



Bloque IV

Una aproximación a la relación Naturaleza y Ocio: percepciones y particularidades

Andrés Ried

Esta comunicación pretende dar cuenta de los valores que parecieran habitar el ocio al aire libre, las tensiones o distancias con el consumo y alguna aproximación a las motivaciones que guían la adscripción a este tipo de experiencias de ocio.

La comunicación parte de la premisa que las actividades de ocio al aire libre y de contacto con la naturaleza tienen un potencial de desarrollo humano vinculado, entre otros, con la posibilidad de ampliar nuestros ámbitos de identificación (el ego, al ser social y al metafísico), hacia la íntima afinidad con algo más grande y hermoso y de contactarse con la satisfacción y regocijo de contactarse con la riqueza y diversidad de la vida, y atesorando profundamente los paisajes libres y prístinos (Naess, 1988; Kellert & Wilson, 1995). Afirmamos en esta ponencia, que desde el punto de vista formativo se puede considerar que el ocio al aire libre en contacto con la naturaleza, provee de oportunidades de gran potencial educativo en lo referido al desarrollo de habilidades cognitivas y de actitudes vinculadas con la formación y asimilación de valores como el respeto a la naturaleza y la admiración.

Asimismo el artículo analiza cómo se construye la percepción de lo natural, centrándose en la perspectiva personal y en la gestión del territorio. Aportando para la reflexión la idea de función espiritual del ocio al aire libre, vinculada entre otros con el bienestar individual y espiritual de los seres humanos.

Andrés Ried

Titulado de Profesor de Educación Física, Deportes y Recreación por la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, de Chile. Doctorando del programa de Ocio y Potencial Humano de la Universidad de Deusto. Profesor Universitario y Educador al Aire Libre. Actualmente se desempeña como Coordinador de Comunicaciones y Asuntos Públicos de la Sede Regional Villarrica, de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

83



Turismo Activo, Ocio Humanista y Sostenibilidad en los Actuales Modelos de Calidad

Miren Arantzazu Arruti y Rafael Peñafiel

Desde que en los años 70 surgieran los primeros parques naturales, el número de áreas protegidas ha ido aumentado hasta contar en la actualidad con más de 100.000. En un inicio sus objetivos eran proteger la naturaleza y crear espacios donde las personas pudieran recrearse, todo ello con el fin de despertar entre la población el deseo de conservar y respetar dichos entornos naturales. La gran oferta de experiencias de ocio existente en la actualidad hace dicha protección más difícil de lo esperado, llegando incluso a degradarla y a dañarla más de lo "estrictamente" necesario. Ese es el caso de algunas de las empresas de turismo activo que ofertan sus servicios y actividades en parques naturales, guiadas por criterios más cercanos a la "mercantilización" de la naturaleza que a la oferta de experiencias de ocio con carácter sostenible e incluyente.

Partiendo de esta realidad, nuestra investigación se centra en los valores que deberían guiar la oferta de actividades de ocio con el fin de contribuir a los principales objetivos de declaración de los espacios protegidos, es decir, proteger, conservar y disfrutar del medio natural. Para ello, se parte de los valores que subyacen en el turismo sostenible y en el concepto de ocio humanista, para analizar las diferentes normativas de calidad aplicables en el ámbito del turismo activo.

Miren Arantzazu Arruti

Doctora en Pedagogía (Programa Ocio y Potencial Humano) y Experta en Educación del Ocio por la Universidad de Deusto. Actualmente desarrolla su actividad profesional en la Facultad de Psicología y Educación de la Universidad de Deusto, en la Agencia para la Promoción y Gestión de la Investigación de la misma universidad y en la Fundación Deusto, en la que coordina el Programa de Emprendizaje Ingenio. Su área de investigación gira en torno a la educación del ocio sostenible en espacios naturales.

Rafael Peñafiel

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Wolverhampton), Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales, actualmente me encuentro cursando un Master Universitario de Dirección de Proyectos de Ocio (Universidad de Deusto), trabajo con contrato de prácticas en la Asociación de Turismo Activo (AKTIBA) ayudándoles a implementar el Plan de Prevención de Riesgos Laborales y algunas de las normas de calidad existentes (Buenas Prácticas y UNE de Turismo Activo) y trabajo como becario en un proyecto de investigación de Observatorios Culturales de la Universidad de Deusto. Además desde hace 15 años pertenezco a la Asociación Deportiva Ourdaybi desde la que se desarrollan experiencias de Turismo Activo y Deporte de Aventura como alternativas al ocio nocivo.



Los valores del ocio en el entorno rural: Una aproximación al ocio desde la figura femenina

Asunción Fernández y Marixa Monje

El presente artículo pretende, a través de un análisis de la sociedad rural femenina, contribuir a resolver un problema de migración y equiparación de géneros en la comarca de *Rioja Alavesa*. Se presenta en forma de investigación sobre los valores que se dan en sociedades rurales en las que se encuentran grandes contrastes y choques valorativos de edad y género.

Como todo, los valores también evolucionan y no siempre encontrando aprobaciones o consonancias con aquello desde lo que se ha evolucionado, como es el caso que se da en el entorno rural. Las tendencias arraigadas basadas en los valores tradicionales de las gentes mayores, y las nuevas formas de vida que se dan en poblaciones jóvenes, evocan hacia una tendencia de choque valorativo o tensión generacional propia momentos de cambio. La peculiaridad en este caso está en la asunción de un cambio que se desea, pero el cual que se debe dar manteniendo las señas de identidad propias tradicionales y conjugarlas con las nuevas y modernas.

Es aquí donde el ocio resulta un método conciliador o fuente de unión entre lo típico o tradicional y lo novedosos.

Asunción Fernández

Doctora en CC. Económica y Empresariales por la Universidad de Deusto. Master en Gestión Avanzada por la UD y Master en Turismo y marketing por la UNED. Su labor docente y de investigación se ha orientado al estudio de la mejora de la calidad de las personas en desventaja social, centrándose en el turismo social y el turismo para todos y en la innovación en el turismo, persiguiendo siempre la mejora de la gestión.

Marixa Monje

Diplomada en Turismo, cuenta con Formación profesional de grado medio en Elaboración de Vinos y Otras . En la actualidad es alumna del Máster Oficial en Dirección de Proyectos de Ocio: Turismo, Deporte, Cultura y Recreación, por la Universidad de Deusto en Bilbao



¿Qué valor tiene el ocio en México desde la normativa del estado?

(Pasado y presente)

Yolanda Lázaro y Antonio López

El desarrollo masivo y global de la industria de ocio ha convertido el consumo en una actividad efímera donde el gasto es el protagonista y donde el producto está en el centro de la experiencia, cuando no es la experiencia misma lo que se compra y se vende. Nos encontramos, de una parte, con un sector estratégico de mayor peso cada día y que se especializa en gestionar los tiempos libres de las personas (turismo rural, parques temáticos, videojuegos, exposiciones de arte...); de otra, y en congruencia con la lógica de mercado, los consumidores procuran entretenimiento y diversión buscando una evasión de los problemas de la vida cotidiana.

Cuando las comunidades y sus integrantes olvidan su identidad amparándose en un consumo basado en modas estético-productivistas, la participación comunitaria en la experiencia de ocio sólo tiene sentido en virtud de los resultados que se obtendrán y la diversión se vivencia como algo tan instantáneo que apenas deja lugar para el disfrute. Se trata, en los casos más extremos, de una perspectiva clientelista del ocio bajo la cual el valor máximo es tener más -tanto en herramientas de ocio como en número de experiencias-, incluso a veces y como diría el pedagogo social brasileño Freire, a costa del hecho de que muchos tengan menos o nada.

Es por todo ello que pretendemos acercarnos desde una mirada crítica a un ocio con valores entendido en clave socio-comunitaria y con miras a la transformación de la realidad. Un ocio que preste atención a la participación en la experiencia y permita traspasar las fronteras que separan la democratización de la democracia a través de una experiencia integradora que parta de la dignidad de las personas para potenciar un desarrollo humanista (Csikszentmihalyi, 2000).

Yolanda Lázaro

Coordinadora de Programas de Formación Permanente del Instituto de Estudios de Ocio desde el curso académico 2004-2005. Es Doctora en Ocio y Potencial Humano, Licenciada en Psicología, y Máster en Gestión de Ocio, especialidad Gestión Cultural. Profesora en el Grado de Turismo, en los programas de postgrado y doctorado del Instituto de Estudios de Ocio y en el Graduado Universitario en Cultura y Solidaridad en la Universidad de Deusto. Ha trabajado, entre 1994 y 2004, en las diferentes áreas de la Cátedra Ocio y Discapacidad y es miembro del Equipo para la Equiparación de Oportunidades en la Fiesta Bilbaína desde 1995.

Antonio López

Licenciado en administración del tiempo Libre cuenta con formación de instructor en la secretaría del trabajo y previsión social. Ha impartido clases en el nivel de preparatoria en el área de deportes y cultura; también con personas con discapacidad en el área de psicomotricidad y capacitación a los padres de familia. Ha trabajado como instructor de desarrollo humano en empresas de ventas, coordinador comunitario en el programa de liderazgo con niños y jóvenes, y en el turismo y ha dirigido programas educativos para niños de cultura y medio ambiente para colegios particulares, descubriendo México. Además ha impartido diferentes conferencias y cursos en proyectos sociales de alternativas de la recreación para la prevención de la drogadicción, programas de participación juvenil, y dirigiendo proyectos de ocio para niños en verano, durante 7 años.



Ocio Autotélico: más valor para la práctica deportiva.

José Clerton de Oliveira Martins, Zuleika Araújo de Sousa y Francisca Fabiana Menezes Lira.

Este artículo aborda la relación entre la práctica deportiva y la percepción del ocio autotélico por el sujeto practicante. Se entiende que el deporte actúa en diferentes áreas de la vida, de modo a favorecer los niveles de socialización, desarrollo integral del sujeto y fomentación de la inclusión social. El estudio tiene como objetivo reflejar la importancia de las prácticas deportivas como generadoras de valoraciones, como actividad integral del ser humano en el entorno de la hipermodernidad. Se compone de una investigación teórica y se originó de un estudio propuesto para el Programa de Postgrado en Psicología de la Universidade de Fortaleza/ UNIFOR, Brasil. Actualmente, la relación del hombre con las experiencias ocurre de modo automatizado, con culto a lo rápido y a la alta productividad, sin observarse un tiempo para pensar y sentir. En ese entorno, se observa a un sujeto que consume vivencias superficiales, con la supuesta garantía de satisfacción en experiencia plenitud. Se convoca, entonces, a la comprensión del ocio autotélico como una posibilidad de operar la integración del sujeto en aspectos físicos y psicológicos que contribuyen a una mejor calidad de vida. Se percibe que las prácticas deportivas en contacto con la valoración del ocio autotélico posibilitan el encuentro del sujeto consigo mismo, satisfacción desinteresada de otros fines, con el fortalecimiento de la autoestima, valoración de los vínculos afectivos, desarrollo personal y social

José Clerton de Oliveira Martins

Doctor en Psicología, ha realizado una estancia Postdoctoral (2005/2006) en Estudios del Ocio (Universidad de Deusto). Profesor titular del Máster en Psicología de la Universidad de Fortaleza/ Ceará /Brasil y enfoca en sus estudios los aspectos organizacionales del trabajo, interesándose, principalmente, por los temas: *sentidos del tiempo de trabajo y del ocio, organización del trabajo, cultura y cultura de las organizaciones, fiesta, ritual, ocio y tiempo libre*. Coordina el Laboratorio Otium de estudios sobre ocio, trabajo y tiempo libre de la Universidad de Fortaleza. Es miembro fundador de la OTIUM - ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE ESTUDIOS DE OCIO. Ha publicado varios libros y artículos en revistas científicas sobre sus temas de interés en Brasil, Argentina, México y España.

Zuleika Araújo de Sousa

Graduada en Psicología por la Universidad de Fortaleza. Experta en Gestión de Personas por la Universidad Federal de Ceará - UFC (Brasil/Ceará), actualmente, actúa como profesora de la Facultad Darcy Ribeiro.

Francisca Fabiana Menezes Lira.

Graduada en Psicología por la Universidad Federal de Ceará (Brasil). Experta en Gestión de Personas por la Universidad Federal de Ceará-UFC. Profesora de la Facultad Rainha do Sertão (Brasil/Ceará). Es alumna del Programa de Posgrado en Psicología por la Universidad de Fortaleza-UNIFOR (Brasil-Ceará). Becaria de la Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico Ha publicado en Brasil artículos en conferencias académicas con respecto a la relación ocio, trabajo y tiempo.



El valor de la inclusión en ocio.

Una estrategia de actuación centrada en la juventud con discapacidad⁶

Aurora Madariaga, Joseba Doistua e Idurre Lazkano.

La aplicación de la inclusión en ocio constituye una herramienta para garantizar el acceso de toda persona a la oferta de ocio comunitaria. El acceso al ocio de las personas con discapacidad está determinado porque, aún hoy día, es un colectivo en riesgo de exclusión, la oferta de ocio les excluye porque no cumple las condiciones necesarias para participar plenamente. Promover la inclusión en ocio es: reconocer lo que nos hace iguales y a la vez distintos, poder participar, valorar a cada uno, y entender la diversidad como elemento de enriquecimiento. Las claves del ocio inclusivo, en el marco de un ocio entendido como experiencia humana y derecho, obligan a desarrollar un entorno inclusivo flexible, en el que caben todos, y en el que existe un equilibrio y armonía entre las necesidades sociales e individuales.

Por ello, fruto de los resultados del estudio sobre el ocio de la juventud con discapacidad en Euskadi el equipo de investigación ha diseñado y definido una estrategia de intervención que se apoya en un compromiso social e institucional y que potencia la plena inclusión en ocio de las personas jóvenes. Este proyecto trabaja sobre la inclusión como un valor en alza y como un rasgo de innovación social.

Aurora Madariaga

Doctora en Ocio y Potencial Humano por la Universidad de Deusto. Máster en Educación Especial. Experto en Pedagogía Terapéutica. Licenciada en Psicología Clínica. Desde 1994 trabaja en la Cátedra Ocio y Discapacidad, ha coordinado el Área de Investigación y Consultoría y desde 2004 es la Coordinadora. Ha impartido cursos en entidades nacionales y autonómicas y ha presentado ponencias en Congresos y Jornadas de carácter internacional, nacional y autonómico sobre el papel del ocio en la realidad de las personas con discapacidad. Además de numerosos artículos publicados es coautora del libro: *Protocolo de evaluación de las condiciones de Inclusión en equipamientos de ocio* y coeditora del libro *Ocio para todos: Reflexiones y Experiencias*.

Joseba Doistua

Director de Proyectos de Investigación, es Licenciado en Historia, Máster en Gestión de Ocio y Doctorando en Ocio y Potencial Humano. Trabaja en Estudios de Ocio desde 2001, y ha participado en numerosas investigaciones como el Mapa de la Oferta Cultural de Bizkaia, Mapa de la Oferta Cultural de Almería, Estudio de Equipamientos de Proximidad, y ha realizado colaboraciones con la Cátedra Ocio y Conocimiento. Especializado en la Geografía del Ocio, su línea de investigación principal es la relación de los Sistemas de Información Geográfica con el mundo del ocio.

Idurre Lazkano

Directora de proyectos de investigación y consultoría del Instituto de Estudios de Ocio, es Licenciada en Pedagogía, Máster en Gestión de Ocio y Doctoranda en Ocio y Potencial Humano. Imparte docencia en el Postgrado de Dirección de Proyectos de Ocio. Su línea principal de investigación se centra en el ámbito cultural, abarcando demanda, reflexión estratégica y estudios de carácter sectorial. Ha participado en la publicación de varios libros en el campo del ocio y la cultura.

⁶ El texto completo de esta comunicación formará parte del libro postcongreso donde se recogerán también los textos completos de los ponentes y las experiencias.



Bloque V

Educación para el ocio en el trabajo en el campo (EPOT): un instrumento para el cambio de valores en las organizaciones.

José Clerton de Oliveira Martins, Lisieux de Araújo Rocha y Felipe Teófilo Ponte.

El estudio aporta una reflexión sobre la aplicación y resultados del proceso de Educación para el Ocio en el Trabajo (EPOT) cuyo desarrollo se basa en el modelo de intervención en educación para el ocio UD (Universidad de Deusto – España) y en la carta mundial de la WLRA (*World Leisure and Recreation Association*). La propuesta del modelo busca promover un proceso de sensibilización, aprendizaje y desarrollo de la concienciación para el ocio como valor. Tal proceso se apoyó en una metodología de aplicación de contenido que privilegió experiencias enfocadas en vivencias lúdicas que promovían una reflexión sobre el fenómeno del ocio. El programa estructurado, para fines de esta aplicación, contó con una carga horaria de 60 horas; se compuso por disciplinas que, a partir de clases expositivas, de prácticas y vivencias, presentaban un contenido inclinado a la necesidad de una conciencia sobre Calidad de Vida, Sentidos del tiempo libre, Teorías actuales del ocio, Trabajo, Necesidades Humanas, Valores, Consumo Consciente, etc. La población contó con 54 jóvenes principiantes en el mercado laboral, con edades entre 18 y 24 años. Durante la experiencia de aplicación del método EPOT, se recogieron datos a partir de subterfugios implicados en la propia metodología del modelo, como el cuestionario base, registros de experiencias y construcción de imágenes, cuyos datos se analizaron a través de los instrumentos *análisis de contenido* y del paquete estadístico SPSS. De esta manera, este texto tiene por fin demostrar los principales aspectos de la Educación para el Ocio en el Trabajo y los beneficios que se encuentran implicados en ese proceso. A partir de la aplicación del modelo EPOT se puede inferir que el proceso favoreció la adquisición de recursos (actitudes, valores, conocimientos y aptitudes) asociados al ocio, tanto en el trabajo como fuera de él.

95

José Clerton de Oliveira Martins

Doctor en Psicología por la Universidad de Barcelona. Prof. Titular Master y docctorado en Psicología de la Universidad de Fortaleza/Brasil. Posdoctor por la Universidad de Deusto, España. Profesor titular del Máster en Psicología de la Universidad de Fortaleza. Coordina el Laboratorio Otium de estudios sobre ocio, trabajo y tiempo libre de la Universidad de Fortaleza. Miembro fundador de la OTIUM - ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE ESTUDIOS DE OCIO.

Lisieux de Araújo Rocha

Máster en Psicología y Graduada en Psicología por la Universidad de Fortaleza . Miembro del Laboratorio de Estudios sobre el ocio, el trabajo y el tiempo libre. Actualmente desarrolla estudios sobre el ocio, el tiempo libre y la contemporaneidad.

Felipe Teófilo Ponte

Becario PIBIC/CNPQ. Curso de Psicología de la Universidad de Fortaleza (UNIFOR). Miembro del laboratorio Otium dónde desarrolla estudios sobre el ocio, el trabajo y el tiempo libre. Actualmente, actúa en las investigaciones de las representaciones, prácticas y funciones del ocio, trabajo, comportamiento, consumo, tiempo social y ocio (*leisure*) en la sociedad contemporánea.



Chris Jordan: Arte de conciencia ecológica.

Iñigo Sarriugarte

Es más que conocido que el ocio constituye una alternativa valiosa para el desarrollo personal y que también se está demandando ante la actual problemática mundial la necesidad de asumir una posición cada vez más comprometida por parte de cada uno, no pudiendo ser ajeno a esta llamada el propio ámbito del ocio.

Si el arte ha sido un vehículo de crecimiento esencial en la formación del individuo, más que nunca diferentes creadores van a comenzar a utilizar este medio para llevar a cabo de manera pública y extensible una clara denuncia social ante diferentes hechos alarmantes. En este sentido, tanto el arte como el ocio más formativo dejan de ser únicamente una herramienta de construcción formativa, para convertirse en reclamo de alarma pública, siendo este el caso de la sorprendente apuesta visual del fotógrafo y activista norteamericano Chris Jordan (1963, San Francisco). Su obra realizada a partir del año 2000 se asienta sobre el concepto de la *acumulación objetual*, que ya anteriormente, en los años sesenta, otros creadores relacionados con el *Nouveau Réalisme* lo habían planteado, caso de Arman.

Inicialmente, este artista presenta fotos de gran tamaño, que observadas al estilo más puntillista, recogen una visión totalmente diferente, ya que revelan sorpresivamente la base material sobre la que se construyen dichas imágenes. En base a estadísticas reales de consumo y de desecho de objetos en el ámbito social, se configuran todo tipo de imágenes, que observadas en sus detalles más ínfimos revelan por ejemplo la acumulación de 106 mil latas de aluminio, que simbólicamente son consumidas cada treinta segundos en los Estados Unidos. Esta número real de latas de refrescos son utilizadas para reconstruir el cuadro titulado *Domingo a la tarde en la isla Grande- Jatte* (1885) de George Seurat. Igualmente, emplea doscientos mil paquetes de tabaco para reconstruir la calavera pintada de Van Gogh; treinta y dos mil Barbies, que representan las operaciones de cirugía estética practicadas mensualmente en dicho país, lo que le permite configurar la representación de un busto; o la elaboración de una obra compuestas de cuatrocientos veintiséis mil teléfonos móviles, que son los que se desechan cada día.

Mediante la obra de este artista, el ocio de carácter artístico sirve y se utiliza única y exclusivamente para abordar la existencia de una problemática acuciante en torno al medio ambiente, el consumo masivo, la salud pública y la justicia social.

Iñigo Sarriugarte

Profesor Agregado en el Departamento de Historia del Arte, en la Facultad de Letras de la Universidad del País Vasco, donde aborda asignaturas relacionadas con la Historia del Arte Contemporáneo. Profesor Colaborador en los Programas de Formación Permanente de la Universidad de Deusto, donde imparte materias sobre arte actual, fotografía y museología. Las publicaciones en revistas y congresos se relacionan con las pautas artísticas de la modernidad y posmodernidad en relación a las últimas tendencias creativas. Cuenta con numerosos textos disponibles en Internet en torno a dichas temáticas, así como en reconocidas revistas académicas.



Valores del ocio en la sociedad del siglo XXI. Un análisis del ocio juvenil universitario del área metropolitana de Barcelona

Albert Blasco

La conquista de tiempo libre tiene cien años de historia. Desde entonces la sociedad del llamado Primer Mundo ha cambiado sustancialmente, del vivir para trabajar se ha pasado al trabajar para vivir (con algunas excepciones). La lucha por la conquista de tiempo al trabajo, aunque persiste, ya no es tan perentoria. Lo primordial ahora es ganar cuotas de calidad de vida. En una sociedad hedonista, como la nuestra, prima en demasiadas ocasiones la búsqueda del placer, aunque muchas veces se equipare a la ausencia de dolor, en vez de utilizar el tiempo de ocio buscando la autorrealización personal. Calidad de vida y autorrealización tienen tantas connotaciones subjetivas que es muy difícil conseguir su conceptualización de forma que satisfaga a todos.

Nuestro estudio se basa en analizar en qué utiliza su tiempo libre la juventud universitaria del Área Metropolitana de Barcelona, para averiguar si realmente es importante para ellos estos conceptos y en qué medida lo son. Muchas voces se levantan en son de alarma para afirmar que nuestra sociedad, y los jóvenes como parte de ella, viajan sin rumbo. Que lo que prima es el consumo, el monetarismo y el egoísmo.

Nuestro trabajo intenta abrir luces sobre este ámbito

Albert Blasco

Doctor en Historia Contemporánea. Licenciado en Humanidades. Diplomado en Turismo. Coordinador estudios de Turismo de la Escuela Universitaria del Maresme-Tecnocampus Mataró Maresme (Universidad Pompeu Fabra). Miembro del Grupo de investigación aplicado al ocio y el turismo (GRAOT). Ha publicado libros sobre transporte y turismo, productos turísticos, historia del turismo, impactos del turismo en la sociedad de acogida, etc



Los sistemas de creencias y la planificación estratégica en las organizaciones turísticas. Un análisis de las creencias que subyacen a los planes de Marketing Turístico de País Vasco y Comunidad Valenciana

Almudena Eizaguirre y María García

Esta comunicación comienza revisando la relación entre los comportamientos, las creencias y los valores y emociones. Toda persona u organización tiene una serie de comportamientos que son directamente observables, y que se sustentan en una serie de creencias, valores y emociones, mucho más difíciles de observar.

Por tanto, toda decisión o planificación estratégica de una organización es un reflejo de las creencias y valores de las personas que se encuentran tomando esas decisiones. Si estas personas, a su vez, pertenecen a grupos con sistemas de valores muy marcados (religión, política...), las decisiones empresariales serán también reflejo de los sistemas imperantes en estos grupos.

En esta investigación nos centramos en estudiar cuáles son las creencias y valores presentes en dos planes de marketing turístico de dos comunidades autónomas: País Vasco y Comunidad Valenciana. Esta elección radica en dos razones: la similar estructura de los planes, que facilita la comparación, y la riqueza que supone el hecho de que una de las comunidades tenga una larga historia como destino turístico y la otra sea de más reciente desarrollo en dicho ámbito. El objetivo final es comprobar si realmente los planes de marketing turístico de estas comunidades reflejan un sistema claro de creencias y valores y si éstos son similares o difieren en función de los equipos de gestión que los han diseñado. Para ello, realizaremos un “análisis de contenido” que nos permita identificar el sistema de creencias que se encuentra detrás de las estrategias y acciones de los planes.

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.

María García Feijoo

Profesora del Departamento de Marketing de la Facultad de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Deusto. Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y MSc in Advanced Marketing Management (Universidad de Lancaster, Reino Unido), imparte materias relacionadas con el marketing en la Universidad de Deusto, tanto en cursos de licenciatura y grado como en cursos de postgrado. Colabora en la coordinación del Programa de Desarrollo de Habilidades Directivas y Coaching de la Universidad de Deusto-La Comercial. En la actualidad, es además coordinadora de Innovación Pedagógica de dicha facultad. Sus áreas de interés en investigación se centran en el desarrollo de personas en las organizaciones, así como en los retos de la gestión de marketing en el siglo XXI.



Valores y educación en el tiempo libre de los adolescentes en la provincia de Salamanca

José Manuel Muñoz y Susana Olmos

En esta comunicación presentamos el resultado de una investigación cuyo objetivo ha sido analizar la distribución, usos y valores que sostienen el tiempo libre de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria de Salamanca y provincia. El objetivo ha sido el de comprobar, por un lado, si podemos hablar de un tiempo marcado por el ocio o, más bien, de un tiempo estéril, tedioso y pasivo y, por otro lado, si las actividades llamadas educativas, llevadas a cabo por dicho colectivo, portan en sí valores formativos o, por el contrario, estamos hablando de consumir por consumir educación, movidos más bien por otros valores que distan mucho de ser educativos. Si el tiempo es uno de los referentes vitales de las personas y, a su vez, el tiempo libre termina siendo punto fundamental en la construcción de la identidad personal y colectiva, necesitamos analizar los usos y la distribución de dichos tiempos para comprobar los valores y los espacios, las actividades y las relaciones que lo sustentan para, en último término, presentar propuestas de mejora en términos educativos.

El instrumento de recogida de datos ha sido la encuesta; el muestreo aleatorio simple de unidades por conglomerados, dispuesto por centros escolares y estratos, según localización geográfica (rural, urbana) y pertenencia al sector público o privado. El análisis se efectuó a partir de tres variables: el nivel de estudios (1º, 2º, 3º y 4º ESO), el género, y la ubicación geográfica (rural-urbano), si bien nos centraremos en esta comunicación en la primera de ellas.

José Manuel Muñoz Rodríguez

Licenciado y Doctor en Pedagogía por la Universidad de Salamanca. Profesor y secretario académico del Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Universidad de Salamanca. Miembro del Grupo de Investigación de Excelencia de la Junta de Castilla y León “Procesos, espacios y prácticas educativas”. Sus líneas de investigación se centran en la Teoría de la Educación y, concretamente, en la Pedagogía de los espacios, la educación no formal y la educación ambiental.

Susana Olmos

Doctora en Pedagogía y profesora ayudante de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, de la Universidad de Salamanca. Actualmente, ocupa el cargo de secretaria académica del Departamento de Didáctica, Organización y Métodos de Investigación. Miembro de Grupo de Investigación GE2O “Evaluación y Orientación Educativa”.

Su línea de investigación se centra en la metodología de investigación y de evaluación, en concreto, en la evaluación en contexto de formación virtual.



Personas mayores e intergeneracionalidad desde la vivencia del ocio: dinamización del ciclo vital a través de los valores.

Juan Francisco López Paz

La idea moderna de generación entendida como aquel colectivo de individuos que hace la historia, ha quedado obsoleta. Aquella concepción, que entendía la generación como “grupo de edad”, como una entidad constituida por un conjunto de individuos que han vivido en el mismo momento una experiencia histórica determinante e irrepetible, obteniendo de ella la propia orientación moral y el sentido de compartir un destino común, ya no es capaz de explicar la dinámica social y la complejidad de las relaciones entre las personas, colectivos y culturas (Katz, 1996; Bedmar y Montero, 2003). Este marco debe recuperarse a fin de contribuir al trasvase de valores que fundamenten y den sentido a un camino vital común; la única diferencia entre una generación y otra será la cohorte o el grupo de edad al que pertenezca. Cada grupo humano contará con unos valores que le identifiquen más que otros o, en su caso, la jerarquización de los propios valores. La práctica del ocio ya sea individual o grupal, colectiva contribuirá a justificar, desarrollar valores como la amistad, la solidaridad, el esfuerzo, ... que, sin duda, necesitan de una plataforma como es la intergeneracionalidad para proyectarse con visión de futuro. Estos valores dinamizan y dan sentido al ciclo vital en su triple vertiente: pasado, presente y futuro. La participación en actividades de ocio, por una parte, incrementa la percepción de apoyo social, puesto que favorece las relaciones interpersonales, la competencia social y el desarrollo de una identidad social por medio de la pertenencia a grupos. Y, por otra parte, aumenta la autodeterminación, es decir, la percepción de control y dominio de los acontecimientos y situaciones potencialmente estresantes. En definitiva, el valor como cualidad o conjunto de cualidades de una persona, un grupo humano o un colectivo es una virtud a apreciar. Se trata de una realidad ideal que por cuya implicación y participación las situaciones, objetos y personas pueden adquirir cualidades que nos hacen estimarlas diversamente (alegría, justicia, responsabilidad, amistad, ...). Los valores adquieren sentido en la medida que son vitalizados por las propias personas. La relación intergeneracional amparada bajo el paraguas de la implicación en valores propicia el respeto a la diversidad y a la diferencia, a la propia pluralidad de valores, costumbres e identidades individuales o colectivas, a competencias, ritmos y niveles, a desarrollos y actitudes ..., en busca del conocimiento mutuo entre los distintos grupos generacionales (Sáez, 2001; Noval y cols. 2005; Bernad, 2008).

105

Juan Francisco López Paz

Doctor en Psicología y Licenciado en Pedagogía. Profesor de Psicología Evolutiva en la UD. Profesor de Tercer Ciclo en los programas de Ocio y Potencial Humano, Orientación e Intervención Psicopedagógica y en el Programa Salud y Familia en Psicología Miembro del Consejo de Redacción de la Revista AEOP. Su labor docente e investigadora está vinculada a: Psicología Evolutiva, Gerontología e Intervención para la Salud. Entre sus publicaciones destacar: “Psicología del Envejecimiento”, “Ocio y voluntariado social: búsqueda de un equilibrio integrador”, “El voluntariado social propio de una cultura alternativa”, “El entorno familiar clave para la actividad física en las personas mayores”, “El envejecimiento saludable hacia la senectud bajo la perspectiva biopsicosocial”, “Ocio y salud”, “El proceso de envejecimiento: intervención para optimizar la salud”, “Evaluation of the effectiveness of a psychoeducational on-line program directed to children and teenagers with neuromuscular disease”