



Bloque II

Las dinámicas participativas de carácter espontáneo como referentes para el ocio comunitario.

Alejandro Sotelino Losada y Miguel Ángel Rodríguez Fernández.

La dimensión autotélica de las prácticas de ocio refiere, a nuestro juicio, un cierto componente de espontaneidad que encuentra uno de sus puntos álgidos en determinadas iniciativas de carácter lúdico-festivo que, enraizadas en un territorio, son seña de identidad para muchas comunidades de forma que las crean, las recrean, las identifican y contribuyen a afianzar el sentimiento de pertenencia de las personas entre sí y con respecto a esos enclaves territoriales.

La intención de las Administraciones Públicas de “apoderarse” de esas prácticas tradicionalmente acometidas o asumidas por la ciudadanía organizada, trasladándolas a la cultura del espectáculo y a su inevitable occidentalización, termina por depauperar, en muchos casos, la propia esencia de esas iniciativas que, de este modo, dejan de ser percibidas como suyas por las personas que participaron en su génesis, procurando, en no pocas ocasiones, la implementación de otras prácticas digamos alternativas y ajena a las promovidas por los Poderes Públicos.

El texto aborda, desde una perspectiva sociopedagógica, la constante polémica y el complejo equilibrio entre la generalización del ocio como experiencia vital que profundiza en la autonomía personal, y la minimización de la capacidad de maniobra que supone la extensión de un ocio masificado y basado en la cultura del espectáculo, concibiendo a las personas como meros clientes, consumidores, usuarios, y no como los verdaderos protagonistas de esa experiencia singular, individual o compartida, que es el tiempo de ocio. Se incluye, como ejemplo sumamente revelador de tales cuestiones, el caso del *Entroido* en Galicia.

Alejandro Sotelino Losada

Licenciado en Pedagogía por la Universidad de Santiago de Compostela, premio extraordinario de Licenciatura. Trabaja en el marco del grupo de Investigación Esculca amparado por una beca nacional F.P.U (Formación del profesorado universitario). Sus campos de trabajo y estudio son el Aprendizaje de Servicio, la Educación Intercultural y el análisis de las tradiciones y manifestaciones culturales desde una perspectiva social y educativa.

Miguel Ángel Rodríguez Fernández

Diplomado en Educación Social y Licenciado en Pedagogía por la Universidad de Santiago de Compostela, premio extraordinario de Licenciatura. Trabaja en el marco del grupo de Investigación SEPA amparado por una beca nacional F.P.U. (Formación del profesorado universitario). Sus campos de trabajo y estudio son el ocio, la participación social y asociacionismo.



Ocio como valor para la promoción de la equidad e inclusión social en la periferia urbana de Fortaleza, Brasil.

Henrique Pereira Rocha.

Las experiencias de ocio implantadas en las periferias de los centros urbanos con carencias socioeconómicas tienen como fundamento la percepción del ocio como medio de promoción de valores de la dignidad humana y de desarrollo personal, posibles a través de acciones de inclusión social por medio de la oferta de vivencias de ocio en espacios accesibles para grupos sociales desfavorecidos. El ocio como derecho humano básico es también perfilado como un rasgo para la comprensión del ocio desde la ética, así como el sentido de justicia, y que se encuentra vinculada a valores de equidad, justicia social e inclusión. Con estas reflexiones y aportaciones con respecto a los nuevos valores de los jóvenes a través del ocio, podemos considerar que es posible identificar un cambio conceptual en la comprensión del ocio por parte de este sector de la población en particular, a partir de la observación de sus experiencias de ocio. Cuidamos de dar dimensión a nuestro objeto de estudio, dentro de una perspectiva de inclusión social dentro del contexto socioeconómico de las sociedades modernas, reflexionando sobre el grado de eficacia que las acciones de ofrecer ocio son percibidas como una garantía del ejercicio de un derecho, que pueden promover un cambio social significativo, e incluso, que pueden ser consideradas como posibles acciones para transformar la calidad de vida del individuo y su comunidad, con reflejos objetivos en los espacios sociales donde viven las personas que están más alejadas de acceder a oportunidades de disfrute de actividades de ocio.

Henrique Pereira Rocha

Henrique Pereira Rocha es licenciado en Comunicación Social por la Universidad Federal del Ceará (1995), con especialización en Gestión de Productos y Servicios Culturales por la Universidad del Estado del Ceará (2002) y Máster en Psicología por la Universidad de Fortaleza (2006). Actualmente es doctorando en Ocio y Potencial Humano por la Universidad de Deusto, en Bilbao – España, director del Curso de Periodismo y profesor de nivel superior del Centro de la Educación Superior del Ceará (Faculdade Cearense). Tiene experiencia en el área de la antropología, con énfasis en la Teoría Antropológica, actuando principalmente en los temas siguientes: comunicación, ocio, cultura popular, folklore, investigación científica, antropología y valuación de las culturas regionales.



Topaleku. Una experiencia de inclusión a través del ocio.

Gaizko Cirián Zubiri.

Topaleku es un proyecto de ocio perteneciente a la Asociación Bidesari que quiere favorecer la incorporación social de personas que han estado presas y han tenido problemas con las drogas.

A través de nuestras propuestas facilitamos este proceso de **incorporación** mediante el trabajo sobre habilidades sociales, el encuentro con otras personas, la creación de nuevas redes sociales y una metodología atractiva y participativa en la que el ocio se convierte en un aspecto **positivo** en su vida que les ayuda a **desarrollarse**, integrarse y disfrutar.

Por nuestra experiencia, el ocio, tanto a nivel de nuestros usuarios como de la sociedad, avanza hacia una mayor individualización en vez de hacia una mayor socialización. Nuestra propuesta de ocio sin embargo, se centra en el **encuentro**, en disfrutar juntos, en desarrollar actividades lúdicas, participativas y dinámicas que además de provocar que nos lo pasemos bien nos socializan e integran.

Topaleku es un espacio abierto y plural en el que se encuentran personas con experiencias de prisión y drogas con personas que vienen de diferentes experiencias de vida, más sanas y positivas, que facilitan, a través del ocio y sus valores, la **inclusión** social de los colectivos antes señalados.

Gaizko Cirián Zubiri.

Licenciado en Marketing y Comunicación con diversos cursos de Postgrado y Especialización en Comunicación Empresarial y Marketing de Servicios. Todo su trabajo se ha desarrollado en el campo social lo que incluye 8 años como voluntario y cooperante en América Latina. Desde el año 2005 es Responsable del Proyecto Topaleku, Ocio y Encuentro Social (Asociación Bidesari)

Carlos Sáez Martínez.

Diplomado en Educación Primaria, Educador Social y Animador Sociocultural. Es trabajador del Proyecto Topaleku, Ocio y Encuentro Social (Asociación Bidesari) desde el nacimiento del mismo en el año 2002. Tiene una experiencia de 14 años en el campo de la educación social y la animación sociocultural aplicada al ocio.



Recreación en la comunalidad.

Geovany Martín Álavez Mendoza.

La mayoría de las formas como el ocio se presenta en la sociedad actual han sido diseñadas y manejadas a través de los medios de comunicación y provienen de los países occidentales, por lo cual traen inmersas sus formas y maneras de concebir sus mundos. Pero también los pueblos y comunidades rurales e indígenas de muchos países que no están en el primer mundo han ido creando sus formas y maneras de recrearse, dichas formas de ocio están impregnadas de valores que son necesarios en nuestro mundo actual. Es importante darle voz a esas formas de ocio que las comunidades han practicado por años, como es el caso de la comunalidad de los pueblos de Oaxaca.

La comunalidad es el modo de vida de los pueblos originarios en Oaxaca, no se refiere a la vida en el entorno local a la comunidad sino a la forma como se vive y organiza la vida en las comunidades. El hecho de que esta comunalidad se exprese en el espacio comunitario no significa que esté estrictamente reducida a él, pues la perspectiva de los pueblos, basada en su reconstitución, indica la necesidad de que la vida comunal se proyecte del territorio local al regional, del espacio comunitario al étnico. Su manifestación se da a través de la expresión de los valores de la humanidad (solidaridad, fraternidad y armonía, que conforman la ética de la reciprocidad) que se conservan vivos en los pueblos de Oaxaca. Es una colaboración personal, ayuda material o económica que presta la población a una persona, esto se traduce en dar para luego ser digno de recibir. De ésta se rescata la capacidad de dar del ser humano, la solidaridad como algo innato a su naturaleza, donde la persona antes que egoísta es capaz de compartir, pues su naturaleza así lo permite; se coopera con gusto y se trabaja igual.

La ética de la reciprocidad tiene su mayor manifestación a través de la guelaguetza. Considerado como un acto de solidaridad social entre los componentes de una comunidad determinada, practicándose en función de las necesidades comunes y como resultante natural de la convivencia; cualquier miembro de la comunidad recibe en un caso dado la ayuda de los vecinos, tanto en dinero como en especie, además del trabajo personal de éstos; ayuda que el beneficiario está comprometido a prestar de igual forma, puesto que precisamente el rasgo distintivo de la guelaguetza reside en la reciprocidad de los servicios o ayudas que se prestan en caso de necesidad o conmovidos ante algún hecho trascendente en la vida de un individuo.

Es conveniente dejar testimonio de las formas como nuestras comunidades viven su tiempo de ocio y rescatar los valores universales que están inmersos en dichas prácticas y que tanta falta hacen en nuestro mundo actual.

Geovany Martín Álavez Mendoza.

Geovany Martín Alavez Mendoza, nació en Huajuapan de León, Oaxaca, México. Estudió la licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad Nacional Autónoma de México (1987), licenciatura en Educación Física en la Escuela Superior de Educación Física (1988), Maestría en Recreación y Administración del Tiempo Libre en la Universidad Regional Miguel Hidalgo (2002) y estudios de doctorado en Ocio y Potencial Humano en la Universidad de Deusto, Bilbao (2008). Se ha desempeñado como docente en educación básica, en escuelas de nivel superior y maestría.



Las Redes Sociales Virtuales como nuevos espacios de ocio y de transmisión de valores entre los adolescentes de Bilbao.

Visitación Pereda y Ana Viñals Blanco

La irrupción de las redes sociales virtuales en la vida cotidiana se ha convertido, principalmente entre los adolescentes, en un auténtico fenómeno social y de masas, pasando a constituir una de sus actividades de ocio y tiempo libre más practicadas y a actuar como verdaderos agentes de socialización, por encima de familias y escuelas. A través de la elaboración de cuatro grupos de discusión, hemos intentado aproximarnos a lo que los adolescentes de entre 14 y 16 años de Bilbao piensan respecto a la incorporación de estas redes en su tiempo libre y a la influencia en sus valores sociales. Partiendo de la base de un Ocio humanista, entendido como experiencias libres, gratificantes y autotécnicas, ¿se puede afirmar que este Ocio digital es un Ocio humanista para los más jóvenes?

Visitación Pereda Herrero

Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad de Oporto y licenciada en Pedagogía por la Universidad de Deusto y. Su tesis doctoral versa sobre el tema “Audiovisualización, escuela y tiempo libre. La recepción televisiva del pre-adolescente: un proceso de mediación múltiple”. En la actualidad es profesora de la Facultad de Psicología y Educación de la Universidad de Deusto, donde imparte las asignaturas de Antropología e Historia de la Educación, Teoría de la Educación, Gestión de Centros Educativos y Educación y Medios de Comunicación. Coordina también el Máster Universitario en Dirección y Gestión de Centros Educativos. Ejerció también como docente varios años en Portugal, en la Universidad de Braga, en la Facultad de Psicología y Ciencias de la Educación de Oporto y en la Universidad Abierta de ese país. Pertenece al equipo de investigación Innova y colabora con el Equipo de Investigación del Instituto de Estudios de Ocio, impartiendo docencia en su Programa de Doctorado y orientando diferentes tesis doctorales.

Ana Viñals Blanco

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco. Alumna del Master Oficial Universitario en Organización de Congresos, Eventos y Ferias de la Universidad de Deusto y asimismo becaria en el Área de Postgrados de el Instituto de Estudios de Ocio. Ha realizado prácticas en el Departamento de Comunicación de Haceria arteak, Artes Escénicas, trabajando en la misma desde junio de 2009. Su ámbito de interés académico está centrado en temas relacionados con el ocio, comunicación, producción y docencia, orientándose a la realización del Doctorado



Ocio serio en el ocio digital. Las actividades de ocio digitales se fusionan en sus mismas acciones y es en los contextos que se separan o diferencian

Ercilia García-Álvarez, Jordi López-Sintas y Laura I. Rojas de Francisco

El artículo expone una categoría de estudio de una investigación sobre las actividades de ocio digital en relación a los conceptos de ocio casual y ocio serio, como actividades que generan espacios de interacción que un usuario puede considerar como una forma de socialización y mantenimiento de relaciones. Parte de un estudio con metodología cualitativa realizado con 21 usuarios de espacios digitales que fueron entrevistados en la provincia de Barcelona, en el que se analizaron aspectos relacionados con las dinámicas de uso y alcances de la experiencia durante las actividades de ocio digital. Se hizo una aproximación a diferentes procesos que tienen lugar durante las actividades de ocio digital en la red y con las nuevas tecnologías de la comunicación e información, en las que se encontraron evidencias de que las actividades digitales de ocio y de trabajo se fusionan haciendo difícil su identificación y además, se desarrollan en condiciones de simultaneidad. Entonces, es en los contextos donde los informantes separan o diferencian el significado de las actividades. Se analiza y compara la experiencia de ocio digital para comprender diferentes procesos que conllevan a éste tipo de ocio a que los límites se difuminen

Ercilia García Álvarez.

Doctora en Economía de la Empresa, es profesora agregada del Departamento de Gestión de Empresas de La Universitat Rovira i Virgili. Investigadora Senior en el Centro de Estudios en Humanidades, Investigadora principal del grupo de Investigación Qualocio (Investigación Cualitativa en los Mercados y las Organizaciones del Ocio) y miembro del grupo Consumo, Mercados y Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona. Presidenta de Espacual (Asociación Española para el Avance de la Investigación Cualitativa en España). Ha publicado en diversas revistas internacionales entre ellas: European Sociological Review, Poetics, Social Forces, Field Methods, Family Business, Cultural Economics.

Jordi López Sintas.

Doctor en Economía de la Empresa es profesor titular en el área del Investigación y Comercialización de Mercados en el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigador senior y director del Centro de Estudios en Humanidades e investigador principal del grupo de investigación Consumo, mercados y cultura (2009-SGR-411). Vicepresidente de Espacual (Asociación Española para el Avance de la Investigación Cualitativa. Ha publicado en diferentes revistas internacionales entre ellas: Social Forces, The Sociological Review, European Sociological Review, Cultural Economics, Poetics, Field Methods, Family Business Review.

Laura I. Rojas de Francisco.

Doctoranda en Humanidades: Consumo y Producción de la Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigadora invitada en el grupo de investigación Consumo, mercados y cultura (2009-SGR-411). Becaria de Investigación del Gabinete de Comunicación y Educación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB.



La democratización cultural como valor en las organizaciones de ópera europeas.

Almudena Eizaguirre y Macarena Cuenca

La ópera ha sido un espectáculo tradicionalmente elitista. Sin embargo, hoy en día parece que esta situación se está invirtiendo y está cobrando protagonismo la idea de tratar de acercar la ópera al mayor número de gente posible. A lo largo de este artículo, nos planteamos hasta qué punto es relevante, en el siglo XXI, la democratización cultural para las óperas europeas. Para ello, partimos de una reflexión teórica, que nos sirve de base para analizar cómo se refleja la democratización cultural en las declaraciones e iniciativas de una decena de organizaciones de ópera europeas

Almudena Eizaguirre

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora de Marketing en la Facultad de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Deusto, así como en diversos programas de Postgrado. Coordinadora del Programa de Desarrollo de Habilidades Directivas y Coaching de la Universidad de Deusto-La Comercial. Tiene una dilatada experiencia académica, así como una sólida trayectoria como coach, formadora y consultora. Sus principales áreas de investigación están relacionadas con el desarrollo de personas en las organizaciones, así como con la gestión de marketing en las organizaciones actuales.

Macarena Cuenca

Profesora de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto en el campus de Bilbao, donde imparte la asignatura de Políticas de Empresa y coordina el Programa de Prácticas Académicas. Anteriormente, y durante 9 años, ha trabajado en el sector de la consultoría para la compañía multinacional Accenture, donde ha desarrollado y coordinado diferentes proyectos nacionales e internacionales, fundamentalmente dentro del sector de consumo y distribución. Asimismo, y a nivel personal, Macarena es aficionada a la ópera y forma parte de un grupo de trabajo internacional, que pretende ser un foro de reflexión y de generación de nuevas ideas para acercar la ópera a los jóvenes. Dicho grupo de trabajo está coordinado por Opera Europa y se reunió por primera vez en octubre de 2009 en Budapest.



¿Vamos al cine o nos quedamos en casa? Cuando 1+1 es mayor que 2 o el caso del consumo generacional de cine.

Ercilia García-Álvarez, Ana Gabriela Hernández-López y Jordi López-Sintas

Analizamos el impacto de las nuevas tecnologías digitales, como Internet y la producción del formato digital, desde una perspectiva social. Nuestro estudio cualitativo toma un acercamiento diferente colocando la noción de experiencia cinematográfica en el punto de partida de nuestro análisis. Hemos adoptado un enfoque epistemológico interpretativo y realizado en 17 entrevistas personales basadas en un protocolo y totalmente transcritas. De las diferentes formas de consumir las películas cinematográficas que ofrece el actual contexto digitalizado, los resultados preliminares sugieren que el consumo de películas en las salas de cine tiene asociado un significado del tiempo social que difiere del significado del tiempo asociado a otras formas de acceso al cine que se dan en espacios más íntimos, como en casa. Mientras que el significado del tiempo de ocio transcurrido durante la experiencia cinematográfica en casa es reelaborado como un tiempo para relajación controlada (por el individuo) y no de ocio, ver películas en las salas de cine está asociado al ocio y a la interacción social. El consumo de cine en casa se puede experimentar de manera individual y colectiva, en cambio, la experiencia de consumo en las salas cine involucra un proceso de interacción social que nos permite observar cómo se crean las uniones y las diferencias sociales; las identidades y las metas en el estilo de vida de los sujetos dentro de este espacio de consumo. Podemos mostrar como los diferentes espacios para ver cine generan tecnologías de consumo que difieren según las generaciones y sus valores

Ercilia García Álvarez.

Doctora en Economía de la Empresa, es profesora agregada del Departamento de Gestión de Empresas de La Universitat Rovira i Virgili. Investigadora Senior en el Centro de Estudios en Humanidades, Investigadora principal del grupo de Investigación Qualocio (Investigación Cualitativa en los Mercados y las Organizaciones del Ocio) y miembro del grupo Consumo, Mercados y Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona. Presidenta de Espacial (Asociación Española para el Avance de la Investigación Cualitativa en España). Ha publicado en diversas revistas internacionales entre ellas: European Sociological Review, Poetics, Social Forces, Field Methods, Family Business, Cultural Economics.

Ana Gabriela Hernández-López

Doctoranda del Programa de Humanidades en la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigadora en formación del Grupo Consumo, Mercados y Cultura del Centro de Estudios e Investigación en Humanidades

Jordi López Sintas.

Doctor en Economía de la Empresa es profesor titular en el área del Investigación y Comercialización de Mercados en el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigador senior y director del Centro de Estudios en Humanidades e investigador principal del grupo de investigación Consumo, mercados y cultura (2009-SGR-411). Vicepresidente de Espacial (Asociación Española para el Avance de la Investigación Cualitativa. Ha publicado en diferentes revistas internacionales entre ellas: Social Forces, The Sociological Review, European Sociological Review, Cultural Economics, Poetics, Field Methods, Family Business Review.