



OcioGune 2010.

Ocio y valores: un horizonte de cambio, choque e innovación

OcioGune. Foro de Investigación, Pensamiento y Reflexión en torno al Fenómeno del Ocio (9-11 de junio)
Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto (Bilbao)

1

Tras la pasada edición dedicada a la reflexión y el debate sobre los espacios de ocio, la *Cátedra Grupo Santander Ocio y Conocimiento* del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto convoca por quinto año consecutivo el foro OcioGune, en esta ocasión bajo el lema *Ocio y valores: un horizonte de cambio, choque e innovación*.

OcioGune está dirigido a investigadores, expertos y profesionales del ámbito del ocio, interesados en intercambiar conocimientos y experiencias en sus áreas de especialización. Se trata de un espacio de encuentro que busca provocar el debate en torno a la realidad social del ocio, sus transformaciones y tendencias. En el Foro se promueve una visión plural del fenómeno del ocio, integrando los ámbitos en los que se manifiesta (cultura, turismo, deporte, recreación), así como la diversidad de su vivencia desde distintos colectivos y contextos.

En la presente edición, OcioGune se centrará en la reflexión acerca del mundo de los valores en su relación con el fenómeno del ocio. Desde hace años oímos hablar de la crisis –o incluso la ausencia– de valores, asistimos con expectación a los cambios en la escala de lo que nuestras sociedades consideran valioso, nos mostramos convencidos de que toda oferta nueva, en cualquier ámbito, debe generar valor añadido. Este clima de profundo interés por los valores requiere también un esfuerzo reflexivo por parte de los investigadores y profesionales del ocio, que aborde cuestiones como las siguientes:

- ¿Es el ocio mismo un valor en la actualidad? ¿O debe decirse, más bien, que el ocio encarna los valores actuales?
- ¿La popularidad de ciertas prácticas de ocio corresponde a determinados valores dominantes o, por el contrario, los causa?
- ¿Qué valores puede y debe promover el ocio y cómo es deseable que lo haga?
- ¿Tienen unas prácticas de ocio más valor que otras, y en qué sentido?
- ¿Qué puede convertir al ocio en una experiencia valiosa? ¿Qué distingue la experiencia valiosa de la experiencia ordinaria?

Todas estas preguntas constituyen hoy día un inquietante trasfondo en el trabajo de los teóricos del ocio y de sus profesionales en los campos de la educación, la gestión y las políticas. OcioGune 2010 se propone abordar este vasto horizonte de cuestiones, agrupándolas en tres foros de ideas.



I Foro de ideas. *Ocio y cambio de valores*

- ¿Por qué ha llegado a ser el ocio un valor? ¿Refleja el valor del ocio un cambio general de valores?
- ¿Implica el surgimiento de nuevas formas de ocio digital la expansión de nuevos valores? ¿Puede promover este ocio valores que parecían estar en declive?
- ¿Debe proponer el ocio alternativas a los valores sociales dominantes?
- ¿Son las prácticas de ocio un vehículo de cambio de valores? ¿Qué deben tener en cuenta las intervenciones educativas y las políticas de ocio que busquen un cambio de valores?

II Foro de ideas. *Ocio y choque de valores*

- ¿Promueve el ocio valores contradictorios, que chocan o son incongruentes entre sí?
- La globalización de las prácticas de ocio, ¿implica siempre la promoción de valores occidentales? ¿Vale el ocio lo mismo en las diversas culturas?
- ¿Puede servir el ocio como vehículo para la convivencia de culturas con diversos sistemas de valores? ¿Tienen en cuenta las políticas de ocio la disyuntiva entre asimilación y convivencia?
- ¿Cómo interactúa el ocio con ámbitos que tienen un marcado sistema de valores propios como, por ejemplo, la religión?
- ¿Se encarnan los valores de diversas generaciones en prácticas de ocio distintas? ¿Cómo puede paliarse ese conflicto latente?

III Foro de ideas. *Ocio y generación innovadora de valor*

- ¿Puede ser el ocio una mercancía más? ¿Es el ocio un valor escaso, desigualmente distribuido entre la población?
- ¿Cómo introducir en la industria del ocio el compromiso con los valores de la inclusión y la autorrealización? ¿Puede ser rentable en el mercado un ocio comprometido con estos valores?
- ¿Puede diseñarse una cadena social del valor para el sector del ocio?
- ¿Qué requisitos debe cumplir un proveedor de servicios de ocio para generar valor de un modo responsable, inclusivo y sostenible?
- ¿Es posible conjugar rentabilidad y desarrollo humano en la provisión de experiencias de ocio?



Presentación de comunicaciones

OcioGune tiene como uno de sus objetivos posibilitar el encuentro e intercambio de conocimiento por parte de los investigadores en ocio. Por ello, el Foro cuenta con un espacio específico para que los participantes presenten sus investigaciones y reflexiones a través de comunicaciones.

Las comunicaciones tratarán sobre el tema central de OcioGune 2010: **Ocio y valores: un horizonte de cambio, choque e innovación**. Las líneas temáticas de las comunicaciones se corresponden con las cuestiones agrupadas en los foros de ideas.

El proceso para la participación supone los siguientes pasos.

1. Propuesta de comunicación

La **fecha límite** para el envío de la propuesta de comunicación es el **15 de enero de 2010**. Debe incluir:

- resumen de la comunicación con una extensión de entre 250 a 500 palabras;
- currículum vitae completo del autor o autores de la comunicación.

El resumen debe enviarse por mail a ocioogune@ocio.deusto.es

2. Aceptación de las propuesta de comunicaciones

Las propuestas de comunicación se evaluarán según su calidad y adecuación al tema. **La resolución se comunicará** con fecha límite de **22 de enero**.

3. Envío del texto completo

Tras la aceptación del resumen de las comunicaciones, **los autores tienen hasta el 8 de marzo para enviar el texto completo y realizar el proceso de inscripción**. Este texto completo constará de dos partes.

- La primera deberá incluir el título de la comunicación, los nombres de los autores con un currículum breve de 10 líneas. Asimismo, esta primera página debe incluir un resumen en castellano e inglés con una extensión máxima de 250 palabras respectivamente, así como una propuesta de 3-5 palabras clave.
- La segunda parte debe contener el texto completo de la comunicación, con un máximo de 15 páginas y siguiendo las normas de estilo de OcioGune Foro de Investigación.

4. Selección de las comunicaciones y formato de publicación

El comité científico asesor de OcioGune evaluará el texto completo de las comunicaciones y decidirá sobre su publicación. **El comité comunicará su decisión a los autores el 19 de abril**.



Inscripción

La cuota de inscripción incluye la participación en las actividades académicas del Foro, la entrega de la documentación asociada al mismo, así como la asistencia al Lunch para el Encuentro que se celebrará el 10 de junio.

Cuotas de inscripción por persona

TIPO DE MATRÍCULA	COSTE	REQUISITOS
Matrícula ordinaria	120 €	
Matrícula reducida	90 €	-Estudiante -Entidades que presenten tres o más matrículas
Comunicantes	40 €	Personas a cargo de la presentación de las comunicaciones seleccionadas

4

El pago de la matrícula, en cualquiera de sus modalidades, requiere:

- Realizar el ingreso del importe correspondiente, indicando como concepto OcioGune 2010 en el siguiente número de cuenta: SCH 0049 0018 43 2413766311
- Cumplimentar la ficha de inscripción
- Enviar el resguardo de haber abonado el importe correspondiente y la ficha de inscripción cumplimentada a la atención de Itziar Zubietza, antes del 10 de mayo a través del correo postal, fax o correo electrónico. Se considerará que la inscripción es definitiva únicamente cuando la Secretaría de Estudios de Ocio haya recibido el resguardo del abonaré bancario.

Dirección postal

Universidad de Deusto
Instituto de Estudios de Ocio
Avda. de las Universidades, 24
48007 Bilbao
Tel.: 944 139 075
Fax: 944 467 909
ociogune@ocio.deusto.es

Fechas fundamentales

15 de enero

Recepción de resúmenes de las comunicaciones y currículum vitae del autor/es.

22 de enero

Resolución de resúmenes aceptados (comisión interna)

8 de marzo

Envío del texto completo

19 de abril

Resolución por parte del comité científico de OcioGune para la publicación

9, 10 y 11 de junio

Celebración de OcioGune 2010