologistas, pacifistas, de derechos humanos

y a favor de los objetores conforman algo más del 7,5 por ciento en el grupo universitario, mientras no llega al cinco por ciento en el resto de jóvenes, con lo que se advierte una mayor concienciación social, así como una mayor tendencia hacia la tolerancia, el respeto, la igualdad y la movilización para defender dichos derechos, que de nuevo pensamos debería ser mayor, debido las razones expuestas anteriormente.

Fase cualitativa: análisis de las entrevistas en profundidad

A través de la aplicación de entrevistas en profundidad a responsables directos de la política cultural y ocio de la Universidad de Oviedo (representantes de política local, de la comunidad, y, fundamentalmente, de la Universidad de Oviedo) se ha analizado su visión conjunta de la actividad asociativa juvenil y universitaria. Exponemos a continuación un breve resumen de los discursos efectuados a este respecto y, finalmente, la directriz principal de actuación en materia de asociacionismo universitario propuesta desde este estudio para su aplicación dentro de la política de ocio universitaria, con la finalidad de estimular la participación asociativa estudiantil, como una forma necesaria de revitalización de la organización y gestión de las prácticas de ocio y culturales desarrolladas desde la universidad.

En primer lugar, mostramos la opinión del Concejal de Juventud del Ayuntamiento de Oviedo, Oscar Cuetos, quien señala que desde su concejalía se aborda «la problemática del ocio, la temática del ocio, para ser un poco más exactos», en primer lugar apostando por «la participación de los ciudadanos a través de las asociaciones», aunque reconoce que la participación en el asociacionismo formal es muy baja. En su opinión, los jóvenes «se pueden agrupar ocasionalmente» con motivo de «una campaña solidaria, una manifestación, para divertirse también», pero muestran «ciertas reticencias» a formar parte de «los colectivos formales. Para él, la juventud demanda una amplia variedad de actividades, pero por otro lado se encuentra desestructurada, con lo que desde su política de actuación se trata de fomentar el «asociacionismo formal» (que cuenta aún con una muy baja participación ya que los jóvenes se suelen agrupar de forma ocasional, no formalmente). Ambas reali-

dades son «a la postre complementarias». Sin embargo, el Rector de la Universidad de Oviedo, Julio Rodríguez, piensa que en los ayuntamientos, por lo general, el asociacionismo, a diferencia de lo que ocurre en la universidad, los jóvenes que forman parte de las asociaciones «están casi siempre politizados», y mantienen una actitud falsa que les lleva, por un lado a la reclamación «de cara a la galería» de un mayor asociacionismo juvenil y de una relación más intensa entre las distintas asociaciones, y, por otra parte no hacen nada para que así sea, pues de esta forma aumenta el dinero que el ayuntamiento les aporta.

La política de ocio de la Universidad de Oviedo demanda la colaboración de los estudiantes para que programen sus propias actividades, de tal forma que el equipo que accede al gobierno de esta institución tiene unas ideas de lo que cree que debe hacerse y las complementa con la opinión y las propuestas de los estudiantes, lo que en la mayor parte de los casos se produce a través de las asociaciones universitarias. Esta situación se produce en los distintos órganos de gobierno universitario, pues del mismo modo que constituye la forma principal de actuación del Vicerrectorado de Estudiantes, José Antonio Cechini nos comenta que el Área de Deportes que él dirige «hay asociaciones deportivas», pero en general únicamente llevan alguna propuesta que luego se canaliza desde la propia universidad. En definitiva, parece haber consenso a la hora de valorar la actitud de los estudiantes como falta de interés, pues es patente su dejadez y apatía para la organización de actividades. En este sentido, Rodríguez observa la existencia de una mayoría de estudiantes «que *pasa mucho* de los temas que no sean los relacionados con su carrera, o los relacionados con sus amistades y con su grupo» y matiza que este desinterés se da «en esos temas colegiados» y que «otra cosa es que los practiquen ellos por su cuenta», con lo que pone de manifiesto la escasa cuantía de la participación asociativa universitaria, refiriéndose a que los estudiantes que forman asociaciones «tienen un interés particular o son movidos por compañeros que lo tienen» y constituyen un grupo formado por un número de estudiantes «limitado, pequeño, pero muy activo, que tienen interés». El Vicerrector de Estudiantes, José Águeda, por su parte, cree que los estudiantes generadores de actividades hacen «cosas maravillosas» pero generalmente de forma esporádica; suele

ser un tipo de alumno que es más participativo que el estudiante universitario común; en muchos casos estos grupos están formados por alumnos que se incorporan a una universidad y que traen ya unas aficiones determinadas». En cualquier caso, lo que queda claro finalmente es que los alumnos más creadores y participativos se mueven a través del asociacionismo y muestran su descontento por la escasa respuesta que sus propuestas tienen entre sus compañeros, por los que se sienten poco valorados.

Rodríguez advierte que «aunque existen muchas asociaciones hoy en la Universidad de Oviedo, seguramente no lleguen a reunir a un 2,5 por ciento de los alumnos que tiene la universidad». Las causas de esta escasa participación asociativa juvenil están en «la propia infraestructura de la universidad», que impide que el estudiante llegue a tener un «sentimiento de ser universitario» y que se fomente en mayor medida el asociacionismo y la participación estudiantil en la vida universitaria. Pero el Rector considera que hay que buscar fórmulas alternativas para fomentar el asociacionismo, pues hasta el momento se ha intentado de distintas formas, «desde ayudar a las asociaciones económicamente, hasta tener en cuenta cualquier tipo de cuestión que se nos comunicara, o darles facilidades, en la medida de lo posible, ofreciéndoles espacios y equipamientos», pero ninguna ha conseguido su propósito. Por ello asume la dificultad de lograr este objetivo y asegura que «no es fácil que aumente más de lo que hay en este momento, si no encontramos un camino para que el alumno vea las ventajas que el asociacionismo puede proporcionarle»; se trata de que entiendan que hay ventajas más allá del tipo de ayudas que puedan percibir, de que se mentalicen «de que la unión de los alumnos hace la fuerza, y de que en un momento determinado, un grupo de estudiantes bien organizado puede conseguir muchas cosas que de forma individualizada no conseguiría, sean culturales, sean de tipo académico, o sea simplemente el poder denunciar situaciones que no sean correctas».

Conclusión final

A partir de los datos y la discusión expuestos anteriormente, creemos que las medidas que deben adoptarse para mejorar la parti-

cipación asociativa estudiantil dentro de la universidad serán, entre otras: potenciar el asociacionismo formal (dentro de cada facultad e interfacultades, creando instrumentos de información completos, actualizados y estratégicos, información que llegue a todos y cada uno de los estudiantes; ofertando mecanismos de concienciación afiliativa con el fin de que los estudiantes aprendan la importancia y el papel de las asociaciones culturales para la mejora y el progreso de la universidad en particular y de la sociedad en general; todo este proceso de concienciación se puede desarrollar a través de jornadas y foros específicos, conferencias especializadas, exposiciones y congresos, etc.); así mismo, se debería seguir fomentando la participación en las asociaciones y ONG's ya existentes (mejorando las relaciones entre ellas mismas y entre el resto de instituciones universitarias; aportando infraestructuras y actualizando las disponibles; facilitando su difusión tanto dentro la comunidad universitaria como hacia el resto de la sociedad, etc.); proporcionar todo tipo de infraestructuras y equipamientos actualizados que permitan un trabajo asociativo enriquecedor y próximo al estudiante, ello debería lograrse facilitando una ubicación de las sedes de las asociaciones en lugares céntricos y cercanos a los alumnos para que éstos se impliquen en el día a día de las mismas, etc.; y crear una nueva figura de coordinador que gestionase y mediase entre las instancias universitarias y las asociaciones (ello permitiría mejorar su funcionamiento, resolviendo todo tipo de problemas y potenciando a su vez su papel entre los órganos de gobierno, los propios universitarios y el resto de la comunidad universitaria).

Referencias bibliográficas

- AGUINAGA ROUSTAN, J. y COMAS, D. (1997). *Cambios de hábito en el uso del tiempo. Trayectorias temporales de los jóvenes españoles*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Juventud.
- AGULLÓ, E. (1997). *Jóvenes, trabajo e identidad*. Oviedo: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.
- CASADO, D. (1994). Acción social y servicios sociales, en *V informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000*. Madrid: Fundación FOESSA.

- CORTÉS ALCALÁ, L., Hernán Montalbán, M^a.J. y López Maderuelo, O. (1997). *Las organizaciones de voluntariado en España*. Madrid: Plataforma para la Promoción del Voluntariado en España.
- CUESTA, B. (1990). *La juventud rural*. Madrid: Cáritas Española.
- GINER, S. y SARASA, S. (1995). Altruismo cívico y política social, en *Leviatan*, vol. 61, Otoño 1995.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, A. (1995). *Informe juventud Asturias 1994*. Oviedo: Principado de Asturias, Lidergraf.
- GORDON, M. (1964). *Assimilation in American Life*. Nueva York: Oxford University Press.
- KERRI, J.N. (1976). Studying voluntary associations as adaptive mechanism, en *Current Anthropology*, vol. 17, pp. 23-47.
- LINZ, J. y STEPHAN, A. (1996). *Problems of Transition and Democratic Consolidation*. Baltimore: Jhon Hopkins University Press.
- LITWAK, E. (1961). Voluntary associations and neighborhood cohesion, en *American Sociological Review*, vol. 26, pp. 258-271.
- LITTLE, K. (1965). *West African Urbanization: a study of voluntary associations in Social Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LÓPEZ DE AGUILETA, J. (1990). Estado Sociedad Civil y Procesos de Participación, en VV.AA. *El Voluntariado en la Animación sociocultural*. Madrid: Editorial Popular.
- LÓPEZ PÉREZ, C. (1996). Estructuras financieras de las asociaciones deportivas. Un análisis comparativo, en GARCÍA FERRANDO, M.y MARTÍNEZ MORALES, J.R. (coord.) *Ocio y deporte en España*. Valencia: Tirant lo blanch.
- MARTÍN SERRANO, M. y Velarde Hermida, O. (1997). *Informe Juventud en España 96*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- ORIZO, F.A. (1991). *Los nuevos valores de los Españoles*. Madrid: Fundación Santa María. Ediciones SM.
- PRIETO, R. (1992). *Asociacionismo juvenil: espacio rural e intermedio*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- PRIETO, R. (1998). *Tendencias del asociacionismo juvenil en los años 90*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- REICHMANN, J. y FERNÁNDEZ BUEY, F. (1994). *Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ, J. y AGULLÓ, E. (1999). Estilos de vida, cultura, ocio y tiempo libre de los estudiantes universitarios, en *Psicothema*, vol.11, núm.2, pp. 247-259.
- RODRÍGUEZ, J. (2000). *El ocio de los universitarios. Una aproximación psicossociológica al estilo de vida universitario en la sociedad contemporánea*. Tesis Doctoral. Oviedo: Facultad de Psicología, Universidad de Oviedo.

- RODRÍGUEZ CABRERO, G. y ORTÍ BENLLOCH, A. (1996). Institucionalización del sector asociativo en España: estratificación motivacional e ideológica y diferenciación y complementariedad entre sector público y entidades sociales, en RODRÍGUEZ CABRERO, G. y CORDORNIÚ, J.M. (Coor.) *Las entidades voluntarias en España. Institucionalización, estructura económica y desarrollo asociativo*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- RODRÍGUEZ CABRERO, G. y CORDORNIÚ, J.M. (Coor.) (1996). *Las entidades voluntarias en España. Institucionalización, estructura económica y desarrollo asociativo*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- ROSE, A. (1954). *Theory and Method in the Social Sciences*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (1994). Ocio y estilos de vida, en *V informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000*. Madrid: Fundación FOESSA.
- SÁNCHEZ, F. et al. (1995). *Estudio sobre las asociaciones juveniles del Principado de Asturias 1995*. Oviedo: estudios sociológicos PRAGMA.
- TORRES, J.A. (1993). Estudios, en NAVARRO M.; MATEO, J.M. *Informe juventud en España*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Juventud.
- VINYES, R. (1996). Aproximación histórica a las asociaciones de carácter no lucrativo en el ámbito de los servicios sociales, en RODRÍGUEZ CABRERO, G. y CORDORNIÚ, J.M. (Coor.) *Las entidades voluntarias en España. Institucionalización, estructura económica y desarrollo asociativo*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.

Documentos de Estudios de Ocio

La presente edición tiene su origen en la organización y celebración del 6.º Congreso Mundial de Ocio celebrado en el mes de Julio de 2000. En dicho Congreso se trabajaron hasta doce áreas temáticas, destacando entre ellas la referida al Voluntariado Social. Algunas de sus comunicaciones presentadas entonces, se han englobado en los siguientes tres bloques de contenidos: la evolución del voluntariado en clave socio-histórica, el voluntariado en la sociedad contemporánea y, experiencias e investigaciones que denotan el protagonismo del voluntariado.



Working together to improve the quality of life for all
Trabajando juntos para mejorar la calidad de vida de todos
Denon bizi kalitate hobetzeko elkar lanean



Universidad de
Deusto

• • • • •