

GRUPO DE TRABAJO 3: CONSUMO, OCIO, TURISMO Y DEPORTE

Coordinadores: David Moscoso Sánchez (Universidad Pablo Olavide), Joaquina Castillo Algarra (Universidad de Huelva)

1ª SESIÓN

La taquilla inversa: Análisis de una experiencia de “paga lo que quieras”

Jordi Tena Sánchez y Francisco José León Medina,
Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad de Girona.

En tiempos de crisis, la reducción del consumo ha servido como acicate para la exploración de nuevas vías de comercialización. Esta exploración ha supuesto la aparición de nuevas estrategias que parecen desafiar los dogmas establecidos respecto del comportamiento económico, apostando por propuestas que, por su atrevimiento y por los supuestos sobre los que se basan, parecerían abocadas al fracaso. Algunas de ellas, sin embargo, están obteniendo resultados muy positivos. En esta línea, se ha popularizado en los últimos años una estrategia comercial conocida como “paga lo que quieras” (PWYW por sus siglas en inglés). En las experiencias PWYW los vendedores ponen en el mercado productos y servicios que son obtenidos por los consumidores a un precio que ellos mismos deciden, lo que normalmente incluye la posibilidad de no pagar.

Las experiencias de PWYW tienen un gran interés teórico en la medida en que pueden convertirse en una fuente importante de evidencias de lo que la literatura llama “motivaciones prosociales” (aquellas que no son indiferentes al bienestar del otro) y de la existencia de conductas guiadas por la idea de reciprocidad. Tradicionalmente, las evidencias de estas conductas han provenido de la experimentación de laboratorio (especialmente de la economía experimental), pero los resultados experimentales han estado sometidos siempre a la cuestión de su validez externa. De ahí el interés de analizar las experiencias de PWYW.

En esta comunicación, presentamos el análisis de una de estas experiencias. A lo largo del 2013, en la Sala Beckett de Barcelona se representaron tres obras de teatro con el sistema de PWYW (allí llamado de *taquilla inversa*). Como se verá, se trata de uno de los casos más exitosos de los analizados hasta el momento por la literatura especializada. En este sentido, el principal objetivo de este trabajo es el de tratar de identificar los mecanismos que explican las decisiones de pago de los asistentes.

Expectativas y ocio nocturno. Atractores y disuasores a partir de una revisión sistemática

Daniel Limones Silva, Pedro Campoy Torrente y Raquel Bartolomé Gutiérrez

Junta Associació Catalana de Criminòlegs.

La oferta estructural de la vida nocturna es uno de los principales motivos por los que los turistas “jóvenes” eligen sus destinos vacacionales. En España, en los últimos tiempos, ha aparecido una creciente preocupación por el turismo “de borrachera”, a partir de determinados sucesos ocurridos en destinos turísticos que han puesto en pie de guerra a residentes y administraciones contra este aparentemente nuevo fenómeno. A partir de una reciente revisión de la literatura se ha constatado que uno de los principales motivos por los que el turista elige un destino u otro es la expectativa que se tiene acerca del comportamiento que allí se puede llevar a cabo, generalmente más desinhibido que en su comunidad de origen. Dichas expectativas se transmiten no sólo a partir de los operadores turísticos, sino que fundamentalmente son auspiciadas por los grupos de pares que vuelven de estos destinos al concluir el periodo vacacional. De qué manera puede intervenir y prevenir ciertos comportamientos en el ocio nocturno son aspectos que se discuten en el presente trabajo a la luz de los hallazgos de dicha revisión.

Percepción Social del Turismo en Andalucía y Canarias

Pedro Ernesto Moreira Gregori,
Universidad de las Palmas de Gran Canarias.

El impacto del turismo en la sociedad y economías de Andalucía y Gran Canaria, es notorio. Especialmente, si consideramos los datos del INE, el ISTAC, el IECA y el IET; el sector turístico corresponde al 31,1% del PIB canario y al 11,5% del PIB andaluz; siendo los empleos turísticos del 32,0% y 12,3% respectivamente. Por otra parte cabe destacar que Andalucía recibió casi 8 millones de turistas extranjeros y Canarias algo más de 10 millones y medio; concretamente, en nuestro caso de estudio la isla de Gran Canaria recibió casi 3 millones. Esto implicaría que anualmente la isla recibe tres turistas extranjeros por cada residente y Andalucía casi uno y medio.

Pero, si consideramos el turismo doméstico vemos la gran diferencia; la isla recibe alrededor de 5 millones de viajes anuales de españoles mientras que Andalucía recibe 26 millones. Lógicamente la distancia física con la península marca la diferencia. De todas formas más allá de los matices, todos estos datos generales nos ilustran claramente la importancia del turismo en la sociedad y en la economía de ambos lugares. En ambos destinos significa uno de los más altos porcentajes de turistas per cápita del mundo siendo además España uno de los países con mayor número de turistas anuales (más de 60 millones de turistas extranjeros). Los impactos en las sociedades de destino de este gran flujo turístico son notorios, al menos bastante considerables. Por lo que las opiniones y percepciones de los residentes acerca de los efectos positivos y negativos del turismo y los turistas son esenciales para orientar las decisiones de política turística.

En esta comunicación presentamos los impactos del turismo, percibidos por los residentes de Andalucía y Gran Canaria; haciendo un estudio comparativo de similitudes y diferencias. Es importante destacar que estamos comparando las opiniones de los residentes de una isla con una comunidad autónoma, mucho más grande y poblada. En Gran Canaria hay opiniones más homogéneas, más respuestas en general (menos no sabe/no contesta) y más impactos positivos y negativos percibidos. El enorme territorio, así como la heterogeneidad de la economía de Andalucía (menos dependiente del sector turístico en su totalidad) podrían también minimizar la percepción de los impactos positivos y negativos del turismo en la vida cotidiana de sus habitantes. Motivo por el cual en el caso andaluz, nos centramos en analizar las opiniones de los residentes en la provincia de Málaga, por ser el destino más turístico de Andalucía (recibe más del 30 % del turismo en su comunidad) y principalmente de sol y playa

como Gran Canaria. Las comparaciones entre ambos destinos consolidados del producto sol y playa nos ayudarán a focalizar el estudio de similitudes y diferencias. Como destinos, importantes son las diferencias entre ambos; la marcada estacionalidad que se da en Málaga, no se sucede en Gran Canaria. Ni la configuración de sus respectivos turistas (casi 1 de cada cuatro turistas en la isla es escandinavo, mientras que en Andalucía 4 de cada 10 turistas son ingleses, etc.).

En este estudio comparamos las opiniones sobre la importancia del turismo y sus impactos, el lugar que ocupa entre las actividades económicas más importantes, el interés personal por los temas relacionados con el turismo y la importancia del turismo para la economía del municipio. Sobre los impactos percibidos hacemos preguntas abiertas acerca de los impactos positivos y negativos. Además de las opiniones (o sea el discurso socialmente expresado y racionalizado) preguntamos sobre las actitudes concretas y las interacciones con los turistas. Específicamente sobre el tipo e intensidad de la interacción y si existe alguna relación personal con el turismo (si trabajan en el sector turístico o lo han hecho). También si se producen encuentros con los turistas y en ese caso su lugar y momentos. Continuamos indagando acerca de la percepción de los residentes sobre el trato y la atención que les dan a los turistas. Y la opinión acerca del poder adquisitivo, el comportamiento y el trato de los turistas hacia el medioambiente. En relación a determinadas preferencias o prejuicios sobre grupos específicos de turistas, indagamos sobre las opiniones según nacionalidades o tipo de turistas. Finalizamos esta dimensión, indagando sobre las acciones individuales que podrían hacer para mejorar el sector turístico y la experiencia que se llevan los turistas de regreso a sus lugares de origen.

Veremos si son los impactos positivos del turismo en la población residente (generación de empleo, mantenimiento de infraestructuras, mayor oferta de ocio, ambiente más cosmopolita) los que prevalecen frente a los impactos negativos (masificación, precios más caros en bienes y servicios, segregación espacial, conflictos, contaminación).

Desde el punto de vista teórico nos centramos en la teoría del intercambio social.

La conducta social está basada en un intercambio en el que las personas esperan recibir de esa relación recompensas y se mantiene si esas recompensas y esperanzas se confirman. O sea, desde un punto de vista utilitario y de elección racional la relación es provechosa para ambas partes si se suceden los beneficios mutuos esperados.

La obtención de recompensas y de satisfacción mutua por el cumplimiento de expectativas e intereses son claves para que esa relación se mantenga en el tiempo y se suceda sin conflictos. La reciprocidad de los beneficios esperados en el intercambio turístico, es un factor

esencial para la continuidad de esa relación de mutua interdependencia. Para evitar conflictos los costes y beneficios generados deben ser equilibrados; la relación de mutuo beneficio entre “anfitriones e invitados”, “turistas y residentes” debería sucederse de mutua conformidad.

La metodología de investigación utilizada ha sido el de la encuesta. Las muestras son representativas de acuerdo al tipo de zona (turística o no), sexo y grupos de edad. En el estudio de caso de Andalucía la encuesta fue presencial y respondida por 1.781 habitantes en las 8 provincias andaluzas; Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla, realizada en el año 2008, por el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) - Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Y en el caso de Gran Canaria la encuesta fue telefónica a 504 habitantes en 2012, realizada en el ámbito del proyecto INNOVA de la Fundación Universitaria de Las Palmas (FULP) y el Grupo ITYT del Instituto TIDES de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

El papel de las nuevas tecnologías en el desarrollo turístico local desde una perspectiva sociológica: El caso de la Catedral de Jaén

Francisco Javier Cantón Correa, Inmaculada Barroso Benitez y Lidia Ortega Alvarado,
Universidad de Jaén.

Las nuevas tecnologías han expandido las posibilidades de desarrollo económico para cualquier lugar del mundo. Una de estas posibilidades pasa por desarrollar los recursos propios de cada región, potenciando los acervos ya existentes. En el caso del turismo, las nuevas tecnologías propician el incremento del conocimiento de los recursos turísticos locales y las potencialidades provinciales, mediante un mayor acceso a la información disponible y, por tanto, una mayor publicidad y conocimiento del patrimonio turístico a promocionar. Los datos que aquí se presentan suponen un primer acercamiento al desarrollo de dichas posibilidades en el caso de la Catedral de Jaén, que está siendo escaneada y digitalizada para su difusión y fomento a través de internet y otros medios de comunicación. Además, para lograr un desarrollo sostenible y adaptado localmente es indispensable conectar estas potencialidades con las propias demandas de la sociedad. El estudio sociológico de estas expectativas sociales proporciona, mediante el análisis de la expresión de la opinión, las bases que conforman dicha participación social. Por eso en este estudio piloto se ha recabado información sobre el perfil actual del visitante a la Catedral, el grado y forma de conocimiento de la misma y la valoración que se hace en vistas a la construcción de un portal web que logre una mayor difusión y conocimiento de la Catedral a nivel turístico y patrimonial, explicitando la información sobre la relación que existe entre la Catedral y sus visitantes, actuales y futuros.

2ª SESIÓN

Sistema deportivo, crisis del Estado de Bienestar y Hegemonía de los Mercados

David Moscoso Sánchez, Álvaro Rodríguez Díaz y Jesús Fernández Gavira,
Universidad Pablo de Olavide y Universidad de Sevilla.

El sistema deportivo propio de la democracia está en crisis. Lo está porque el Estado de Bienestar, sobre el que se sustentan muchas de las políticas deportivas públicas, ha sido desbancado por un nuevo ciclo de hegemonía neoliberal. Para ilustrar esta realidad, nos centramos en el caso de España como ejemplo paradigmático de lo que sucede en Europa. Se evidencia como la sociedad civil se encuentra poco representada por las decisiones políticas en materia deportiva, y como el deporte organizado ha dejado de cumplir una función social, al circunscribirse a los intereses de los agentes económicos. El trabajo reclama de las ciencias sociales una postura crítica ante esta realidad.

El deporte como elixir de la eterna juventud

Antonio Manuel Pérez Flores,
Universidad Pablo de Olavide

En una sociedad donde el canon de estética juvenil se encuentra al alza el deporte se torna como un elixir de la eterna juventud. La práctica del deporte con objeto de mantener la salud y conseguir una estética de tipo deportiva está siendo intensamente valorada por la deseabilidad social que genera.

En este trabajo profundizamos de manera teórica en el valor de la estética juvenil y realizamos un estudio descriptivo del actual uso y significado de la práctica del deporte desde el modelo deportivo de estética y salud.

Para la obtención de la información se han explotado los datos de la encuesta “Hábitos deportivos en España IV” realizada por el CIS mediante un convenio con el Consejo Superior de Deportes en 2010. Como resultado obtenemos que el deporte de estética y salud es la modalidad deportiva más practicada en nuestra sociedad y se muestran las principales características que definen a los deportistas de tipo narcisistas.

El deporte que tiende puentes

Antonio Manuel Pérez Flores,
Universidad Pablo de Olavide.

El objetivo de este trabajo es describir de manera estadística la práctica del deporte realizado en ligas y competiciones regladas. Para la obtención de la información se han explotado los datos de la encuesta “Hábitos deportivos en España IV” realizada por el CIS mediante un convenio con el Consejo Superior de Deportes en 2010. Como conclusiones se muestran los principales rasgos que definen los usos y significados sociales de este tipo de práctica deportiva.

Las formas del deporte contemporáneo

Antonio Manuel Pérez Flores,
Universidad Pablo de Olavide.

En la presente comunicación se realiza una revisión teórica de las distintas taxonomías deportivas de mayor relevancia en la investigación científica del deporte contemporáneo, acabando con un ejercicio de integración teórica que ofrezca un modelo con la suficiente potencia teórica como para dar cobertura al deporte contemporáneo en sus múltiples formas, “el espectro de las actividades deportivas”.

La descripción de los modelos teóricos de práctica deportiva se realiza a partir de una explotación secundaria de datos de la encuesta “Hábitos deportivos en España IV”. Los resultados muestran dos importantes dimensiones que definen las relaciones sociales de los deportistas españoles, a saber; una primera dimensión de organización de la práctica deportiva y una segunda dimensión que define la instrumentalidad de la práctica deportiva. El análisis también muestra tres modelos diferentes de prácticas deportivas; el modelo de competición que tiene unas características de tipo agonísticas, el modelo de estética y salud que presenta carácter de tipo narcisista y el modelo de ocio impulsado por una motivación de tipo hedonista.

El hedonismo en el deporte

Antonio Manuel Pérez Flores,
Universidad Pablo de Olavide.

El deporte es una importante actividad de ocio dentro de nuestra sociedad asociada a una gran industria deportiva. El objetivo de este trabajo es describir de manera estadística la forma en que se lleva a cabo el deporte realizado con la finalidad del ocio. Para la obtención de la información se han explotado los datos de la encuesta “Hábitos deportivos en España IV” realizada por el CIS mediante un convenio con el Consejo Superior de Deportes en 2010. Como conclusiones se muestran los principales rasgos que definen los usos y significados sociales de este tipo de práctica deportiva.