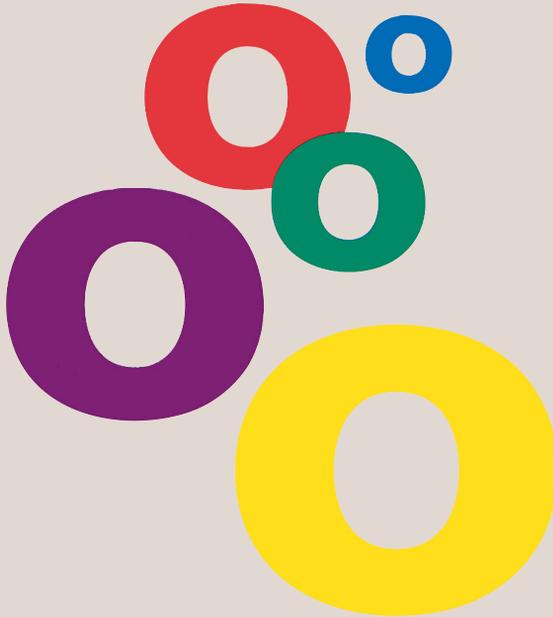


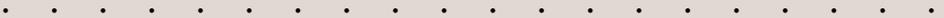
Manuel Cuenca Cabeza

Ocio humanista

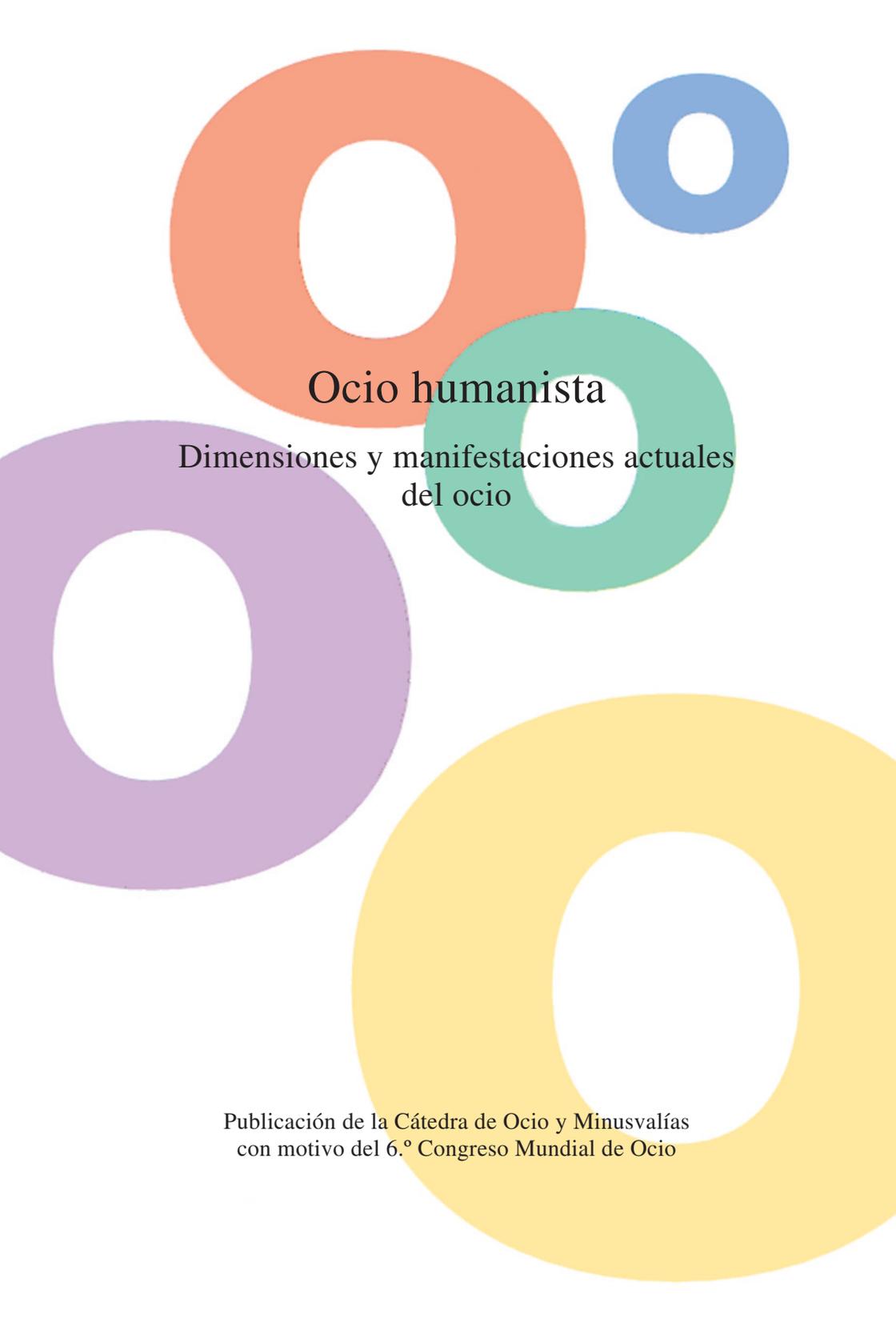
Documentos de Estudios de Ocio, núm. 16



Universidad de
Deusto



**Instituto de
Estudios de Ocio**



Ocio humanista

Dimensiones y manifestaciones actuales
del ocio

Publicación de la Cátedra de Ocio y Minusvalías
con motivo del 6.º Congreso Mundial de Ocio

Manuel Cuenca Cabeza

Ocio humanista

Dimensiones y manifestaciones actuales
del ocio

2000
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 16

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.

Consejo de Dirección

Manuel Cuenca
M.^a Luisa Amigo
Susana Gorbeña
Eduardo Martín
Felipe Ponce
Roberto San Salvador
M.^a Luisa Setién

Documento subvencionado por la ONCE

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: 978-84-9830-443-5

*A todas las personas con las que he compartido
la aventura de hacer realidad Estudios de Ocio.*

*Sin su apoyo y su cariño tampoco hubiese existido
este libro.*

Índice

Presentación	11
Introducción general	15
I. El ocio como fenómeno social y experiencia personal	27
Introducción	27
1. Importancia y actualidad del ocio	30
2. Percepción y funciones del ocio	48
3. El ocio desde una visión humanista	62
4. Nuevas concepciones del ocio	70
5. Direccionalidad y rasgos comunes en la experiencia de ocio	80
6. Dimensiones de la experiencia de ocio	91
7. Dimensión lúdica del ocio	99
8. Dimensión creativa del ocio	114
9. Dimensión ambiental-ecológica del ocio	125
10. Dimensión solidaria del ocio	135
II. El ocio como experiencia extraordinaria: la fiesta	141
Introducción	141
11. Dimensión festiva: la fiesta y su sentido	145
12. Elementos de la fiesta	158
13. De la fiesta tradicional a la fiesta moderna	174
III. Manifestaciones del ocio en la sociedad actual	187
Introducción	187

14. La mediación ocio-cultura	190
15. Ocio y turismo	213
16. Relación ocio-deporte	230
17. Tiempo libre en la tercera edad.	243
18. Confluencia entre trabajo y ocio.	257
Reflexiones finales.	279
Bibliografía	297

Presentación

Durante el siglo xx la humanidad ha experimentado una mutación trascendental y el ocio es un indicador significativo para poder comprobarlo. La experiencia de ocio es, afortunadamente, una vivencia cotidiana desde hace años. No es que antes no existiese, sino que era de otro modo y para menos gente. Pero curiosamente, a pesar de la importancia del fenómeno del ocio en nuestros hábitos de vida y en la marcha de la sociedad en general, apenas se ha percibido como experiencia unitaria, no uniforme sino con una base común. Parece como si el deporte, la televisión, el turismo, los espectáculos, fiestas, eventos y un largo etcétera fuesen todos ellos acciones aisladas, independientes, que afectan a la vida del ciudadano de forma separada y, por consiguiente, sin ninguna relación entre sí.

Y sin embargo, a poco que nos detengamos a reflexionar, inmediatamente comprendemos que nos encontramos en un campo de acción semejante. Un ámbito caracterizado por la libre elección y la motivación intrínseca que nos mueve hacia lo que nos gusta. A ese ámbito común se le llama en este libro experiencia de ocio.

Tengo la suerte de pertenecer a la Universidad de Deusto, una institución que hace doce años entendió que el tema del ocio era un asunto de mayor trascendencia humana de lo que a primera vista se hubiese pensado. Gracias a la UD he podido contar con el apoyo, estímulo y recursos necesarios para poder dedicar buena parte de estos años al estudio del ocio y sus consecuencias. Ha sido una

aventura tan apasionante que diría que no ha pasado el tiempo, de no ser porque el número de personas que se fueron sumando a ella permitió que cada vez me sintiese más acompañado y con mayores posibilidades para llevar a buen puerto los objetivos que la Universidad me había encomendado.

Este viaje compartido ha sido una experiencia óptima y gratificante, difícilmente pudiera escribir hoy lo que escribo sin una compañía tan querida, grata y necesaria. Para ser justo, tendría que incluir aquí una larga lista de nombres de personas que han hecho realidad, día a día, el Instituto de Estudios de Ocio: compañeros de equipo, docentes, investigadores, alumnos y colaboradores de todo tipo. Todas estas personas, con sus sugerencias, ideas, preguntas y objeciones son la razón de haber tratado de buscar una respuesta que diese sentido y unidad a lo que hacíamos conjuntamente. Sus ideas están aquí, en la medida que he sido capaz de recogerlas.

Hablando estrictamente, los escritos que aparecen en este libro tampoco son una respuesta a las cuestiones que nos hemos planteado. Son, en todo caso, el inicio de algunas respuestas; pero queda mucho por hacer. Siguiendo las indicaciones de los que me han acompañado en la aventura de estudiar el ocio, este libro incorpora escritos míos anteriores que han ido apareciendo en distintos medios, a lo largo de los últimos años. No pretendo sentar las bases de nada, sino, simplemente, ofrecer elementos de reflexión que permitan enfocar el estudio del ocio de un modo más global. Soy consciente de que algunos aspectos se tratan más ampliamente que otros. Ello no se debe a que los considere de mayor o menor importancia, sino a que, por alguna razón concreta, he debido estudiar algún tema antes que otro.

Al escribir estas páginas están en mi mente los alumnos de Estudios de Ocio, una gente maravillosa que llega cada año al Instituto llena de interés por aprender unos conocimientos que les permitan introducirse profesional y personalmente en el mundo del ocio. Quisiera que este trabajo fuese útil para ellos. Preocupado por la delimitación de conceptos y campos de acción, apenas he incorporado referencias sobre las múltiples investigaciones empíricas que se han realizado en el Instituto durante estos años; pero es evidente que muchas de las afirmaciones que se recogen aquí tienen su base en la investigación experimental y viceversa. Lo que sí puedo afir-

mar es que la experiencia de ocio que planteo ha sido la base para el desarrollo de nuestras ideas y acciones, partiendo de un primer planteamiento evidente: el ocio es un ámbito de desarrollo y realización humana.

A la hora de estructurar los contenidos del libro he creído conveniente agrupar las distintas secciones en tres partes diferenciadas. La primera se centra en la reflexión del significado de la experiencia de ocio y sus dimensiones. La segunda se detiene en la fiesta, en cuanto vivencia extraordinaria de ocio. Finalmente se realiza una aproximación a las manifestaciones del ocio en la sociedad actual. Esta parte se inicia con una lectura desde el ocio de tres ámbitos afines: deporte, cultura y turismo. También me detengo en la tercera edad, la franja de población que más se vincula últimamente con el ocio, y en la relación ocio/trabajo, dos conceptos entrelazados que necesitan una profunda revisión.

El conjunto de los epígrafes pretende dibujar un boceto sobre los rasgos diferenciales del ocio del nuevo ciudadano. Son, como se verá, hábitos y prácticas llenos de luces y sombras sobre los que hay que seguir reflexionando. En el fundamento de todos ellos está la experiencia de ocio, elemento unificador y clave para entender su sentido. Mi intención es dar una visión interdisciplinar, por lo que las páginas que siguen no son un tratado de sociología ni una reflexión filosófica. Los datos y cifras se usan como referencias que ayudan a comprender el tema desde el punto de vista que se plantea. Esto me ha dado libertad para, según los casos, actualizarlos o permanecer fiel al momento en el que escribí ese texto. Mi mayor ilusión sería que las ideas que se plantean aquí sirviesen de estímulo para que muchas personas sintieran la necesidad de entender mejor el ocio en general y su ocio en particular, y, sobre todo, que ese descubrimiento les ayudase a vivir mejor.

Introducción general

El ocio es una experiencia gratuita, necesaria y enriquecedora de la naturaleza humana. Desde Aristóteles a nuestros días múltiples tratadistas y filósofos, al intentar precisar la naturaleza del ocio, han encontrado necesario definir también algún concepto de felicidad. Y es que el ocio, desde un punto de vista individual, tiene mucho que ver con la vivencia de situaciones y experiencias placenteras y satisfactorias. El ocio puede estudiarse y analizarse desde paradigmas distintos. Desde un punto de vista objetivo se confunde con el tiempo dedicado a algo, con los recursos invertidos o, simplemente, con las actividades. Desde un paradigma subjetivo resulta especialmente importante considerar la satisfacción que cada cual percibe en su vivencia. Subjetivamente la palabra *ocio* es sinónimo de ocupación gustosa, querida y, por consiguiente, libremente elegida. También interesa su vertiente experiencial y el significado que cada cual le atribuye. Desde un paradigma personal, el ocio forma parte de nuestra manera de ser y manifestarnos y, consiguientemente, es uno de los modos de expresión de nuestra personalidad. La vivencia del ocio no depende de la actividad en sí misma, ni del tiempo, el nivel económico o, en ocasiones, la formación que posea el sujeto de la vivencia. Sí tiene que ver con el sentido de quien la experimenta. También se relaciona con «lo esperado», «lo querido y deseado», de ahí su conexión con el mundo de la emotividad y, consecuentemente, de la felicidad.

Tradicionalmente el ocio ha sido considerado un aspecto residual de la vida, una parte poco significativa, secundaria, un lujo, algo periférico. En la actualidad empieza a considerarse una vivencia que debe ser experimentada por todos. Frente a la sociedad industrial, que institucionalizó el ocio como descanso, como justificación y premio del trabajo, las sociedades tecnológicas y de consumo consideran el ocio como parcela autónoma y diferenciada. Aceptada y superada la necesidad de descanso, el ejercicio del ocio cada vez se centra más en la ocupación libre y gustosa. La diversión, en el sentido de escape o de «pasar el rato», puede servir en un primer momento, pero no parece suficiente. Muchos ciudadanos encuentran que el trabajo no permite su expresión, ni cubre sus necesidades de desarrollo personal; porque la sociedad moderna produce necesidades y las satisface, pero no responde a significados vitales. Más allá de los instintos y los valores sociales, el sentido de la vida es algo individual que cada cual debe asumir por sí mismo, que cada cual debemos encontrar.

El ocio, en cuanto expresión y ejercicio de libertad, es un derecho de todo ser humano. Un derecho reconocido como *derecho cívico*, lo que le confiere un peso específico nuevo en las aspiraciones sociales. Ocurre, sin embargo, que, aunque el ocio forma parte de los derechos democráticos, estilos de vida y mundo de valores de la nueva ciudadanía, todavía no se experimenta desde un horizonte de percepción común. Parte de la población lo considera de un modo tradicional, como descanso y diversión, mientras para otra buena parte es motivo de identidad, autorrealización y sentido. La evolución actual del ocio tiene una vertiente social, ámbito en el que se le reconoce una cada vez mayor importancia e incluso un derecho; pero también tiene mucho de cambio y evolución individual. El ocio moderno es un atributo de la vida de la persona, un espacio vital que la ayuda a realizarse.

Sé que la experiencia de ocio puede vivenciarse también desde otros puntos de vista, como puedan ser el aburrimiento, el vicio y la destrucción. Claude Soucy señaló que el espíritu del ocio es un Jano de dos caras¹. En estas páginas se opta por hablar de él como

¹ C. SOUCY, «Consumo, sexualidad, tiempo libre», en *Tiempo Libre*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1970, p. 48.

experiencia dinámica con direccionalidad positiva. Queda para otro momento hablar del ocio nocivo. Pero las prácticas de ocio nocivo, siendo una realidad, no son el ideal, ni el punto de referencia. El ocio, en cuanto ámbito de desarrollo humano, ofrece posibilidades para hacernos, recrearnos y proyectarnos; dándonos la oportunidad de expresarnos personalmente, de desarrollar nuestra dimensión creadora.

Para Aristóteles el ocio era «el principio de todas las cosas»², en cuanto sirve para lograr el fin supremo del hombre que es la felicidad. El término griego *skholé*, del que se derivaron el latino *schola* y todos los relacionados que hoy conocemos, hacía referencia a ocupación y estudio, entendidos ambos términos en su sentido más noble, como ejercicio de contemplación intelectual de la belleza, la verdad y el bien. De ahí que el ocio del que habla Aristóteles se refiera a la actividad humana no utilitaria, en la que el alma consigue su más alta y específica nobleza. El horizonte adecuado para realizar la felicidad que le es propia al ser humano en cuanto ser dotado de inteligencia y libertad.

J. Pieper, el filósofo alemán que redescubrió esta manera de entender el ocio para el pensamiento del siglo XX, llegó a expresarlo de una manera sintética y breve al decir que «el ocio es un estado del alma»³. Pieper contraponen el ocio a tres aspectos fundamentales del trabajo: actividad, esfuerzo y función social. El ocio implica una cierta actitud de no hacer, de «íntima falta de ocupación»; de ahí que se pueda decir que el ocio está directamente relacionado con la percepción receptiva y contemplativa del ser. Mannell, Zuzanek y Larson⁴ afirman que al ocio se le comprende desde la perspectiva subjetiva de los que lo practican. Eso explica que los pilares a partir de los cuales se ha construido la nueva teoría del ocio sean percepción de libertad, motivación intrínseca y autotelismo. Los profesionales del ocio conocen que las emociones personales positivas están directamente asociadas a la participación y la realización del ocio.

² ARISTÓTELES, *Política*, VIII, 1338 a.

³ J. Pieper, *El Ocio y la vida intelectual*, Madrid, Rialp, 1974, p. 45.

⁴ Mannell, R.C., Zuzanek, J. y Larson, R., «Leisure states and «flow» experiences: Testing perceived freedom and intrinsic Motivation Hypotheses», *Journal of Leisure Research*, 4, 20, pp. 289-304.

El modelo desarrollado por Neulinger⁵, reiteradamente utilizado en EE.UU. en el área de Recreación Terapéutica, presupone que las acciones de ocio son el resultado de una libre elección, llevada a cabo por razones intrínsecas, que convierten a la actividad realizada en un fin, en lugar de ser un medio para otra cosa. El elemento central de este enfoque es la libertad, sobre todo libertad para llevar a cabo la elección de un acto y, en bastante menos medida, la libertad que Lee y Mobily⁶ identificaron como «libertad circunstancial», es decir, la relacionada con la posibilidad de hacer en función de la disponibilidad, la capacitación y grado de responsabilidad. «La libertad», dice Rollo May, «es la capacidad del hombre para hacerse cargo de su propio desarrollo. Es nuestra posibilidad de formarnos a nosotros mismos. Es la otra cara de la conciencia de sí mismo»⁷. A una mayor conciencia de sí mismo corresponde una mayor cota de nivel de elección y, consiguientemente, de libertad.

El ocio como palabra

Visto como palabra, el ocio es un cultismo procedente del *otium* latino que, según J. Corominas, se introduce en el castellano en el siglo xv a partir de la lectura y descubrimiento de los clásicos, algo propio del Renacimiento. Desde esa época hasta hace pocos años puede decirse que ha seguido siendo un término culto, contaminado negativamente por el vicio de la ociosidad, sinónimo de vagancia y de no querer trabajar. Popularmente el ocio se ha entendido como ociosidad hasta nuestros días; así lo demuestra el refranero tradicional:

«Del ocio nace el feo negocio.»

«Hombre ocioso, hombre peligroso.»

⁵ J. Neulinger, *The psychology of leisure: Research approaches to the study of leisure*, Springfield, IL, Charles C. Thomas, 1974.

⁶ Lee, L. y MOBILY, K.E., «The NTRS philosophical position statement and a concept of three freedoms», *Journal of Expanding Horizons in Therapeutic Recreation*, 3 (3), pp. 41-46.

⁷ R. MAY, *El hombre en busca de sí mismo*, Buenos Aires, Central, 1976, cap. IV.

«No hacer nada a todos nos agrada.»
«Vida entretenida, todo lo olvida.»
«Huye ociosidad, si quieres reposar.»
«Ocioso, vicioso.»
«Ocio, ni para descansar.»
«El ocio es la madre de la vida padre.»
«A mocedad ociosa, vejez trabajosa.»⁸

La ociosidad, relacionada con el pecado capital de la pereza, ha sido tradicionalmente la causante de todo vicio y, por su oposición al trabajo, una lacra difícil de tolerar por la sociedad. Laín Entralgo alertaba ya hace años del exceso al que nos había llevado la sacralización del trabajo en un mundo centrado exclusivamente en lo laboral: «Nuestra unánime religión es la del trabajo. Para nosotros el ocio sólo cobra sentido cuando es descanso; de otro modo no parece ser sino pereza»⁹. En un mundo en el que se vive por y para trabajar, el ocio, entendido en su sentido heleno, no tiene razón de ser, es algo inútil, de ahí que sea llamado fácilmente ociosidad. Laín Entralgo, igual que J. Pieper, Ortega, Eugenio D'Ors o los modernos tratadistas del ocio, no está de acuerdo con esta identificación y piensa, al contrario, que la vivencia del ocio, en sus diversos modos, forma parte de nuestra vida y es necesaria ante cualquier pretensión de felicidad.

Si se sigue el itinerario de la palabra *ocio* en el Diccionario de la Real Academia Española, se puede ver que apenas tuvo evolución en el último siglo y, sin embargo, introduce un nuevo significado en la última década. En efecto, comparando la edición de 1869 y la de 1970, se observa que las definiciones que se hacen del término son las mismas. El ocio es, en ambos casos: 1. Cesación del trabajo, es decir, descanso. 2. Diversión y 3. Obras de ingenio que uno realiza en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones (entendiendo por ingenio discurrir, inventar, así como todo tipo de artificio). Como novedad, la edición de 1992 añade otro significado que se ordena en segundo lugar. El ocio, en este

⁸ Refranes recogidos en MARTÍNEZ KLEISER, L. (comp.), *Refranero General Ideológico Español*, Madrid, Hernando, 1982 (facsímil; 1.ª ed. 1953).

⁹ LAÍN ENTRALGO, P., «El Ocio y la Fiesta en el pensamiento actual», en *Ocio y Trabajo*, Madrid, Revista de Occidente, 1960, p. 22.

caso, es «tiempo libre de una persona». Debo aclarar pronto que el ejemplo del diccionario sólo me sirve para hacer ver la lentitud con la que avanzan los conceptos, no tanto en el mundo erudito como en el nivel de aceptación y transformación popular.

Ocio y tiempo libre

Ya se ha visto que el Diccionario recoge algo que es bastante general, la identificación de los términos *ocio* y *tiempo libre* o *tiempo de ocio*. El tiempo es, en efecto, una constante sin la que resulta imposible explicar la vivencia de ocio. Toda vivencia transcurre en un tiempo y necesita de un tiempo de gestación y desarrollo. Cuando decimos «tiempo libre», a menudo nos referimos a un ámbito temporal lleno de posibilidades, que depende de nosotros. Un tiempo en el que la ausencia de obligaciones nos permite llevar a cabo acciones de cualquier tipo. Decir «tiempo de ocio» es frecuente que nos remita al tiempo empleado específicamente en prácticas de ocio. Pero, como señaló hace años Sebastián de Grazia, «ocio y tiempo libre son dos conceptos y dos mundos diferentes»¹⁰. Históricamente el ocio es la *skholé* griega, aunque se puede decir que ha existido siempre y de forma diversa, mientras que la concepción de tiempo libre arranca del desarrollo industrial.

Desde un punto de vista antropológico, la persona camina en tres tipos de temporalidades: social, laboral y personal. El tiempo exterior, que sirve de marco a su vida, es el tiempo social, histórico. En él se inserta el tiempo pasado en el trabajo, descomponible en tiempos parciales, y un tiempo inaparente, particular de cada persona, un tiempo intensivo. Los dos primeros son mensurables, puramente cronológicos, cuantitativos, son tiempos en los que el pasado y el futuro son determinables. La verdadera temporalidad personal, la vivencia del tiempo puro, es el que pertenece a cada cual, un tiempo cualitativo. El ocio como experiencia forma parte de esta temporalidad, mientras que el tiempo libre se corresponde con la segunda y, en algún caso, con la primera.

¹⁰ S. DE GRAZIA, *Tiempo, trabajo y Ocio*, Madrid, Tecnos, 1966, p. XIX.

Cada civilización tiene su tiempo. Las condiciones de vida y la evolución de las sociedades han hecho aparecer en cada período un tiempo específico. Los tiempos biológicos parecen dados, pero sabemos que han evolucionado y que continúan evolucionando; dependen de la adaptación del ser humano. El tiempo tradicional aún es efectivo en algunas prácticas agrícolas en las que el trabajo parece condicionar el género de vida. Es un tiempo en el que los movimientos de las estaciones rigen los ritmos de los trabajos de los campos y los ritmos de las personas, está unido a la alternancia del día y la noche, de la luz y de la oscuridad. En el tiempo tradicional la serie semanal se organiza inflexiblemente, según las necesidades de los cultivos y de los animales, introduciéndose muy pronto el descanso dominical con su carácter sagrado.

El tiempo industrial es ante todo un tiempo medido. El tiempo de trabajo y el tiempo de la vida están separados. En el trabajo cada uno tiene que tener en cuenta a los otros: es colectivo, su ejecución se realiza en grupos organizados. Esto no es realmente nuevo, pues desde la antigüedad se encuentran intentos de organizar el trabajo y ejecutarlo en grupo. Lo que es nuevo es la imperatividad del tiempo para guiar las operaciones y medir su eficacia. La cantidad de piezas producidas por unidad de tiempo lo gobernará todo.

El tiempo, en cuanto tiempo social, es algo objetivo, medible y cuantificable; pero el ocio, entendido como vivencia humana, se relaciona necesariamente con nuestro tiempo personal y subjetivo, con lo que resulta difícil cuantificar momentos y procesos. En el ocio es fácil determinar el tiempo que se emplea en la realización de una actividad objetiva (realizar un viaje, leer un libro, jugar un partido...); pero resulta difícil hacerlo cuando consideramos la experiencia como conjunto. Es decir, el tiempo que estuve proyectando o deseando y el tiempo posterior en el que disfruté recordando o rememorando. La vivencia plena de ocio se produce cuando, como decía Dewey, se lleva a cabo como experiencia completa y con sentido, es decir, cuando existe un proceso con inicio, desarrollo y final.

La distinción entre tiempo social, del que forma parte el tiempo libre, y tiempo personal, en el que se inserta la experiencia de ocio, es esencial para diferenciar ocio y «tiempo libre», el hecho de tener tiempo libre no implica vivir el ocio.

Génesis del ocio moderno

Desde mi punto de vista, la génesis de un nuevo ocio radica en el cambio de concepción de la vida y el mundo que nos rodea. Alain Corbin señala que «los especialistas de la historia natural saben hoy estudiar las instituciones, los objetos y las prácticas pero no se atreven a abordar los mecanismos afectivos cuyo conocimiento constituye el único medio capaz de dar un sentido a sus pacientes y fructíferas investigaciones»¹¹. La génesis del ocio, en cuanto el ocio es una experiencia elegida y deseada, es la génesis de los deseos, la manera en que han ido emergiendo deseos personales y sociales que antes no existían, prácticas y hábitos de vida que, independientemente de las posibilidades, se abren camino en el tiempo histórico y se convierten en objeto de deseo de una comunidad determinada. Históricamente puede demostrarse que en esta transformación intervienen, entre otras, dos causas importantes: curiosidad y salud.

El ocio, en cuanto ámbito de libertad y emoción, es un espacio privilegiado para la realización de la curiosidad personal, convirtiéndose en una de las claves para entender y comprender su sentido. Ortega y Gasset, en *Unas lecciones de metafísica*¹², escribe que curiosidad es sinónimo de preocupación; pero que la preocupación puede ejercitarse por temas que no nos interesan realmente, y en ese caso estamos ante el vicio humano de «curiosear», o, al contrario, por cuestiones que nos son vitales, y, en ese caso, la curiosidad nos lleva al conocimiento, la profundización, la aproximación a la verdad y, muchas veces, al desarrollo de la ciencia.

La curiosidad aumentó en la vida moderna gracias a la lectura, el arte, las pinturas y grabados y la poesía descriptiva. Después, la televisión la potenció aún más multiplicando así las funciones que tuvieron la lectura y el libro en el siglo pasado. Junto al viaje real, la transformación cultural del siglo XVIII tiene su raíz en el viaje imaginario que se realiza a través de la lectura. Frente a la popular

¹¹ CORBIN, A., El territorio del vacío. *Occidente y la invención de la playa* (1750-1840), Barcelona, Mondadori, 1993, p. 9.

¹² ORTEGA Y GASSET, J., *Unas lecciones de metafísica*, Madrid, Alianza, 1970, pp. 20-21.

lectura indiscriminada, las elites intelectuales extienden la lectura «culta», caracterizada por la utilidad. Las revistas de la época fomentaron una lectura múltiple, de contenidos mundanos y laicos, pero individual y socialmente provechosa. Leer se convierte en un deber moral, además de distracción y placer. Esta estrategia consigue un aumento considerable del público lector femenino, pero también de niños y jóvenes. Jean Jacques Rousseau propone la lectura «útil» encaminada al perfeccionamiento individual y centrada en la comprensión de los textos, de incentivo moral.

A finales del siglo XVIII la lectura extensiva pasó a ser una norma cultural obligada y dominante. El conocimiento de este proceso de cambio es un hito de interés en la génesis del ocio moderno, pero las investigaciones realizadas al respecto son todavía reducidas. A pesar de los planteamientos racionalistas propios de la Ilustración, en el último cuarto del siglo XVIII se impone una lectura individual y emocional. Es un tipo de lectura «sentimental» que busca la comunicación del lector con el relato vital que se esconde tras cada página. Este tipo de lectura reduce en cierta medida la cantidad para aumentar la intensidad. Rousseau propone la lectura como medio de superación y la *Nueva Eloísa* se convierte en un éxito insospechado, setenta ediciones antes de 1800 (la primera es de 1761). En 1774 aparece uno de los primeros *best sellers*, *Las penas del joven Werther*, de J. W. Goethe, lectura predilecta del joven Napoleón y una verdadera revolución entre la juventud.

La televisión y el cine han asumido en el siglo XX las funciones que tuvo la lectura, abriéndonos una ventana al mundo e introduciéndonos, a través de un continuo mensaje virtual, en otros lugares, personas y cuestiones. Sus imágenes han hecho posible el impensable viaje hacia lo otro y el otro. Sin anular los procedimientos descubiertos por la lectura, su incidencia ha sido aún mayor, porque ha sabido llegar a la gran masa de población y estimular nuevos caminos de curiosidad y deseo.

Otro aspecto que explica el desarrollo de múltiples cambios en los estilos de vida de las personas es la salud. En el siglo XVIII el arte médico realizó grandes progresos por influencia del movimiento científico y sus métodos de la observación y experimentación. La medicina estaba muy preocupada por las epidemias que asolaban el mundo: peste, tifus, gripe, tos ferina, viruela; pero durante

mucho tiempo sólo pudieron tomarse medidas preventivas. Los médicos escribían libros de higiene a través de los cuales se daba a conocer cómo poder mejorar la resistencia a las enfermedades. Salud e higiene son términos que se identifican en las vivencias del Siglo de las Luces. El fenómeno de los bañistas, que se produjo a partir de 1750, se debió al discurso de médicos e higienistas que llamaron la atención sobre los beneficios del baño marino de agua fría y la estancia de reposo junto al mar.

La *Historia de la melancolía*¹³ de Robert Burton, publicada en 1621, tiene gran influencia en el comportamiento de los aristócratas británicos. La melancolía, *spleen*, como se llamaba en la época, se correspondía con la antigua enfermedad denominada angustia, hoy depresión. Burton consideraba que el melancólico debía cuidar el medio en el que vive y, de acuerdo con la tradición hipocrática, consideró que el aire es uno de los elementos esenciales de salud. Burton atribuía la salud y longevidad de los habitantes de las Orcadas al aire del mar. Estos y otros preceptos antiguos, como que el hombre necesita movimiento, favorecieron el desarrollo de baños y termalismo, junto a la práctica de deportes rurales como equitación, pesca, natación, fútbol y otros entretenimientos que pertenecían a las clases populares. Salud, curiosidad y emoción son aspectos que inciden en el uso del tiempo y el descubrimiento de nuevos espacios, el preludio de un ocio nuevo.

Estas consideraciones señalan el comienzo de prácticas relacionadas con la incorporación del concepto clásico de ocio a la era moderna, un ocio cultivado entendido como cultura y perfeccionamiento. La génesis de los comportamientos modernos de ocio está marcada por reinterpretaciones de modelos pasados que delimitaban distintos niveles de percepción y actuación. Gracias al tiempo de las vacaciones, el ocio se ha abierto a nuevas posibilidades y nuevas necesidades. Nuevas representaciones de la aventura acompañan al descubrimiento del planeta. La lucha contra la vacuidad del tiempo, la pasividad y la ociosidad ha conducido a la exaltación de la actividad. Entre 1860 y la mitad del siglo xx la oposición en-

¹³ La novedad y la incidencia de la obra de Burton ha sido estudiada por Jean-Robert SIMON en *Robert Burton (1577-1640) et l'anatomie de la mélancolie*, París, Didier, 1964.

tre tiempo personal y tiempo social ha sido una preocupación ascendente. De modo que se ha hecho patente la precariedad de concebir el ocio como re-creación de la fuerza del trabajo y el deseo de un «tiempo para uno mismo» ha terminado por imponerse.

Las páginas siguientes hablan del ocio que tiene sus raíces en el Siglo de las Luces, pero no lo analizan en cuanto proceso, sino como realidad que nos afecta. El planteamiento es, por tanto, sincrónico; dejando para otra ocasión una aproximación diacrónica, así como la profundización en otras de sus múltiples cuestiones.

I

El ocio como fenómeno social y experiencia personal

Introducción

Antes he señalado mi preocupación por reflexionar sobre la experiencia de ocio en cuanto ámbito común de manifestaciones diversas, que comparten una misma base de sensación de libertad y motivación intrínseca. Desde este punto de vista, teorizar sobre el ocio requiere un proceso de recuperación y sistematización de múltiples informaciones, que se han ido generando en las distintas disciplinas sobre temas directamente relacionados con la esencia misma del ocio: juego, fiesta, creatividad, participación voluntaria, satisfacción, felicidad, capacidad de autodesarrollo e integración solidaria, etc. También la reflexión sobre las prácticas de ocio culturales, deportivas, recreativas o turísticas (por citar sólo las más significativas), junto a la concepción y valoración de las mismas a través del tiempo. Personalmente pienso que el esfuerzo que necesita el desarrollo de esta teoría del ocio no es tanto de diferenciación de las informaciones como de una lectura unificada de las mismas.

El camino disciplinar no es el único medio para acceder al conocimiento; es conocido que las disciplinas académicas que ahora nos parecen clásicas y tradicionales, dentro de las universidades y dentro del universo científico, hubo un tiempo en que no lo fueron. Razones históricas, administrativas, profesionales o coyunturales

explican la razón del cambio. Estas mismas razones son las que actualmente pueden dificultar o facilitar, según los casos, la presencia de los Estudios de Ocio en la Universidad. En cualquier caso, sabemos que la frontera entre las disciplinas actuales es cada día más difusa. De modo que, aunque se nieguen los nombres, las realidades terminan por imponerse. Estudios de Ocio es la afirmación de un modelo abierto, con acercamientos epistemológicos y metodológicos múltiples, basado en continuos trasvases de análisis, métodos y recursos de las diversas disciplinas que comparten su objeto de conocimiento. Ello no quiere decir que no se deba clarificar e identificar la misión y el campo específico que le corresponde al ocio. En ese sentido conviene señalar que la interdisciplinariedad del ocio y su unificación de saberes ayuda a conocerlo en su vertiente humana y personal.

El ocio forma parte de la reflexión específica de las ciencias sociales, que, a diferencia de las ciencias naturales, se caracterizan por ser disciplinas poco consensuadas. Difícilmente podríamos avanzar en la conceptualización del ocio a partir de acuerdos de autores. Por el contrario, una característica inicial de los Estudios de Ocio ha sido la carencia de consensos generalizados en sus planteamientos de base. No entiendo que sea un problema, sino una modalidad diferenciada de acceso a la reflexión teórica del ocio. El hecho de que estemos tratando de una realidad compleja y mudable, con profundas raíces subjetivas, sociales y tradicionales, hace que «de inicio» debamos descartar las verdades rotundas, las afirmaciones aplastantemente compartidas. La cuestión principal está en trascender materiales variopintos y penetrar en el sentido de sus palabras. Así es como encontraremos lugares y pensamientos comunes, concepciones que, en el fondo, están de acuerdo en determinados rasgos esenciales.

Académicamente existe una amplia literatura sobre aspectos parciales relacionados con el ocio, pero la reflexión conjunta y la conciencia de su necesidad ha sido menor. Esta realidad histórica no nos debe desviar de lo que es un aspecto esencial de todo saber, el tipo de problemas que ayuda a comprender. El ocio, en sí mismo, puede y debe ser motivo de interés y reflexión, aunque como objeto de estudio sea un objeto compartido. La diferenciación propia de esta postura holística permite acceder a otro punto de vista para

contemplar los problemas y, como consecuencia, a otras soluciones para resolverlos en la actualidad.

Trasladando la cuestión al ámbito laboral, si preguntásemos a la mayor parte de los trabajadores actuales del ocio sobre su área de ocupación, la respuesta sería seguramente deportes, turismo, cultura, etc. y nadie, o casi nadie, respondería que ocio, siendo este fundamental para entender los comportamientos deportivos, culturales o turísticos. Hemos profundizado en las partes sin darnos cuenta de que pierden su sentido cuando las consideramos aisladamente. De ahí que la delimitación disciplinar del ocio intente destacar su concepción radicalmente diferente a las disciplinas tradicionales. El desarrollo de los Estudios de Ocio y, por consiguiente, el desarrollo de las teorías y conceptualizaciones de ocio, es algo esencialmente interdisciplinar.

En sentido estricto, la teoría del ocio es más un marco disciplinar que una disciplina. Un marco disciplinar desde el que es posible llegar a distintos modos de especialización. El carácter interdisciplinar del ocio no es artificial, ni novedoso. En cierto sentido es una vuelta a los orígenes, una reivindicación de la necesidad que tiene la persona de conocer su mundo y darle un sentido particular. Al ser el ocio un acto esencialmente subjetivo y personal, aunque encuadrado en un contexto social que lo hace posible, los esquemas de comportamiento que se lleven a cabo en sus diversas manifestaciones y actividades tienen un aspecto común delimitado por la voluntariedad y la satisfacción personal que proporciona. He aquí la raíz que permite explicar y comprender lo que representa el ocio frente a otros ámbitos claramente diferenciados, como puede ser el del trabajo, las obligaciones sociales, materiales y vitales.

Las páginas que siguen intentan poner en práctica el punto de vista interdisciplinar que aquí se defiende, con el fin de mostrar distintos ángulos implícitos en toda vivencia de ocio. Los primeros epígrafes tratan de la importancia, funciones y distintas concepciones del ocio. A partir de esa reflexión global, se apuesta por un concepto de ocio experiencial, autotélico y complejo, que se hace realidad a través de cinco dimensiones diferentes, aunque no separadas; porque la experiencia de ocio, con sus diversas vertientes, es una vivencia dependiente de la persona e integrada en su manera de entender el mundo.

1. Importancia y actualidad del ocio

En cuestión de pocos años se ha hecho innecesario justificar la importancia del ocio. Las estadísticas sobre el aumento del tiempo libre, con la consiguiente reducción de la jornada laboral, el retraso de los jóvenes en su incorporación al trabajo, el adelanto de la jubilación y el aumento de las expectativas de vida, el mayoritario disfrute de las vacaciones, el incremento del turismo, la incidencia de la televisión o el apoyo institucional al desarrollo de las actividades culturales o deportivas son indicadores que iluminan la afirmación que se realiza al inicio¹⁴. El crecimiento del nivel educativo de la población, las legislaciones laborales y las políticas de los últimos años, junto al acceso masivo a los medios de locomoción y tecnologías de la comunicación, han favorecido el desarrollo de unos estilos de vida en los que el ejercicio del ocio tiene una gran incidencia temporal, personal, económica, política y social.

El ocio ocupa un papel dominante en los nuevos modos de vida que, independientemente de los regímenes políticos o sus mismas economías, ha ido reemplazando, creciente e imperceptiblemente, prácticas que en otros tiempos se pensaron inamovibles o sagradas. Hay quien dice que el ocio ha ocupado el lugar que la religión tuvo en el pasado y, si se analizan los datos referidos al tiempo, parece que ocurre algo así; el aumento del tiempo dedicado al ocio ha venido unido a la disminución general del tiempo dedicado a prácticas religiosas. En 1995 el 25% de los ciudadanos españoles llevaban a cabo prácticas religiosas una o más de una vez a la semana. Ese mismo año (1995), el 39% de estos mismos ciudadanos practicaba uno o varios deportes, su interés por el deporte había crecido al 63% y el tiempo medio diario dedicado a la televisión era superior a las 3,5 horas¹⁵. En uno de los últimos estudios sobre los valo-

¹⁴ FUNDACIÓN FOESSA, «Ocio y Estilos de Vida», en *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Madrid, Fundación FOESSA, 1994, pp. 1881-2071. También las publicaciones periódicas del CIRES o visiones de conjunto como NEGRE, P., *El Ocio y las edades*, Barcelona, Hacer, 1993. También Racionero, L., *Del paro al Ocio*, Barcelona, Anagrama, 1983.

¹⁵ ELZO, J., y otros, *Los valores en la comunidad autónoma del País Vasco y Navarra*, Vitoria-Gasteiz, Secretaría General de Análisis y Comunicación del Gobierno Vasco, 1996, p. 113. R. SÁNCHEZ MARTÍN (ed.), *La actividad física y el de-*

res de la sociedad española¹⁶ se constató que el ocio tiene un gran valor en nuestras vidas, ocupando un cuarto lugar, después de la familia, los amigos y el trabajo, pero claramente distanciado de otros que se consideran menos importantes, como es el caso de la religión o la política. Es evidente que cada vez es mayor el tiempo que los nuevos ciudadanos emplean en llevar a cabo prácticas y experiencias que tienen que ver con el libre ejercicio del ocio y sus consecuencias.

El mundo del ocio se nos ha ido imponiendo de forma deshilada, con diferentes trazos. Su práctica se ha ido haciendo un hueco en la vida familiar y cotidiana; pero el desarrollo sucesivo del ocio ha ido fijando la atención en las partes, en la expresión de sus elementos, sin que, hasta pasados unos años, nos hayamos dado cuenta de que lo que de verdad estaba cambiando era la esencia, el ocio mismo y su significación. Todavía ahora, inmersos en una nueva era, hablar de ocio resulta algo complejo y polivalente. Para unos el problema se reduce a usos de tiempos u ocupación. Para otros viene a ser práctica de actividades no obligadas, deseadas y queridas. Otros, en fin, hablan del ocio desde los parámetros de las cifras y la economía. Los jóvenes entienden que vivir el ocio es un derecho democrático, semejante a otros cada vez más utópicos, como es el derecho al trabajo. Un ciudadano de un país desarrollado no sabría vivir sin televisión, deporte, cultura, viajes, música moderna o vacaciones. El siglo xx ha desarrollado un nuevo tiempo social centrado en el ocio, cuya trascendencia está todavía por descubrir.

Hablar de ocio en la actualidad obliga a destacar la importancia social y económica que ha ido consiguiendo en los últimos años. También la incidencia que su práctica está teniendo en nuestro mundo de valores y en el desarrollo o la destrucción de pueblos y comunidades. Aunque todavía hay quien dice que estos cambios son aún escasos y que el ocio tendrá un auge mayor gracias al teletrabajo, la realidad virtual o las muchas y cambiantes tecnologías que no cesan de entrar en nuestras casas, poniendo a la altura de

porte en un contexto democrático (1976-1996), Pamplona, AEISAD, 1996, pp. 11 y 12.

¹⁶ VILLALAIN, J.L., BASTERRA, A. y VALLE, J.M., *La sociedad española de los 90 y sus nuevos valores*, Madrid, Fundación Santa María, 1992, p. 26.

nuestra mano el encuentro y la comunicación con cualquier persona de cualquier lugar del planeta.

Frente al mundo de evasión, distracción y espectáculo que nos rodea, la persona es cada vez un ser más limitado, más dependiente de la máquina, más espectador de una realidad que no se sabe si fue, será o es, simplemente, irreal. Hablar de ocio hoy es, no en pocas ocasiones, un cuestionamiento directo de cada cual consigo mismo, de cómo ser un poco más libre para hacer lo que queremos y nos gusta hacer. Quisiera hablar de ocio desde lo que significa como experiencia humana, experiencia a la que tenemos derecho y que forma parte de nuestras vidas, aunque no siempre hayamos sido conscientes de ello. La vivencia de ocio es una experiencia que nos ayuda a realizarnos, conocernos, identificarnos, sentirnos mejor, a escaparnos de la rutina y la dura realidad de cada día, a recuperar el equilibrio perdido por las frustraciones y desengaños.

Algunas pautas de aproximación al fenómeno social del ocio

Con el desarrollo de las actuales sociedades tecnológicas, en cualquier parte de la tierra y en todas las culturas, el fenómeno del ocio ha experimentado un crecimiento y una incidencia social sin precedentes en la historia. El ocio de las generaciones pasadas no fue un fenómeno tan significativo como lo es ahora. Se puede decir que el acceso masivo al tiempo libre y su desarrollo como ámbito de ocio se ha ido consiguiendo, progresivamente, con el avance del siglo xx. El ocio tiene importancia económica y social innegable; pero también presenta efectos nocivos: alienación, falta de alternativas, aburrimiento, droga, miedo a no saber qué hacer. Hablar de ocio hoy es, no en pocas ocasiones, un cuestionamiento directo de cada cual consigo mismo, de cómo ser un poco más libre para hacer lo que queremos y nos gusta hacer.

El tratamiento del fenómeno social del ocio puede tener múltiples posibilidades. Se puede hacer una lectura del ocio desde sus variables sociales (edad, clase social, género, país, tiempo, tipo de prácticas, etcétera), hasta una lectura más ideológica, siguiendo la línea crítica de transmisión y reproducción social, entre otras. Las

páginas siguientes plantean diferentes aspectos de la realidad social del ocio que, a través de tres indicadores referenciales, hacen ver su importancia actual: disposición temporal, actividades y consumo.

1. El ocio como disponibilidad de tiempo libre

Coincidiendo con la campaña electoral francesa del 97, Lionel Jospin escribió un artículo periodístico titulado «Un pacto para el empleo»¹⁷, que situó en un primer plano la dialéctica de la reducción del trabajo interrumpida en Francia hacía quince años, un tema que sigue candente y de actualidad en todos los países desarrollados¹⁸. Tras la esta propuesta se esconde la intención de solventar uno de los problemas más graves de la actualidad, el desempleo. De modo que, si experiencias como las de la German Metal Workers Union y Volkswagen tienen el éxito esperado, la nueva redistribución del tiempo laboral puede ser una realidad cercana. Sus consecuencias serán múltiples, pero una de las más importantes tal vez sea la nueva valoración del ocio.

El aumento del tiempo libre ha sido posible en virtud de aspectos diversos. En primer lugar, la disminución de la jornada laboral. De una jornada de 48 horas semanales en 1920, se pasa a otra de 40 horas en 1982 y de ahí a las 35 horas que ahora se demandan. Incluso puede decirse que en muchos trabajos se está perdiendo el mismo concepto de jornada laboral, debido a la imprecisión de fronteras entre tiempo de trabajo y tiempo libre. La flexibilización

¹⁷ En el diario *El Mundo del País Vasco*, 24.V.97, pp. 4 y 5.

¹⁸ Véanse distintos planteamientos actuales de este tema en: *Empleo y tiempo de trabajo: el reto de fin de siglo*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Justicia, Economía, Trabajo y Seguridad Social, 1997.

—J. RIFKIN, *El fin del trabajo*, Barcelona, Paidós, 1996.

—G. AZNAR, *Trabajar menos para trabajar todos*, Ediciones Madrid, HOAC, 1994.

—O. GIARINI y P.M. LIEDTKE, *El dilema del empleo. El futuro del trabajo*, Bilbao, Fundación BBK, 1996.

Es interesante la propuesta que, desde el área de la educación social, hace sobre este problema Peter ALHEIT en «A provocative Proposal. From Labour Society to Learning Society», *Lifelong Learning in Europe* (Helsinki), 2, 1996, pp. 3-5. El autor destaca el nuevo rol de la formación permanente tanto para la actualización como para la formación en ocupaciones sociales sin retribuciones directas.

de horarios y el trabajo a distancia son nuevos elementos que contribuyen a enriquecer estos términos. La disminución de la jornada laboral viene unida al aumento de los días de vacaciones, a largos puentes y extensos fines de semana. Se hacen predicciones de que, en un futuro inmediato, dedicaremos el 40% del tiempo a trabajar, el 12% a descansar y el 58% al ocio¹⁹.

La implantación de las nuevas tecnologías nos está haciendo cambiar hacia unos modos de vida menos centrados en el trabajo y en el mundo laboral, lo que no quiere decir, en absoluto, que sean menos trascendentes o menos humanos. Estamos asistiendo a una metamorfosis de nuestra civilización pero, como afirmaba Joffre Dumazedier en la Universidad de Deusto, se trata de una metamorfosis escondida en la que no siempre se percibe que el ocio tiene un papel y una incidencia crucial²⁰. Para entender este fenómeno hay que profundizar en las raíces de los nuevos comportamientos de ocio. En 1936 se establecen en Francia las «vacaciones pagadas», que, tras la Segunda Guerra Mundial, darán lugar al turismo de masas. La Constitución francesa de 1946 garantiza el derecho al «reposo y el esparcimiento», como posteriormente reconocerá la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (1948) o nuestra propia Constitución²¹.

Desde un punto de vista temporal se dice que 1985 representa el momento de inflexión del trabajo, tanto en Francia como en gran parte de los países desarrollados. A partir de esa fecha se considera que lo laboral pierde relevancia en el conjunto de la vida y viene a ser sustituido por la actividad de ocio²².

El progresivo aumento del llamado «tiempo libre» nos está obligando a replantear las cosas de otro modo. Por un lado el trabajo deja de ser la clave de la existencia en períodos cada vez más largos de la vida; pero, además, el aumento del desempleo ha dejado sin argumento de carácter social, crítico y moral la afirmación

¹⁹ López de Letona, J. A., «¿Hacia una nueva aurora «cultural» del turismo?», *Estudios Turísticos*, 106, 1990, p. 46.

²⁰ DUMAZEDIER, J., «La importancia oculta del crecimiento del tiempo libre en la metamorfosis de la civilización», *Boletín ADOZ*, 15, 1998, pp. 10-20.

²¹ Ver artículos 43.3, 44, 45, 46, 48, 49 y 50.

²² DUMAZEDIER, J., *Révolution culturelle du temps-libre 1968-1988*, París, Méridiens Klincksieck, 1988.

de que si alguien no trabaja es por decisión personal. El crecimiento del tiempo sin ocupación laboral ha de conducirnos a replantear y profundizar en la experiencia de ese tiempo libre que se nos impone con el desarrollo de las tecnologías, como consecuencia de la evolución de la propia sociedad industrial.

El tiempo laboral no es lo único que ha cambiado: también han aumentado las esperanzas de vida y, con ello, las de posibilidades para la práctica de ocio. Según indica la New York Metropolitan Lifes Insurance Company²³, pensando en una vida media de 70 años, dedicaríamos 24 años al sueño, 7,3 años a trabajar y 38,7 años a educación, alimentación, juegos, ocio y varios. El tiempo libre nos asalta por distintos frentes y con problemáticas muy distintas: la juventud consigue su primer empleo cada vez más tarde, las jubilaciones llegan antes, la tecnificación de los hogares nos libera de múltiples ocupaciones rutinarias, etc.

Muchas personas sanas encuentran traumática la jubilación porque no saben qué hacer. Un estudio realizado en nuestra universidad²⁴ demuestra el aumento del consumo de alcohol en los jóvenes vascos durante los fines de semana. En 1981 el porcentaje era del 59% y en 1991 pasó a ser del 64,8%. ¿Cuál es el motivo? Se ha demostrado que la falta de trabajo: la tasa de parados en España en mayo de 1994 era del 17,37%, no es un factor discriminatorio respecto a la realización de las actividades de ocio. No es problema, por tanto, de tiempo, sino de la percepción que se tiene del mismo y de su utilización de una manera más o menos gratificante. Se trata de la manera de entender el ocio y su implicación en una diferente utilización del tiempo. Un ejemplo de este cambio lo encontramos en el tiempo festivo: de las 45 fiestas oficiales a nivel estatal que se celebraban en la España de 1600, se ha pasado a sólo seis. En contrapartida, el tiempo festivo individual, que ahora llamamos vacaciones, se ha intensificado, del mismo modo que se ha ampliado el tiempo festivo de fin de semana.

²³ CASTILLA, A., y Díaz, J.A., «Ocio y Tiempo Libre en la actualidad», en *Ocio, trabajo y nuevas tecnologías*, Madrid, Fundesco, 1988, p. 32.

²⁴ ELZO, J., ALORZA, M.A. y LAESPADA, M.T., *Alcoholismo juvenil. Reflexiones y sugerencias de actuación ante una realidad contrastada*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1994.

La nueva distribución del tiempo ha desarrollado nuevos comportamientos de ocio y ha hecho posible que los sociólogos distingan modelos referidos al tiempo libre cotidiano, diferenciándolo de los fines de semana o del tiempo de vacaciones. En uno de los estudios sobre este aspecto, realizado por el Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social (CIRES)²⁵, se llega a hacer una apreciación que pienso puede ser especialmente útil para los estudiosos del ocio en los últimos años. El estudio llega a precisar, en tanto por ciento, la diferencia entre tiempo libre organizado y no organizado. Los resultados son éstos:

*Organización del tiempo libre*²⁶

Total muestra significativa: 1.200

—Organizado:	30%
—Hago lo que se me ocurre:	68%
—NS / NC:	5%

Es muy probable que pueda existir una correlación entre tiempo libre organizado y vivencia de ocio, pero esta es una de las muchas cuestiones que debemos ir estudiando en los próximos años. Por el momento, el estudio señala que las mujeres organizan mejor su tiempo libre que los hombres y que, dentro de los grupos de población, destacan los mayores de 50 años, los residentes en metrópolis y las personas con una mayor motivación cultural. La disminución del tiempo laboral pone al servicio del hombre moderno la posibilidad de vivir un tiempo existencial propio, porque el tiempo es un constitutivo esencial de la existencia humana.

El aumento del tiempo libre nos plantea la disponibilidad de un nuevo caudal de potencial humano. Más allá del descanso, que puede considerarse una continuación del trabajo, el ocio es una experiencia gratificante en la que vivimos nuestra propia existencia. El ocio, en cuanto ámbito de realización de actividades subjetivamente valiosas, es un espacio idóneo, posiblemente uno de los más idó-

²⁵ CIRES, «La cultura como consumo», *Boletín Cires* (Madrid), abril 1994.

²⁶ *Ibid.*, p. 16.

neos, para el desarrollo y la vivencia de las humanidades en sus múltiples campos. El aumento del tiempo libre nos hace pensar en un estilo de vida en el que nos sintamos mejor física, psicológica e intelectualmente. Un modo de vivir en el que sea posible el desarrollo personal, accesible a través de una mayor dedicación educativa.

Sin embargo, el aumento del tiempo sin obligación laboral no ha supuesto la reivindicación de su uso cualificado. En la mayor parte de los casos sigue siendo un «tiempo blando» que, a diferencia de lo que ha ocurrido con el tiempo de trabajo, no ha profundizado suficientemente en la eficacia ni en la calidad, desde el punto de vista tanto del aprovechamiento personal como del social. En el mundo laboral puede resultar fácil concretar qué se entiende por eficacia, aprovechamiento, utilización o calidad. Pero en el ámbito del ocio «las nociones del buen o mal uso del tiempo aparecen más complejas»²⁷. El aumento del tiempo de no trabajo nos coloca en una situación en la que resulta difícil definir la mayor parte de nuestra vida como mero «pasatiempo». La infravaloración de la experiencia de ocio no está ya justificada por el carácter evasivo y poco serio que se le atribuyó en el momento en el que el trabajo nos explicaba la razón de la mayor parte de las cosas. El ocio es hoy, como sabemos, motivo de realización e identificación, pero también es un modo de ocuparnos, organizarnos y pasar el tiempo. Ello quiere decir que está llamado a llenar el gran vacío existencial ocasionado por la reducción o la ausencia del trabajo.

2. El ocio como práctica de actividades

No es la primera vez que intento entrar en un museo o una exposición y debo esperar turno, sumido en colas interminables. Parece como si todo el mundo conociera el resultado de un estudio británico reciente que asegura que las personas que acuden a museos y conciertos, y que además leen y escuchan música en su casa, tienen mayores posibilidades de vida que las que prefieren dar la espalda a la cultura²⁸. Ya sé que esto de las exposiciones se interpreta como

²⁷ SIVADON, P. y FERNÁNDEZ-ZOÏA, A., *Tiempo de trabajo, tiempo de vivir. Psicopatología de sus ritmos*, Barcelona, Herder, 1987, p. 224.

²⁸ Véase *El Correo*, (Bilbao), 14.I.1997, p. 31.

fenómeno colectivo, resultado del nuevo márketing cultural. También se dice que es una consecuencia más de la democratización de la cultura o, si se quiere, un excelente indicador de que el llamado «consumo cultural» no es sólo una hipótesis, sino una realidad asentada en nuestro entorno.

Estoy de acuerdo con los que consideran que el aumento del número de museos y visitantes son signos que nos indican algo que todos sabemos, que estamos estrenando nuevos estilos de vida y nuevas formas de vivir. En estas recientes formas de existir, la vivencia del ocio tiene una significación más importante de lo que parece a primera vista. Las actividades de ocio tienen la misión de autoafirmar la personalidad tanto individual como social. No es extraño, por tanto, que su práctica sea considerada como exponente de reflexión y punto de referencia para el tratamiento teórico y práctico del ocio actual. Las actividades de ocio dependen de la libre elección personal de cada uno, pero también de las oportunidades para poder realizarlas. Por desgracia, las oportunidades son bien distintas, especialmente cuando se refieren al ámbito cultural y al goce de la llamada alta cultura.

Aunque gran parte de las actividades de ocio se identifican con las prácticas culturales, las estadísticas recogen de igual modo tanto las horas pasadas ante el televisor como en la lectura de libros. Es una manera de compartir humanitariamente la realización cultural a cualquier nivel. En Teoría de Ocio las actividades se clasifican de forma múltiple y variada, según el punto de vista desde el que se quieran analizar. En cualquier caso, la diferenciación es mayor y, aunque se sigue teniendo una visión amplia de la cultura, se establecen claras diferencias entre actividades de carácter práctico, intelectual, físico o social²⁹.

A finales del siglo xx las actividades de ocio por excelencia son, todos lo sabemos, el turismo y la televisión. Fumaroli llegó a decir, no hace mucho, que son actividades íntimamente relaciona-

²⁹ Las clasificaciones propuestas por la bibliografía existente son múltiples y variadas. Ejemplos significativos pueden verse en los diversos libros de Dumazedier, en R. SUE (*Vers une société du temps libre?*, París, P.U.F., 1982, pp. 96-105) y J.R. KELLY (*Leisure, Identities and Interactions*, Londres, George Allen and Unwin, 1983, pp. 17 y ss.).

das. La televisión es el gran turismo desde la quietud del lugar, el turismo es la televisión en movimiento y una proliferación de consumo ocular. En cuanto a importancia global y frecuencia, los estudios que se realizan confirman la importancia de estas dos actividades de ocio. Las cifras que se publican los últimos años señalan que más de un 90% de la población española ve televisión todos o casi todos los días. Si esta cifra se traduce a tiempo de audiencia y se compara con lo que pasa en otros países, se puede ver que, en casi todos los casos, la situación es parecida³⁰.

	EquipamientoTV hogares (%)	Audiencia media en minutos
Gran Bretaña	98	200
Irlanda	94	188
Francia	97	188
Portugal	90	210
Bélgica	97	195
España	97	214
Holanda	91	160
Alemania	91	160
Italia	99	180
Dinamarca	93	131
Grecia	83	188

En los años cincuenta Leo Bogart afirmaba que la televisión no había cambiado el mundo ni el ocio³¹, pero el paso del tiempo ha demostrado que esto no era cierto. Las transformaciones tecnológicas de los últimos años han permitido el disfrute masivo de aparatos de televisión, haciendo posible la internacionalización de los diferentes sistemas de comunicación. Alvin Toffler pronostica³² que

³⁰ Estas cifras son aproximativas porque corresponden a datos de 1991. Véanse informaciones complementarias en los *Boletines* CIREs de febrero y octubre, 1991.

³¹ BOGART, L., *The Ame of Television*, Frederick Nueva York, Frederick Vngar, 1956.

³² TOFFLER, A., *Powershift (El cambio del Poder)*, versión española en Barcelona, Plaza y Janés, 1991

el desarrollo de la televisión por cable y la paulatina implantación de los nuevos medios interactivos en la comunicación de masas propiciarán el replanteamiento de las estructuras del poder.

La expansión televisiva, en una primera fase, tuvo como consecuencia un cambio de hábitos personales y familiares: se constató que disminuyeron las salidas de casa, mientras aumentaba el tiempo frente al aparato receptor y se reducían las prácticas culturales que eran significativas en la clase media: salir al cine o al teatro y leer libros. Se dice que la televisión ha revolucionado nuestra psique colectiva, que deseamos el mundo que vemos en la pequeña pantalla³³. Sin embargo, estudios sobre actitudes y conductas de la audiencia, como el de I. Ang³⁴, demuestran la complejidad de estas afirmaciones y su falta de validez, al menos con carácter general. Basta recordar las variables sociológicas, psicológicas y culturales para entender la pluralidad de las audiencias y su efímero y complicado proceso de significados connotativos.

El hecho de que los índices de audiencia estén encabezados desde hace años por las películas o series nos permite afirmar que la distracción es la primera motivación a la hora de optar por la televisión. Ver películas proporciona distracción y evasión al mismo tiempo. Una manera de evadirse es buscar simulacros de experiencia que subsanen, de algún modo, nuestras frustraciones cotidianas. Sin embargo, la evasión continuada puede provocar un deterioro de la relación con la vida real. Los estudios de Houland indicaron que el paso del tiempo realza en ocasiones los efectos iniciales en un film³⁵. Desde un punto de vista humanista habría que considerar la repercusión del consumo de televisión en el desarrollo personal y, consecuentemente, en el desarrollo humano. Lazarsfeld y Merton, teóricos del tema, señalan que los medios de masas reafirman las normas sociales y legitiman el estatus admitido por la sociedad;

³³ GOODALE, T. y GODBEY, G., *The evolution of Leisure*, State College, PA, Venture Publishing, 1988, p. 206.

³⁴ ANG, I., *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen, 1985.

³⁵ HOULAND, C.I., LUMSDAINE, A.A. y SHEIFFIELD, F.D., «Short Time and Long Time Effects of an Orientation Film», en W. SCHRAMM (ed.), *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, IL, University of Illinois Press, 1960.

pero no parece que, al menos a corto plazo, se pueda conseguir un cambio de actitudes básicas en los consumidores, ni que sus intereses cotidianos se correspondan con sus preferencias a la hora de ver la televisión.

Junto a la televisión, la segunda actividad de ocio por excelencia es el turismo. El turismo también es un fenómeno complejo que admite pocas generalizaciones. Aun así se puede decir que el hecho turístico posibilita la experimentación y vivencia de percepciones visuales que se han podido tener previamente en la televisión³⁶. El turismo de vacaciones se ha convertido además en un símbolo de separación. Separación específica del trabajo y de la vida cotidiana y sus problemas. El viaje de vacaciones es ocasión para que el hombre moderno sienta y ejercite su libertad pero, al mismo tiempo, es una válvula de escape en la que busca el descanso, la compensación de la dura realidad y el encuentro con ese oscuro objeto del deseo que es la felicidad.

Del turismo se dice que es una actividad que está llamada a ser el primer sector productivo del siglo XXI. Sus cifras a nivel mundial son espectaculares: de 25,2 millones de turistas en 1950 se pasó a 285 millones en 1980, es decir, durante este período el número de turistas se multiplica por 11 y el de ingresos por 44. En el caso de España se pasa de 750.000 turistas en 1950 a más de 38 millones en 1980, y los ingresos aumentan desde 17 millones a cerca de siete mil millones de dólares. Según datos de las investigaciones en fronteras, tomados de la encuesta de FRONTUR, realizada por el Instituto de Estudios Turísticos de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, en el año 1998 entraron en España cerca de 71 millones de visitantes, de los se consideraron turistas 47,7 millones. Estos resultados indican un aumento del 9,1% respecto al año anterior, y lo que resulta de mayor interés es que los principales incrementos se produjeron durante los tiempos considerados como temporada baja³⁷.

³⁶ FUMAROLI, *L'État culturel*, París, Éditions de Fallois, 1991, p. 213.

³⁷ YBÁÑEZ BUENO, E., «Respuestas españolas a las diversas fases del fenómeno turístico», *Estudios Turísticos*, 133, 1997, p. 60. También O.M.T., *Compendio de estadísticas del turismo 1991-95*, Madrid, 1997. Los datos de 1998 están tomados del diario *El Correo*, 28.I.99, p. 41, y 31.I.99, p. 43.

El fenómeno turístico no es sólo la experiencia de nuestro país. En los Estados Unidos ocupa a más de 4 millones de personas; los ciudadanos alemanes, según una encuesta de Allensbach, consideran que es el primer destino de sus ahorros. Olvidar que está ocurriendo esto, negarse a reconocer que estas modernas ocupaciones forman parte de nuestro modo de vivir, de nuestra cultura, no tiene ningún sentido. Junto al impacto económico y ambiental, el nuevo reto del turismo es la humanización. Individualmente corremos el riesgo de asumir el rol que Krippendorf llama de «vacaciones felices»³⁸, transformándolas en punto de referencia de las expectativas de todo el año. Socialmente podemos ver en el turista un producto industrial, hecho en serie, un consumidor de superficialidades, a quien sólo interesa aquello que puede captar su cámara de fotos. La humanización del turismo y su desarrollo futuro se inicia a partir de las demandas de personas conscientes de lo que quieren y del alcance real de sus deseos.

Aunque socialmente televisión y turismo sean actividades estrella, las encuestas señalan que los españoles prefieren hacer durante el tiempo libre lo siguiente³⁹:

1. Dedicarse a las personas queridas (22%)
2. Hacer muchas cosas, estar activo, ir de un lado para otro (18%)
3. Estar con gente, charlar y estar con los amigos (14%)

De estos datos resulta significativo el segundo, pues en 1991 el 14% de los españoles pensaba que la mejor actividad de tiempo libre era descansar y recuperar fuerzas, algo que ahora piensa el 9%, frente a un 18% que se inclina por un tiempo de ocio hiperactivo. Curiosamente, la franja de edad entre 50 y 64 años es donde se desarrolla una mayor actividad.

Estar con gente sigue siendo una de las motivaciones más fuertes a la hora de llevar a cabo una actividad de ocio, incluso para los jóvenes. El ambiente y la gente aparecen entre las principales causas que hacen atractivos los espectáculos musicales y, cómo no, el

³⁸ KRIPPENDORF, J., *The Holiday Makers. Understanding the impact of leisure and travel*, Oxford, Heinemann Professional Publishing, 1990, pp. 28 y 29.

³⁹ *Ibid.*, p. 19.

ambiente nocturno de los fines de semana. El informe de la Sociedad General de Autores sobre consumo cultural en España⁴⁰ señala que la mitad de los jóvenes entre 25 y 35 años asisten asiduamente a locales con ambiente musical moderno; mientras que la asistencia a espectáculos tradicionales (ópera, zarzuela, ballet) es cada vez más minoritaria.

Distintos estudios señalan que la participación en las actividades de ocio está relacionada con la edad, el lugar de residencia y, muy especialmente en el caso de las actividades culturales, con la motivación que se refuerza a través de los medios de comunicación escritos y la propia asistencia a los diversos actos culturales.

3. El ocio como consumo

El tercer modo de medir la importancia del ocio viene dado a partir de su nivel de consumo. La relación del ocio con la sociedad de consumo es algo tan cotidiano que no necesita demostración. La vivencia del ocio se asocia a valores hedonistas (placer, bienestar, felicidad, diversión..), constituyendo una de las principales motivaciones del consumo. Tener, comprar y consumir son verbos esenciales para entender el modo en el que se nos quiere vender el ocio. La concepción consumista del ocio ha logrado algo impensable hace tiempo: «ir de compras» es la primera de nuestras aficiones y entretenimientos de ocio⁴¹.

Unas breves referencias relacionadas con este último aspecto pueden ser reveladoras de lo que digo. La nueva concepción del ocio no es sólo cuestión de cultura y de valores abstractos: las familias españolas siguen aumentando sus gastos de ocio, que ya habían pasado de un 11,05% en 1985 a un 13,4% en 1992⁴². Datos recientes consideran que el sector ocio contribuye en un 14,5% al Producto Interior Bruto. Hablando de sectores concretos, todos sa-

⁴⁰ SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES, *Informe sobre los hábitos de consumo cultural en España*, Madrid, SGAE, 2000.

⁴¹ SETIÉN, M.L., «El Ocio en la vida de los españoles», en CESC, *España 1994. Una interpretación de su realidad social*, Madrid, Fundación Encuentro, 1995, p. 468.

⁴² *Ibid.*, p. 442.

bemos que el turismo se ha convertido en una industria clave de la economía española, cuyos ingresos empiezan a contarse en billones de pesetas. Pero, junto al turismo, pensemos en la prensa que leemos el 38% de los españoles, las revistas, que llegan al 54,66% de la población, las cadenas de televisión, que entretienen diariamente al 91%, las múltiples cadenas de radio, que llegan con sus programas al 56% o los más de 8.000 títulos de literatura publicados en 1994.

En otro orden de cosas sólo mencionaré los más de 3 billones de pesetas que se gastaron en loterías y juegos de azar en 1996. Es sobradamente conocido el negocio del mercado cinematográfico, la música moderna, juguetes, corridas de toros, parques de atracciones, fiestas de ciudades y pueblos y, cómo no, las inversiones específicas del mundo del deporte y de los espectáculos deportivos. Más que del ocio en sí mismo se habla de su consumo e incidencia en las prácticas cotidianas. Con ello se viene a afirmar su importancia, tipificación y legitimidad actual; pero se nos aleja de su significación.

No cabe duda de que la inmersión del ocio en la sociedad de consumo, y viceversa, ha planteado realidades sociales desconocidas que inciden en otros temas de creciente interés. El mundo del ocio se mueve actualmente en una difícil balanza de intereses privados y públicos. Por un lado las industrias turísticas, las industrias de la diversión y los espectáculos, junto a los grandes negocios relacionados con el mundo del deporte y las vacaciones; por otro lado el creciente consumo cultural que forma parte de las nuevas demandas sociales y los nuevos servicios en el orden institucional.

Pierre Laine señaló que la verdadera vivencia del ocio, como elemento de mutación social, aparece en las naciones que han logrado un cierto nivel de prosperidad, hasta el punto de que los gastos en ocio de los ciudadanos llegan a igualar e incluso superar a los gastos en bienes primarios. Laine afirma que «cuanto más elevados sean el tiempo libre del hombre y su poder de adquisición, más se desarrollarán las probabilidades de aumentar su cultura, y cuanto más se extiendan las bases de su cultura, más rápido e importante será su enriquecimiento cultural». Pero ocurre también a la inversa, que cuando tiempo libre y consumo son débiles, la bús-

queda de adquisición y producción de bienes primarios «atrofian» el gusto por el ocio y la cultura⁴³.

La transformación del concepto de ocio y su práctica forman parte del proceso cultural. El ocio, entendido como consumo, incluye la estandarización del producto cultural que, en su vertiente artística, siempre estuvo unido a las vivencias de ocio. Pero las vivencias de ocio son, además, un proceso de enculturación que tiene una incidencia directa en el desarrollo de la persona.

En una investigación sobre el ocio en el área metropolitana de Bilbao, realizada hace unos años, se constataba⁴⁴ que el 95% de los ciudadanos no practica nunca o casi nunca aficiones tales como hacer teatro, escribir poesías, cuentos, etc. Sólo el 8,5% asiste con mayor o menor frecuencia a conciertos de cualquier tipo. El 9% gusta de visitar museos y el 8,6% asiste a representaciones teatrales. Respecto a la lectura de libros, el 16,8% lee libros todos o casi todos los días. Estas cifras han aumentado últimamente en algunos casos, como visitar museos o ir al teatro; pero la tendencia general se mantiene. Los datos de 1999⁴⁵ indican que la afición a la lectura disminuye y que la juventud ha dado la espalda a expresiones artísticas tradicionales, optando por las manifestaciones audiovisuales.

El primer comentario que se me ocurre es la desproporción de cifras entre lo que pudiéramos llamar la práctica cultural tradicional y las nuevas prácticas culturales referidas a la cultura de masas. Esta situación lleva a considerar el distanciamiento entre dos tipos de población diferentes: aquél que sigue la actualidad a través de medios e informaciones seleccionadas, depuradas y críticas, frente al que usa los medios de comunicación como elemento de diversión y pasatiempo vacío, que apenas sirve para entretenerse y en nada enriquece su vida interior.

La segunda observación que quisiera señalar se refiere a la separación que existe entre la práctica de actividades relacionados

⁴³ LAINE, P., «Hipótesis prospectivas del tiempo libre», en *Tiempo libre. Los grandes problemas que plantea a nuestra civilización*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1970, p. 69.

⁴⁴ EQUIPO DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN OCIO, *El Ocio en el Área Metropolitana de Bilbao*, Bilbao, Universidad de Deusto-Ayuntamiento de Bilbao, 1992, p. 90.

⁴⁵ SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES, *op. cit.*

con los medios de masas, fundamentalmente pasivas, y los índices de realización artística. En este sentido diré que los datos de 1994 indicaban que un 16% de los ciudadanos españoles han practicado alguna vez pintura/dibujo, el 10% escriben, especialmente poesía, y sólo un 6% tocan algún instrumento musical⁴⁶. Estos datos deberían ser matizados porque, junto a la práctica cultural, está también el deseo de práctica. Muchas de las actividades culturales antes citadas no se realizan sólo por deseo, sino que se requiere una preparación inicial, al menos mínima, para poder disfrutarlas.

En la investigación sobre el área metropolitana de Bilbao que citaba antes, se dedicaba una parte del cuestionario a sondear los intereses de la población adulta respecto a posibles aprendizajes culturales. Sus resultados fueron éstos: el 38% estaba interesado en recibir formación durante su tiempo libre, el 44% quería aprender a entender mejor el teatro, la música y las artes; un 34,7% quería aumentar sus conocimientos culturales y aprender a tocar un instrumento y al 32% le gustaría que le enseñaran a pintar o a realizar distintas artesanías.

La importancia de esta información se refuerza aún más con la creciente respuesta masiva a eventos culturales. Es evidente que algo está ocurriendo en el ámbito de la cultura para que el deseo sea superior a los hechos, para que ciertas experiencias de un marcado carácter culto y tradicional tengan una aceptación tan mayoritaria. Aquí aparece nuevamente el aspecto educativo, pues si la gente que desea más formación cultural tuviese acceso real a ella, es posible que los escasos porcentajes de práctica cambiaran de signo.

Disfrutar de la cultura, autoconocerse o conocer mejor el entorno y las personas que nos rodean, abrirse a nuevas culturas o aumentar el índice de participación en actividades de ocio creativas no es sólo cuestión de consumo. La educación debe ayudar a los ciudadanos de hoy a que el tiempo libre se convierta en auténtico ámbito de humanismo. En un momento en el que la sociedad ha asumido la importancia de la cultura, respaldada por los estados y rubricada por los diversos estamentos de poder, el acceso a la Cultura, con mayúscula, está dejando de ser cosa de «pudientes» (económicamente hablando).

⁴⁶ CIRES, 1994.

El acceso a las múltiples manifestaciones culturales no es hoy tanto un problema económico particular como una falta de preparación, de posibilidad real de acceso. Si las encuestas dicen que nuestros jóvenes y mayores no sienten especial interés por disfrutar la música, el teatro o las artes plásticas, la explicación no hay que buscarla en sus estrecheces económicas, sino en el desconocimiento y en la consiguiente imposibilidad de desear algo que no se percibe en su justa medida.

Como en el epígrafe anterior me he referido al nivel de equipamientos de televisión y vídeo, indicando además datos relativos al turismo, me limito ahora a señalar otros productos relacionados con el consumo del ocio, tales como equipamientos deportivos, la industria del juguete, el mundo de la fotografía, el cine y los espectáculos, los parques de atracciones, el coleccionismo, la música, los juegos de azar o los múltiples *hobbies* muy extendidos. El consumo de estos productos ha pasado a ser negocio y los economistas lo saben desde hace tiempo.

Equipamientos y productos son exponentes de consumo de la llamada industria de la cultura y el ocio, «industrias singulares que operan sistemáticamente en el entorno propio del intercambio de los bienes y servicios, y que, además, generan comportamientos sociales y hábitos que dan lugar a la creación de grupos (autores, productores, editores, público, etc.) interactuando entre sí de una manera específica y pausada»⁴⁷. El estudio de la Fundación Santa María, *Jóvenes españoles 99*, revela que el 75% de los jóvenes entrevistados disponía en su casa de reproductor de vídeo, el 87% de radiotransistor, el 84% de *walkman*, el 82% de cámara de fotos, el 42,6% de ordenador y el 31% de CD-Rom. Las cifras sobre uso de la Red crecen de día en día.

El hecho de consumir un determinado producto va más allá de la posibilidad económica para convertirse en signo de diferenciación de edad, cultura o estilo de vida. Se sabe que el pop-rock y la música disco tienen un interés especial para los menores de 25 años, en contraste con los mayores de 55 años, que gustan del flamenco, la música

⁴⁷ BAUTISTA, E. en la presentación de del libro de GARCÍA GRACIA, M.I. y otros, *La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al P.I.B.*, Madrid, Fundación Autor, 1997, p. 5.

ca española o la música clásica. Estos planteamientos globales conducirían a error si no se nos aclarase de inmediato que, en cualquier grupo de población, las posibilidades pueden ser múltiples. Recientes estudios sobre jóvenes tienden a destacar la relación de sus gustos musicales con estilos de vida peculiares relacionados con ellos. De modo que el consumo de música, uno de los sectores más pujantes en la industria del ocio, se relaciona con maneras de ver la vida y modos de comportamiento promovidos por los cantantes y sus seguidores.

Consumo y cultura no son conceptos contradictorios, pero parece evidente que el aumento del consumo cultural puede traer consigo un cambio de requerimientos, una visión más crítica del ocio y una demanda de nuevas necesidades. Ya se ha señalado que en la investigación sobre el ocio en el área metropolitana de Bilbao se constataba una demanda de formación cultural, por parte de los ciudadanos adultos, de un 38%. Pero investigadores diversos han hecho ver la relación directa que existe entre el «capital escolar» recibido y las prácticas de ocio cultural. Esto quiere decir que la relación adecuada entre ocio y consumo requiere una base cultural suficiente a la que sólo se puede acceder a través de la formación.

2. Percepción y funciones del ocio

Uno de los problemas del ocio radica en su percepción. Todavía existe buena parte de la sociedad que lo identifica con la vagancia, la diversión, el vicio o, en el mejor de los casos, con el tiempo de no trabajo. El ocio puede ser todo eso y lo contrario porque, en cuanto vivencia humana, puede ser una experiencia de desarrollo o destrucción.

La percepción del ocio siempre ha estado influida por la edad, el nivel educativo y otras circunstancias ambientales. Algunos sociólogos coinciden en señalar que la cultura del ocio actual es una cultura segmentada, pluriforme y democrática. Hemos pasado de un ocio considerado signo de distinción y elite social, a su consumo generalizado y democrático. El nuevo ocio es un fenómeno global, en cuanto forma parte de los modos de vida del mundo entero y su práctica se extiende en todas direcciones; pero también en cuanto afecta a la persona de una manera total.

Resumiendo mucho la situación, y entendiendo que toda simplificación ayuda a comprender la realidad aunque sólo indique parte de ella, considero que las distintas percepciones del ocio que conviven entre nosotros pueden agruparse en tres modos diversos: negación, premio y afirmación.

El ocio como negación

La negación del ocio es propia de mentalidades tradicionales que identifican ocio y ociosidad. Autores como Mitchell y Mason estudiaron el punto de vista negativo desde el que contemplaban el ocio muchos tratadistas americanos. Ellos eran los continuadores de una concepción tradicional en Europa, que ha permanecido hasta nuestros días, en la que «El ocio significa ociosidad, suministros gratuitos, diversiones gratuitas, orgías, corrupción»⁴⁸. En realidad éste es el concepto del ocio romano visto unilateralmente, porque en Roma, como en Grecia, convivían distintos modos de entender el ocio. Desde este posicionamiento lo mejor es evitar el ocio, hacerlo útil de algún modo mediante la actividad racionalizada.

La consideración del ocio como problema ha dominado no sólo en la conciencia tradicional, sino también en buena parte de los primeros estudios científicos sobre el tema. Asher Tropp hacía ver esto en 1959, cuando refiriéndose a los investigadores ingleses y americanos señalaba que «la mayoría de los investigadores sociales han tratado el ocio hasta hace relativamente poco desde sus aspectos patológicos —como «problema»— y las encuestas sociales han tendido a concentrarse en las apuestas, la bebida y el consumo de drogas, el juego de azar y la delincuencia sexual. Frecuentemente se han incluido en la patología del ocio los espectáculos deportivos, los bailes de salón, la música popular, el cine, la radio, la televisión, la prensa, las publicaciones periódicas populares. La sociología británica ha tenido siempre una orientación fuertemente refor-

⁴⁸ MITCHELL, E.D. y MASON, S., *The Theory of Play*, Nueva York, 1948, p. 209. Citado por N. ANDERSON en *Sociología del ocio y del trabajo*, Madrid, EDESA, 1975, p. 100.

mista, aunque los sociólogos británicos han sido principalmente de la clase media por su origen e «intelectuales» por su educación. Todos estos factores juntos han obstaculizado la conveniente comprensión de la naturaleza de la cultura popular y la del papel del ocio en la vida de la gente»⁴⁹. Desde esta visión tradicional el ocio ha sido considerado un aspecto residual de la vida, una parte poco significativa, secundaria, un lujo, algo periférico.

El ocio como premio

La percepción del ocio como premio, desarrollada a partir de la expansión de la cultura del trabajo que se genera en la sociedad industrial, nos introduce en dialécticas de interdependencia que, a mi modo de ver, pueden resultar peligrosas. Desde este punto de vista, el adolescente con fracaso escolar es alguien que no trabaja o que no rinde adecuadamente, por lo que a su experiencia negativa con el trabajo debe añadir la prohibición de acceder al ocio y sus compensaciones. De este modo, las carencias laborales se unirán a la disminución de situaciones en las que se podían haber desarrollado otras cualidades y recursos personales relacionados con el ocio. Es, de alguna manera, el caso del adulto que se queda sin trabajo y al que se le niega cualquier otro modo de realización personal ajeno a las obligaciones laborales.

El ocio considerado como premio es algo que defiende parte de nuestra sociedad y que también podemos encontrar entre estudiosos y analistas. Lindeman, entre otros, sostiene la idea de que para tener ocio hay que ganarlo⁵⁰. Este modo de pensar identifica al ocio con mero tiempo libre y está relacionado con la doctrina puritana. Para tener ocio se requiere, según ellos, una cierta preparación psicológica y moral que sólo se consigue cuando el ocio es consecuencia del esfuerzo del trabajo. Aunque la visión del ocio en esta corriente de pensamiento admite también la diversión, su núcleo

⁴⁹ TROPP, A., *The Study of Leisure in Great Britain*, Stresa (Italia), 4.º Congreso Mundial de Sociología, 1959. Véase en ANDERSON N., *op. cit.*, p. 106.

⁵⁰ LINDEMAN, E. C., «Recreation», en GALLOWAY, G.B. (ed.), *Planning for America*, Nueva York, 1941, p. 448.

central está en la consideración del trabajo como único modo de realización vital y justificación de otras experiencias.

El ocio/descanso es consecuencia del cansancio y la fatiga, pero el ocio por excelencia no es consecuencia de otra causa; es, a juicio de Pieper, un regalo, un don. Y es precisamente en eso, en «la resistencia a recibir algo como regalo», donde encuentra Pieper la razón más honda de la falta de ocio del hombre moderno⁵¹. Separándose de los planteamientos propios de esta corriente, el filósofo alemán quiere indicar de este modo que el ocio no debe tener su sentido en el trabajo, sino todo lo contrario, que el trabajo, como la vida misma, cobra su sentido con la vivencia de una auténtica felicidad. De ahí que el ocio maduro sea el don gratuito que se le concede al que se ha preocupado de «cultivar» su persona. Es, si se quiere, una vivencia pática que no tiene relación directa con una causa precedente, pero que se concede a quienes están presentes, es decir, abiertos a la vivencia.

Afirmación del ocio

La afirmación del ocio nos sitúa en un ámbito de concepciones ancladas en la dimensión humana y el desarrollo personal. Desde ellas se produce una identificación del ocio con realización e identidad personal, derecho a la cultura, el deporte y el turismo o ámbito de encuentro y de igualdad. Es un ocio que se reivindica independientemente del trabajo, como espacio vital al que tenemos derecho por el hecho de existir, una experiencia que, encauzada adecuadamente, nos reporta salud, encuentro y desarrollo. Esta vivencia de ocio es, ante todo, una vivencia profundamente humana y gozosamente humanista.

J. Pieper alertó hace tiempo sobre la trascendencia de la ruptura de la armonía vital producida por la oposición del trabajo y el ocio⁵². Trabajo y ocio no son términos opuestos, sino complementarios; la existencia del ocio no se justifica en virtud del trabajo, ni al revés. Necesitamos estar ocupados y sentirnos útiles, pero exis-

⁵¹ PIEPER, J., *El Ocio y la vida intelectual*, Madrid, Rialp, 1974.

⁵² PIEPER, J., *op. cit.*

ten múltiples modos de realizarnos y desarrollarnos como personas. De modo que, en la medida que dichas necesidades se hacen factibles en el trabajo y en el ocio, ambas realidades se unen y se confunden o, por el contrario, se distancian y se separan. La disociación en la vivencia de valores, la duplicidad de conductas y la falta de coherencia en esa realidad continua que es nuestra vida es lo que lleva a Kriekemans a reivindicar el desarrollo de la armonía personal. La armonía personal se fundamenta en la cultura subjetiva, que es «la cultura de nuestras capacidades de conocimiento y de nuestras capacidades motrices, y tiende, por medio de la formación (*Bildung*), a realizar la unidad armoniosa y el cultivo de todas nuestras tendencias, a fin de alcanzar, gracias a la educación moral, un orden digno del hombre». La cultura subjetiva, añadirá después, «consiste en la realización de sí mismo por el gobierno de la propia persona»⁵³.

Desde este punto de vista la vivencia del ocio nunca podrá entenderse como un «apéndice», como acción secundaria o de segunda categoría. La formación armoniosa o el simple ejercicio de la armonía personal hace necesaria la satisfacción del impulso vital y la vivencia de las múltiples experiencias satisfactorias en las que se concreta el ejercicio de la felicidad. Las satisfacciones del ocio son, desde una lectura humanista, la fuente donde se alimenta el ejercicio de la vida seria. Es, como decía Spranger, el «lugar de retiro» en el que se recuperan las fuerzas necesarias. El ejercicio del ocio aporta a la existencia la vivencia de valores relacionados con la alegría, ejerciendo con ello una función primordial en la necesidad de vivir una vida total, con proyección global y armoniosa tanto consigo mismo como con el entorno integral.

En el momento en el que los derechos humanos afirman el derecho al ocio como necesidad y modo de expresión personal, el ocio se separa definitivamente del trabajo, conservando la interdependencia que este último tiene con los planteamientos generales de vida, pero sin buscar en él la fundamentación ni la justificación de su existencia.

Este planteamiento independiza la experiencia de ocio de la laboral, pero mantiene el cuestionamiento sobre la vinculación que

⁵³ KRIEKEMANS, A., «La Educación del empleo de los ocios», en *Pedagogía General*, Barcelona, Herder, 1973, p. 517.

podiera existir entre ocio y trabajo o, si se quiere, entre ocio y ocupación. Sobre esta cuestión existen distintos puntos de vista que se agrupan en dos planteamientos antitéticos. El primero considera que el ocio debe compensar las experiencias laborales, de modo que a un trabajo monótono le debiera seguir un ocio creativo y divertido; mientras que a un trabajo intelectual y sedentario le correspondería un ocio con actividad física. Sin embargo, aunque racionalmente parece lo lógico y en muchos casos pueda ser así, diversos estudios realizados al respecto⁵⁴ demuestran que no es eso precisamente lo que ocurre.

El segundo punto de vista defiende exactamente lo opuesto, la continuidad entre ocio y trabajo. Desde esta postura, el trabajo que realiza cualquier persona influye directamente en su ocio, convirtiéndolo en continuación de aquél⁵⁵. Esta tesis era defendida en 1955 por Paul Meadow⁵⁶, que señalaba que el hombre de la época industrial se ha vuelto pasivo como adaptación al medio mecanizado que le rodea. Según esta teoría, las comodidades de la vida moderna influyen en las personas de manera decisiva, disminuyendo su actividad y espíritu de iniciativa tanto en el trabajo como en el ocio; y de este modo es como se ha ido imponiendo la pasividad.

Aceptada y superada la necesidad de descanso, el ejercicio del ocio cada vez se centra más en la ocupación libre y gustosa. La diversión, en el sentido de escape o de «pasar el tiempo», puede servir en un primer momento, pero no parece suficiente. Muchos ciudadanos encuentran que el trabajo no permite su expresión, ni cubre sus necesidades de desarrollo personal; porque la sociedad moderna produce necesidades y las satisface, pero no responde a significados vitales. Más allá de los instintos y los valores sociales, el sentido de la vida es algo individual que cada cual debe asumir por sí mismo, que cada cual debemos encontrar.

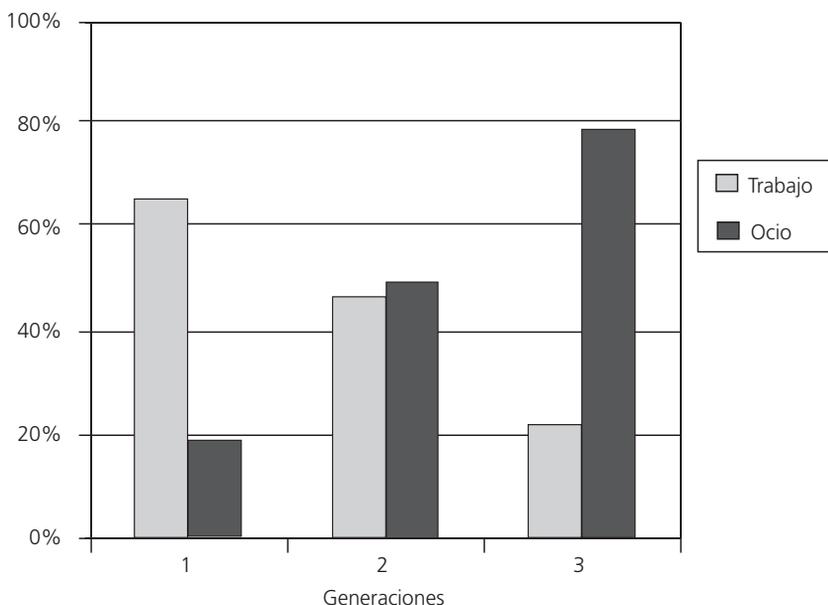
⁵⁴ PARKER, S., *The future of work and leisure*, Nueva York, Preager, 1971. ZUZANET, J. y MANNELL, R., «Work leisure relationship from a sociological and social psychological perspective», *Leisure Studies*, 2, 1983,

⁵⁵ EMERY, F., «Alternative futures in tourism», *International Journal of Tourism Management*, 47, 1981, pp. 241-255. También TOFFLER, A., *The third wave*, Nueva York, Benton, 1981.

⁵⁶ MEADOWS, P., «Dynamic Technology and Psychic Passivity», *American Journal of Economics and Sociology*, 2, 4, 1955, p. 207.

Percepción generacional

Las diferentes percepciones del ocio comentadas antes no son sólo cuestión de teorías o motivo para escribir libros, sino que están presentes en la realidad cotidiana influyendo en nuestra relación con los otros y la manera de valorar, enjuiciar y encaminar las acciones. Antonella delle Fave y Fausto Massimini⁵⁷, estudiando la vivencia de experiencias óptimas, a las que luego me referiré, en un grupo familiar de tres generaciones residentes en una pequeña comunidad del Valle de Gressoney, en el norte de Italia, encontraron que las experiencias satisfactorias generacionales se podrían agrupar del siguiente modo:



⁵⁷ DELLE FAVE, A. y MASSIMINI, F., «La modernización y los contextos cambiantes de flujo en el trabajo y el ocio», en M. e I.S. CSIKSZENTMIHALYI, *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo de la conciencia*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1998, pp. 191-209.

El gráfico, a pesar de su carácter particular y específico de la sociedad tradicional occitana, a la que los autores pretendían estudiar, presenta información objetiva que puede ser motivo de reflexión, si la relacionamos con las concepciones del ocio que antes comentaba. El grupo 1, la generación de los abuelos, encuentra sus mejores motivos de satisfacción y realización personal en el trabajo. En la generación de los padres se puede decir que se ha encontrado un equilibrio entre trabajo y ocio y, finalmente, en la generación de los nietos destaca la primacía del ocio. Su importancia como experiencia vital supera el espacio ocupado por el trabajo en la generación de sus abuelos.

No me parece arriesgado afirmar que la importancia del ocio como experiencia autónoma, independizada del trabajo, que se observa en este estudio, corresponde a nuestra realidad actual. Cada año la confirmo con mis jóvenes alumnos de Pedagogía del Ocio en la Universidad de Deusto, y se puede apreciar también en estudios recientes sobre jóvenes, como ocurre en *La juventud libre*, que el valor del ocio para las generaciones jóvenes se asocia a su valoración del presente, el consumo y el disfrute: «sólo un 31% de los jóvenes» del estudio citado⁵⁸ aparece con un ideal de vida configurado y, consiguientemente, en disposición de aplazar la vivencia de momentos agradables hasta la llegada de un deseado futuro.

Por otro lado el ocio ha pasado a ser un hecho habitual, integrado en nuestros modos de vida; de modo que el deporte, la charla, la lectura de la prensa o el programa de televisión forman parte de nuestras rutinas cotidianas. Otra cosa diferente es el ocio nocturno, donde se lleva a cabo una práctica que rompe con la anterior convirtiéndose en una vivencia de ocio extraordinaria, llena de connotaciones y simbólicamente unida a la transgresión. Pero, de lo señalado hasta aquí, ha podido quedar claro que la importancia y la afirmación autónoma del ocio es una percepción moderna, más arraigada en la juventud, pero de una trascendencia especial a la hora de analizar el fenómeno del ocio y su incidencia en el desarrollo humano.

⁵⁸ RUIZ OLABUÉNAGA, J.I., *La juventud libre. Género y estilos de vida de la juventud urbana española*, Bilbao, Fundación BBV, 1998, p. 35.

La vivencia del ocio es una experiencia humana impregnada en un mundo de valores y significados profundos, de ahí su confluencia con el ejercicio de otras acciones igualmente humanas. Sin embargo, y ésta es una realidad sobre la que nos avisa Kriekemans, el ocio es también un fenómeno anclado en el mundo, en cada sociedad. Refiriéndose más concretamente a la segunda mitad del siglo xx, este autor llama la atención sobre el lujo y el placer. Antes y ahora, lujo y hedonismo siguen siendo dos valores fuerza cuando nos referimos al ejercicio social del ocio. La sociedad de consumo nos está «vendiendo» cada día sus productos de ocio basándose, precisamente, en el derroche, la desmesura, los bajos instintos y el placer. La vida que se refleja en el mundo publicitario o en las modernas series televisivas de distracción es hasta tal punto un recorte de la vida misma que la deja sin sentido, despersonalizándola de su verdadero horizonte humano. Se dice que, entre las nuevas generaciones, el «mundo del ser» está ganando terreno al mundo del «tener» y a la posesión. Lo cierto es que esto será difícil mientras las vivencias de ocio no se abran a ámbitos que siempre han estado unidos al desarrollo del ocio humanista: conocimiento desinteresado, reflexión, contemplación, creatividad y apertura a la trascendencia.

Funciones del ocio

¿Para qué sirve el ocio? ¿Cuáles son las consecuencias de vivir esta experiencia humana? Desde que se iniciaron los Estudios de Ocio, a finales del pasado siglo, se ha escrito mucho sobre ello. La vivencia del ocio se asocia a valores hedonistas (placer, bienestar, felicidad, diversión, etc.) y constituye una de las principales motivaciones del mundo del consumo. Tener, comprar y consumir son verbos esenciales para entender el modo en el que se nos quiere vender el ocio. Al referirme en el primer epígrafe al consumo del ocio recordaba que «ir de compras» es, estadísticamente, la primera de nuestras aficiones y entretenimientos de ocio. Por fortuna, junto al ocio de consumo, existen otros modos de entenderlo en los que se pueden encontrar otras múltiples funciones. Distinguiré dos puntos de vista diferentes:

A partir de los estudios de J. Dumazedier⁵⁹, el ocio ha sido considerado como fenómeno liberador, creador y contestatario. Con la función liberadora se ha querido destacar que el ocio nos libera de la fatiga y del aburrimiento; pero sobre todo que nos libera de la rutina cotidiana introduciéndonos en un mundo más flexible, que nos permite proyectar de modos diferentes todo lo que llevamos dentro. Proyectar y realizar nuestros deseos es tanto como realizarnos a nosotros mismos, aplicar la creatividad a nuestros propios actos y tener la oportunidad de «recrearnos» con ellos nuevamente.

La función creadora del ocio no consiste sólo en desarrollar nuestras cualidades y deseos, es también una función que contribuye a crear un nuevo orden con las personas y con las cosas. De ahí la importante labor organizadora que lleva implícita toda práctica de ocio. La creatividad nos conecta con la vivencia de la dimensión lúdica del ser humano, algo esencial para acceder al mundo de la fantasía y para introducir la alegría en nuestra cotidianidad: «La alegría del espíritu —dirá en un momento Kriekemans— es lo que caracteriza al hombre liberado»⁶⁰. Kriekemans considera que la vivencia de la dimensión lúdica es algo esencial porque «En el juego verdadero nos acercamos al mundo de un modo distinto a como lo hacemos en nuestra vida habitual. En él se atribuye al mundo una significación distinta de su realidad»⁶¹.

Las funciones liberadora y creadora del ocio desembocan en una actitud crítica, el desarrollo de lo personal dificulta la implantación de lo gregario y la manipulación. El ocio, en cuanto experiencia personal consciente, no es ajeno al consumo, pero actúa como revulsivo crítico ante cualquier consumo sin sentido. La reivindicación de la experiencia de ocio considera a la persona como núcleo del proceso y critica la colonización de los sentimientos, los deseos y la propia cultura. La vivencia de ocio está relacionada necesariamente con la falta de obligatoriedad, con la voluntad de querer hacer algo y la satisfacción que experimentamos al realizarlo.

⁵⁹ DUMAZEDIER, J., *Hacia una civilización del ocio*, Barcelona, Estela, 1964.

⁶⁰ KRIEKEMANS, A., *op. cit.*, p. 529.

⁶¹ *Ibid.*, p. 539.

La libertad, cuando hablamos de ocio, no sólo es una libertad condicionada, es además una libertad percibida. La realización del ocio personal, no manipulado, es ejercicio de nuestra libertad, afirmación de una vida sin obligaciones e, incluso, sin opresión del tiempo. En un ambiente así, las personas podemos entregarnos a nuestras aficiones o a los demás de una forma desinteresada.

Joffre Dumazedier, en *Hacia una civilización del ocio*⁶², hizo famosas en los años sesenta tres funciones del ocio, conocidas luego como las tres D de Dumazedier: Descanso, Diversión y Desarrollo personal. Las dos primeras se entendieron con facilidad, porque eran valores que se justificaban desde la sociedad industrial, centralizada en el trabajo. La tercera, desarrollo personal, ha tardado más en entenderse y yo diría que no se ha profundizado seriamente en ella hasta la década del 80. Dumazedier piensa que la función de desarrollo personal del ocio se caracteriza por dos líneas de acción fundamentales. Por un lado, las nuevas perspectivas de integración voluntaria en la vida de los grupos recreativos, culturales y sociales permiten el desarrollo y actualización de actitudes y habilidades. Por otro, las motivaciones de ocio posibilitan que nos introduzcamos en aprendizajes y conocimientos innovadores, creativos y libres, que facilitan el desarrollo completo de nuestra personalidad individual y social.

Unos años más tarde, 1980, Roger Sue⁶³ vuelve al tema de las funciones del ocio y lo plantea de una manera diversa. Sue considera que, independientemente de las diversas concepciones que pudieran tenerse del ocio, existen una serie de funciones que se manifiestan como consecuencia de su experiencia. Organiza todas ellas en tres grandes grupos: psicológicas, sociales y económicas. En el grupo de *funciones psicológicas* incluye las tres D de Dumazedier, comentadas anteriormente, entendiendo que dichas funciones no ofrecen una compensación total frente a la vida de trabajo; pero que, sin embargo, proporcionan compensaciones parciales que son esenciales para el equilibrio psicológico del individuo. Para él descanso y diversión son la evasión a través del ocio, mientras que la función de desarrollo personal es la más «compensadora» en relación con el trabajo y

⁶² DUMAZEDIER, J., *op. cit.*, pp. 28-31.

⁶³ SUE, R., *Le Loisir*, París, Presses Universitaires de France, 1980. Existe una traducción en español publicada en Méjico, Fondo de Cultura Económica, 1992.

sus efectos negativos. Desde su punto de vista, la función de desarrollo se caracteriza por una «búsqueda dinámica de todas las actividades que puedan contribuir al desarrollo físico y mental»⁶⁴.

De las *funciones sociales* del ocio Roger Sue destaca tres consecuencias significativas: sociabilidad, simbolismo y terapia. En la **sociabilidad** se plantea que las condiciones del trabajo moderno, la urbanización intensiva y el nuevo hábitat han generado un empobrecimiento de la comunicación interpersonal y un aislamiento que sólo parece encontrar su contrapunto en las nuevas oportunidades y experiencias de ocio. En la función **simbólica** señala que, aunque con frecuencia el ocio es un signo de pertenencia a una determinada categoría social, lo cierto es que también es símbolo de afirmación personal con respecto a los demás. La uniformidad y mecanicismo en las formas de trabajo ha impulsado la necesidad de distinguirse socialmente en las diversiones, de afirmar la personalidad a través de la elección de las actividades de esparcimiento. Para Sue, las nuevas oportunidades de ocio permiten tanto cierta movilidad social como la posibilidad de emancipación de las divisiones sociales y expresión según los propios deseos y gustos. Con relación a la función **terapéutica** considera que, a pesar de ser obvia, está paradójicamente descuidada. El ocio contribuye a mantener un buen estado de salud física y mental. Físicamente se trata de contrarrestar la vida sedentaria, insana y poco higiénica. Desde un punto de vista mental cobran nuevamente sentido las funciones psicológicas que se han referido antes y, en especial, el descanso y la diversión.

La *función económica del ocio* trata de la incidencia creciente del ocio en la economía y viceversa, así como del gasto personal y familiar que crece cada año en esta área. Pero, además de estas cuestiones, Roger Sue se hace una pregunta, que considero que hay que reseñar aquí. La cuestión es ésta: ¿qué es el ocio: consumo o enajenación? Las diversiones modernas de ocio son inseparables del consumo de objetos y mercancías, de manera que puede ocurrir, y de hecho ocurre así, que el sentido de la acción y el desarrollo personal posible se transforme en algo secundario, pasando a un primer plano el consumo en sí mismo y convirtiendo la experiencia de ocio en enajenación. De ahí que la función económica del ocio

⁶⁴ *Ibid.*, p. 63.

resulte ambivalente: los gastos permiten activar el sistema productivo, pero aquellas prácticas que no impliquen gasto nunca tendrán apoyo del sistema.

Visión norteamericana

Independientemente de estas dos aproximaciones globales, la bibliografía inglesa y, en especial, la investigación norteamericana, dispone de abundantes investigaciones específicas que señalan la función relevante que el ejercicio del ocio está teniendo en nuestras vidas. En Psicología toda esta área de trabajo se conoce con la denominación genérica de «beneficios del ocio». Señalaremos a continuación algunas referencias que permiten dar una visión aproximada de consecuencias posibles que el ejercicio del ocio nos proporciona.

En 1956, Dubin encuentra que para mucha gente sus identidades de ocio y sus satisfacciones han llegado a ser un aspecto central en sus vidas, incluso con mayor importancia que el trabajo. Esto se vuelve a ratificar con Campbell, Converse y Rogers (1976). En 1978, Yankelovich⁶⁵ afirma que la familia y el trabajo pierden importancia, frente al aumento del ocio. Unos años antes, 1970, Glasser había señalado que el ocio es una ocasión para desarrollarse respecto a una identidad deseable, y otras investigaciones⁶⁶, que el ocio desarrolla la capacidad de expresión y el control autónomo, ofreciendo oportunidades de autoaprendizaje, desarrollo, autosatisfacción, etc. Finalmente señalaré que C. Forest McDowell⁶⁷ añade una lista de nuevas ideas y posibilidades relacionadas con las funciones del ocio, tales como las siguientes:

—Permite explorar otras categorías de tolerancia, novedad, complejidad, competencia, estrés, etc.

⁶⁵ YANKELOVICH, D., «The new psychological contracts at work», *Psychology Today*, 11, 12, 1978, p. 46-50.

⁶⁶ MARTIN, A. R., «Leisure and our inner resources», *Parks and Recreation*, marzo 1975, pp. 1a-16a. CSIKSZENTMIHALYI, M., *Beyond boredom and anxiety*, San Francisco, Jossey-Bass, 1975.

⁶⁷ MCDOWELL, C.F., «Leisure: Consciousness, Well-Being and Counseling», *The Counseling Psychologist*, 9.3, 1981, pp. 3-21.

- Proporciona un sentido de intimidad o de socialización diferente.
- Es un reto que mezcla aspectos contradictorios: descansar/relajarse, jugar/entretenerse, socialización/soledad, construcción/distracción...
- Las experiencias de ocio están relacionadas con aspectos positivos en cada uno de nosotros.
- Sirven para desdibujar o perder las fronteras del yo.
- Son una oportunidad para aumentar el conocimiento y la satisfacción ante los demás, uno mismo y el entorno.
- Complementan y compensan otras experiencias de vida especialmente importantes (trabajo, familia, baja autoestima...).

La consideración actual de los beneficios del ocio⁶⁸ tiene un amplio desarrollo desde la profundización psicológica y personalista, aunque es notorio su interés social y económico, como se planteaba anteriormente. En la década actual se ha puesto especial énfasis en su relación con la calidad de vida, aspecto que tiene connotaciones importantes tanto individuales como sociales. En el estudio sobre beneficios del ocio (*Benefits of leisure*), publicado en 1991, E. Cohen⁶⁹ sistematiza buen número de resultados de investigación en el modelo clasificatorio que se señala a continuación:

Nivel	Problemas sociales	Calidad de vida
<i>Individual</i>	Mejora de la salud mental y física. Reducción del estrés. Recreación.	Autoactualización. Experiencias cumbre. Crecimiento personal.
<i>Social</i>	Control de delitos. Cohesión grupal. Integración social.	Innovación social. Creatividad cultural.
<i>Beneficio</i>	<i>Función compensatoria</i>	<i>Significado intrínseco</i>

⁶⁸ CUENCA, M., *Ocio y formación: Hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación del Ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1999.

⁶⁹ DRIVER, B.L., BROWN, P.J., y PETERSON, G.L., *Benefits of leisure*, State College, PA, Venture Publishing, 1991. Véanse p 442 y ss.

Este cuadro, que puede ser leído desde cualquier actividad de ocio, encierra una gran riqueza de posibilidades que hacen que el ocio sea, o pueda ser, un medio de desarrollo individual y social. Un espacio en el que cultivar el cuerpo y el espíritu para llevar a cabo una vida mejor y de mayor calidad. La potenciación del ocio en la sociedad actual debiera ir unida a la potenciación de la libertad personal y social; pero también a una concepción profunda y positiva. De ahí que conceptualizarlo y vivenciarlo de uno u otro modo no sea algo secundario, como a primera vista pudiera parecer; es algo que tiene que ver directamente con el desarrollo de los seres humanos.

3. El Ocio desde una visión humanista

Es evidente que el ocio no debe ser identificado con el tiempo, puesto que el tiempo en sí mismo no define a la acción humana. La identificación que se produjo entre ocio y tiempo libre, a raíz de los estudios —especialmente sociológicos— llevados a cabo entre los años cincuenta y ochenta, dificultó la comprensión del ocio al separarlo de su percepción psicológica. No es suficiente con el tiempo libre para tener una experiencia de ocio, el tiempo es una coordenada vital presente en cualquier acto humano. La importancia del término «tiempo libre» está en la palabra *libre*, que implica un ejercicio humano de identidad, autorreconocimiento y voluntad. Desde planteamientos psicológicos, el ocio ha sido definido como «libertad de elección»⁷⁰.

El ocio tampoco puede ser identificado con la actividad o, más bien, con el resultado de la realización de la misma. Desde este punto de vista la vivencia del ocio se objetiviza, se socializa y se hace cuantitativa. Se afirma, por ejemplo, que ver un partido de fútbol es una actividad de ocio en sí misma; pero ¿qué pasa cuando esto se refiere a personas a las que no les gusta el fútbol? La acción es una referencia que, junto a la percepción de quien la realiza,

⁷⁰ NEULINGER, J., *The psychology of Leisure: Research approaches to the study of leisure*, Springfield, IL, Charles C. Thomas, 1974. ISO-AHOLA, S.E., «Basic Dimensions of Definitions of Leisure», *Journal of Leisure Research*, 1, 11, 1979, pp. 28-39.

puede transformarse o no en vivencia de ocio. Esto explica que los pensadores idealistas considerasen que la esencia del ocio está en el «modo de ser», refiriéndose al modo de sentir personal. Kriekemans define el ocio de este modo: «El ocio es una “recreación”, o sea, un medio para restablecer la voluntad y el valor de vivir»⁷¹. El término «recreación» está usado aquí en un sentido más profundo que el de «diversión, alegría o deleite». Siguiendo la definición de la Real Academia, su significado es «acción y efecto de recrear», entendiendo por recrear la acción de «crear o producir algo nuevo» que, en este caso, es una nueva voluntad de vivir y un redescubrimiento del valor de la vida.

Esta es una aportación que da profundidad al concepto ocio, marcando pautas para una lectura actual y moderna del ocio humanista. Un ocio que «recrea», que da vida, no puede ser una experiencia superficial, sino que ha de estar anclado en la vida interior y en los valores base. A partir de aquí, los recursos y las posibilidades comerciales se convierten en medios y no en un fin en sí mismos. La evasión y la diversión que se proponen desde la sociedad de consumo tienden a identificarse con el egoísmo y el placer personal. La vivencia de un ocio capaz de recrear vida en quien lo experimenta es, por esencia, un ocio compartido, porque las ganas de vivir y la satisfacción que lleva implícita su vivencia implica la apertura al otro y el desarrollo de ámbitos de comunicación que trascienden a los sujetos que la experimentan.

Ocio y valor

Los tratamientos humanistas actuales del ocio se sustentan en la necesidad de realización e identificación personal y grupal. También inciden en sus valores y beneficios⁷², haciéndonos ver su función autorrealizadora y su incidencia en la salud y el bienestar. En cualquier caso, el ocio humanista no es algo que se desarrolla es-

⁷¹ KRIEKEMANS, A., *op. cit.*, p. 525.

⁷² GORBEÑA ETXEBARRIA, S., «Beneficios del Ocio», *Minusval* (Madrid), 103, 1996, pp. 19-20. DRIVER, B.L., BROWN, P.J. y PETERSON, G.L. (eds.), *Benefits of Leisure*, State College, PA, Venture Publishing, 1991.

pontáneamente, es una vivencia basada en la formación. Desde este punto de vista, hablar del ocio en la actualidad es hablar de sentidos de vida, de ocupación gustosa y voluntaria, de derechos de la llamada tercera generación. Es también hablar de salud, economía y desarrollo personal y comunitario.

Como señalaba anteriormente, la manera de entender el ocio no es algo indiferente al modo de vivirlo sino que está entrelazado. La vivencia humanista del ocio es, o debiera serlo, una vivencia integral y relacionada con el sentido de la vida y los valores de cada uno, coherente con todos ellos. Esto ocurre gracias a la formación. La persona formada es capaz de convertir cada experiencia de ocio en una experiencia de encuentro. Cada encuentro es una re-creación que nos proporciona nuevas ganas de vivir. Encontrarse, dice Alfonso López Quintás, no es yuxtaponerse ni chocar, «el encuentro se produce cuando se entreveran dos realidades que superan la condición de meros objetos»⁷³. Cuando oímos una sonata de Chopin o leemos un poema de Machado podemos establecer contacto con realidades que nos trascienden, permitiéndonos recrear en nosotros mismos un arte que vio la luz en otro tiempo. «Para encontrarnos debemos poner en juego todas las actitudes espirituales que hacen posible la fundación de un modo elevado de unidad»⁷⁴. El encuentro hace que la persona se sienta inmersa en un campo propicio para su desarrollo personal, le hace sentir «alegría, entusiasmo, felicidad, libertad interior, amparo, júbilo festivo»⁷⁵. El ocio vivido como experiencia de encuentro es, ante todo, un ocio humanista, propio y específico de la persona, que tiene su máxima expresión en la fiesta. Vista en todo su alcance, la persona «es un ser “ambital”, destinado a desarrollarse mediante la fundación constante de realidades de encuentro»⁷⁶. Las realidades que no son meros objetos, como se decía antes con la sonata o el poema, nos ofrecen posibilidades de actuar de manera creativa. Pero la creatividad es

⁷³ LÓPEZ QUINTÁS, A., *La cultura y el sentido de la vida*, Madrid, PPC, 1993, p. 16.

⁷⁴ *Ibid.*, pp. 16 y 17.

⁷⁵ *Ibid.*, pp. 16 y 17.

⁷⁶ LÓPEZ QUINTÁS, A., *La formación por el arte y la literatura*, Madrid, Rialp, 1993, p. 24.

siempre dual, «supone un sujeto dotado de *potencias* y un entorno capaz de otorgarle diversas *posibilidades*»⁷⁷.

La vivencia del ocio crea ámbitos de relación que pueden ser «re-creativos» o no, pueden ser ámbitos de encuentro o desencuentro. El ocio humanista se diferencia de otras vivencias por su capacidad de sentido y la potencialidad de crear encuentros creativos que originan desarrollo personal. El ocio vivido como encuentro nos entrelaza siempre con la vida de los otros; es, por tanto, una experiencia trascendente que nos abre horizontes de comprensión y conocimiento. El conocimiento no es algo ajeno a la vivencia de ocio; al contrario, a mayor conocimiento más capacidad de comprensión y satisfacción.

La propuesta de «re-creación» de Kriekemans es, ante todo, una experiencia profunda y de reconocimiento de nosotros mismos gracias al encuentro con los otros. Es, al mismo tiempo, una propuesta actual y amplia, en el sentido de que el «restablecimiento de las ganas de vivir» se puede llevar a efecto gracias a cualquiera de los modos de encuentro en los que se realiza hoy la vivencia de ocio: juego, deportes, cultura, turismo, naturaleza, fiesta o acción solidaria.

Algunos rasgos del ocio humanista

Desde esta concepción del ocio, Kriekemans reflexiona sobre una serie de aspectos que, reorganizados desde una visión teórica del ocio, pudieran agruparse en las cuatro notas que siguen:

A) Vivencia lúdica

Partiendo de las ideas de Huizinga, Kriekemans considera que la vivencia de la dimensión lúdica de la persona es algo esencial para su realización: «en el juego verdadero nos acercamos al mundo de un modo distinto a como lo hacemos en nuestra vida habitual. En él se atribuye al mundo una significación distinta de su realidad. Ocurre como si nos pusiéramos de acuerdo con el mundo para darle otra significación, principalmente una significación de

⁷⁷ *Ibid.*, p. 22.

fantasía»⁷⁸. De ahí que los juegos no debieran limitarse a una sola etapa de la vida, sino que deban formar parte de nuestra existencia aportando la parte de fantasía que, si no lo cuidamos, nos irá robando la realidad. Más que del juego en sí mismo, tal como se realiza en la infancia, el autor se refiere a la vivencia de la dimensión lúdica de la vida. Como Huizinga, identifica el juego con *hobbies*, coleccionismo, práctica de actividades recreativas y ocio general en su misión distanciadora de la realidad cotidiana y su aportación al encuentro con «un mundo distinto, en el cual podemos volver a ser nosotros mismos y poder conseguir fuerzas para poder enfrentarnos a las exigencias del mundo cultural contemporáneo»⁷⁹.

Para Kriekemans, la salvación de la persona moderna pasa por la recuperación del niño que hay en cada uno de nosotros. El juego nos devuelve a la naturaleza humana universal, enseñándonos a ser seres humanos y hermanándonos en esa condición: «Gracias a la cultura del juego, debemos volver a la canción, la música, la imagen, el símbolo, la danza y otras actividades de expresión artística»⁸⁰. El mundo laboral nos ha llevado a la identificación con el trabajo hasta tal punto que, en muchos casos, somos sólo profesión. Pero la persona es mucho más y la vida también. La vivencia lúdica y de ocio nos devuelve a un mundo menos complicado, más cercano y significativo para cada cual, nos devuelve la alegría.

Hablando de alegría, Kriekemans se refiere a los trabajos de H. Kunz y A. Vetter⁸¹, que demuestran la dificultad de vivir la alegría en nuestros entornos y con nuestros estilos de vida. La mayor parte de las personas se divierten solas y, asiduamente, el motivo de la diversión procede de estímulos exteriores. Schiller decía que el valor de la vida es mayor en la medida que es más profunda la alegría que se experimenta. De modo que, relacionando unas ideas con otras y tratando de encontrar una síntesis global, podríamos decir que la vivencia lúdica del ocio es una necesidad para nuestra autorrealización y debe formar parte del proceso de personalización

⁷⁸ *Ibid.*, p. 539.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 540.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 529.

⁸¹ KUNZ, H., *Die anthropologische Bedeutung der Phantasie*, Basilea, 1946, 2 vols. VETTER, A., *Die Erlebnisbedeutung der Phantasie*, Stuttgart, 1950.

de cada cual. El motivo central de esta afirmación se basa en que la vivencia de la dimensión lúdica del ser humano es esencial para acceder al mundo de la fantasía y para introducir la alegría en nuestra cotidianidad. «La alegría del espíritu —dirá en un momento Kriekemans— es lo que caracteriza al hombre liberado»⁸²; pero ese es un aspecto que vamos a tratar a continuación.

B) Liberación

Al hablar de las maneras de entender el ocio se ha hecho referencia a la importancia de la libertad. La vivencia de ocio está relacionada necesariamente con la falta de obligatoriedad, con la voluntad de querer hacer algo y la satisfacción que experimentamos al realizarlo. La libertad, cuando hablamos de ocio, no sólo es una libertad condicionada; es, además, una libertad percibida. La experiencia de ocio guarda por ello una relación estrecha con la liberación de la persona. La realización del ocio personal, no manipulado, no es otra cosa que una ejercitación de nuestra libertad, la afirmación de una vida liberada de obligaciones e, incluso, de la opresión del tiempo. En un ambiente así, las personas podemos entregarnos a las cosas o a los demás de una forma desinteresada. Es, en palabras de Kriekemans, la situación ideal para «experimentar el enriquecimiento de la creación, gustar la alegría de la belleza y conocer la realización del amor»⁸³.

La cuestión principal que se deriva de una visión del ocio planteada desde este posicionamiento positivo y liberador es, precisamente, cómo garantizar y preservar la libertad en el ejercicio del ocio y, a su vez, cómo favorecer con el ejercicio del ocio el desarrollo de la libertad. «Sólo el hombre liberado —dirá Kriekemans— puede disponer de su tiempo y hacer uso de los ocios». Los ocios son para él algo más que tiempo libre; para él los ocios están relacionados con la «libertad interior»⁸⁴. De ello se deduce que existe una relación directa entre liberalización personal y práctica de ocio, de modo que, en la medida que una persona se sienta más

⁸² KRIEKEMANS, A., *op. cit.*, p. 529.

⁸³ *Ibid.*, p. 526.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 531.

libre, su capacidad para relacionarse de una manera altruista y lúdica es mayor, produciéndose el hecho de que el ejercicio de este tipo de acciones satisfactorias le proporciona al ser humano la ampliación progresiva de sus cotas de libertad.

C) Autotelismo

Uno de los puntos en los que se puede apreciar un cierto enfrentamiento de posturas al hablar del ocio es el referido a medios y fines. Desde una visión más tradicional, directamente unida a ideologías laboristas, la práctica del ocio es sencillamente un medio para descansar y recuperar fuerzas para la vuelta al trabajo. En todo caso puede ser un premio que se nos concede por nuestro rendimiento laboral. Ya he comentado que los planteamientos actuales del ocio no van en esa dirección, el ocio no se justifica por el trabajo, como tampoco el trabajo se justifica por el ocio. Trabajo y ocio son dos ámbitos vitales de la persona diferenciados, complementarios si se quiere, pero no necesariamente interdependientes. El trabajo es un medio para ganar el sustento, para colaborar en la labor de producción social, para servir a los demás y ser útiles. El ocio, entendido en su sentido más puro, es un fin en sí mismo, busca la realización de algo sin pretender otra cosa a cambio de la acción. Ello hace que, cuando hablamos sobre la experiencia de ocio, entremos directamente en el mundo de los fines, a diferencia del ejercicio laboral, que nos introduce en un lenguaje de producción de medios.

La comunicación directa con el mundo de los fines nos sitúa en las cuestiones existenciales de siempre, el sentido de la vida cotidiana y el fin último del vivir. Esto explica que uno de los indicadores de un ocio maduro sea la apertura a la reflexión y, más concretamente, al mundo contemplativo. La vida religiosa y monacal está cerca de estas cuestiones que nos ocupan. Spranger señalaba que la búsqueda y el encuentro de la felicidad necesita de «lugares de retiro», de espacios en los que hallar la quietud que nos permita encontrar sentido a los actos de nuestra vida. Estos espacios o «ámbitos de encuentro», como diría el profesor López Quintás, tienen mucho que ver con la realización de ocios con los que nos identificamos y en los que hallamos el sosiego. La vida moderna nos está dotando cada vez más de medios; de hecho todos los avances tec-

nológicos no son otra cosa. La sociedad de consumo nos ofrece medios para hacer realidad nuestros ocios; pero sólo nos ofrece medios y no fines, ni sentidos. Una profunda reflexión sobre el ocio humanista y una formación personal adecuada sobre los valores y los fines en los que se sumerge el ocio nos devolverían la razón de todos esos medios que nos rodean y nos harían, a partir de ellos, más libres y colaboradores de una sociedad mejor.

D) Formación

El ideal de la persona autorrealizada, liberada y con claridad de ideas respecto a medios y fines que he venido exponiendo hasta aquí como prototipo del ejercicio de un ocio maduro es, a juicio de Kriekemans, la consecuencia de una formación humanista profunda. Éste es el mejor antídoto para soportar los embates de la propaganda, los impulsos de la moda o los estragos de una vida precipitada e irreflexiva.

Parece innecesario recordar que a cada generación le toca vivir su tiempo y que, consecuentemente, las generaciones actuales nos encontramos en una época en la que la práctica del ocio tiene un papel esencial. De modo que de poco sirve darle la espalda; es mejor que pensemos cómo nos formamos y cómo debieran formarse las nuevas generaciones. Ya en 1941 H. Dimock⁸⁵ adelantaba cuatro grandes criterios que debieran tenerse en cuenta en una educación para el empleo de los ocios. El primero se refería a la continuidad: el ocio forma parte de nuestra vida en un continuo que nos acompaña desde el principio hasta el fin, y de ahí que los intereses y posibilidades que se estimen puedan ser más interesantes en la medida que puedan formar parte de esta continuidad del ocio en relación con la existencia total. El segundo criterio de Dimock hace referencia a la globalidad: el autor destaca que el ocio no es dominio de un solo ámbito o dimensión, es decir, no es sólo juego, cultura, fiesta o encuentro social. De ahí que en la medida que desarrollemos un ocio pluridimensional y rico, unas veces de repercusiones físicas, otras intelectuales y otras estéticas o sociales; en la medida que desarrollemos un tipo de ocio pluridimensional, como decía, estamos op-

⁸⁵ DIMOCK, H., *Rediscovering the Adolescent*, Nueva York, 1941, pp. 56-60.

tando por un ocio más maduro, abierto y humano. El tercer criterio es la diversidad de intereses. Se ha comentado reiteradamente que la vivencia de ocio que no está arraigada en el convencimiento, en el mundo interior y en la individualidad difícilmente puede considerarse ocio en sí mismo. Dimock llama la atención también sobre la educación en los intereses supraindividuales, sobre la necesidad de orientar la acción de ocio hacia horizontes compartidos, que nos alejen del egoísmo. La vivencia de ocio arranca del convencimiento íntimo, pero se refuerza y engrandece con el encuentro y el proyecto compartido con los otros; es lo que decíamos antes al referirnos a medios y fines. Finalmente Dimock propone que la práctica de ocio, es decir, la práctica en sí misma, se oriente hacia la acción positiva y creadora, evitando en lo posible el espectáculo pasivo.

4. Nuevas concepciones del ocio

La reflexión sobre el ocio humanista nos sitúa en las nuevas concepciones de la década del 90. Como punto de referencia, dos declaraciones mundiales realizadas por la WLRA (World Leisure and Recreation Association): la Carta sobre la Educación del Ocio y la Declaración de São Paulo de 1998. En ambos casos el ocio se define como un derecho del ser humano, área específica de la experiencia, ámbito de libertad con una serie de beneficios propios, recurso de desarrollo personal y social, fuente de salud y bienestar.

Esta manera de entender el ocio no ha sido habitual en las bibliografías escritas en castellano. Si el ocio no es el tiempo libre, como tantas veces se ha dicho, ni tampoco una actividad, con la que tan a menudo se le ha identificado, sino más bien un modo de ser y percibir, un derecho o, si se quiere, un ámbito de la experiencia humana, ¿cuál será la manera en la que debemos aproximarnos actualmente a dicha realidad? La Carta sobre la Educación del Ocio recoge la postura del Consejo de la WLRA en la reunión celebrada en 1993⁸⁶. En dicho documento se considera que el ocio es actualmente lo que sigue:

⁸⁶ WORLD LEISURE AND RECREATION ASSOCIATION, «International Charter for Leisure Education», *ELRA (European Leisure and Recreation Association)*, verano 1994, pp. 13-16.

1. El ocio se refiere a un área específica de la experiencia humana, con sus beneficios propios, entre ellos la libertad de elección, creatividad, satisfacción, disfrute y placer, y una mayor felicidad. Comprende formas de expresión o actividad amplias cuyos elementos son frecuentemente tanto de naturaleza física como intelectual, social, artística o espiritual.

2. El ocio es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico y es un aspecto importante de la calidad de vida. El ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios. Los factores políticos, económicos, sociales, culturales y medioambientales pueden aumentar o dificultar el ocio.

3. El ocio fomenta buena salud general y bienestar al ofrecer variadas oportunidades que permiten a individuos y grupos seleccionar actividades y experiencias que se ajustan a sus propias necesidades, intereses y preferencias. Las personas consiguen su máximo potencial de ocio cuando participan en las decisiones que determinan las condiciones de su ocio.

4. El ocio es un derecho humano básico, como la educación, el trabajo y la salud, y nadie debería ser privado de este derecho por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, nivel de salud, discapacidad o condición económica.

5. El desarrollo del ocio se facilita garantizando las condiciones básicas de vida, tales como seguridad, cobijo, comida, ingresos, educación, recursos sostenibles, equidad y justicia social.

6. Las sociedades son complejas y están interrelacionadas, el ocio no puede desligarse de otros objetivos vitales. Para conseguir un estado de bienestar físico, mental y social, un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y lograr aspiraciones, satisfacer necesidades e interactuar de forma positiva con el entorno. Por lo tanto, se entiende el ocio como recurso para aumentar la calidad de vida.

7. Muchas sociedades se caracterizan por un incremento de la insatisfacción, el estrés, el aburrimiento, la falta de actividad física, la falta de creatividad y la alienación en el día a día de las personas. Todas estas características pueden ser aliviadas mediante conductas de ocio.

8. Las sociedades del mundo están experimentando profundas transformaciones económicas y sociales, las cuales producen cambios significativos en la cantidad y pauta de tiempo libre disponibles a lo largo de la vida de los individuos. Estas tenden-

cias tendrán implicaciones directas sobre varias actividades de ocio, las cuales, a su vez, influirán en la demanda y la oferta de bienes y servicios de ocio.

Dicho sintéticamente, el ocio, visto en toda su amplitud y desde un punto de vista general, es un área de experiencia humana desarrollo, una fuente de salud y prevención de enfermedades físicas y psíquicas, un derecho humano que parte de tener cubiertas las condiciones básicas de vida, un signo de calidad de vida y un posible potencial económico. Desde el punto de vista personal, vivir el ocio es ser consciente de la «no obligatoriedad» y de la finalidad no utilitaria de una acción externa o interna, habiendo elegido realizarla en función de la satisfacción íntima que proporciona. Tener ocio es un modo de estar vivo, es, como dice la declaración de WLRA, «una experiencia humana» «básica» y «vital». No es, en absoluto, la ausencia de todo, la huida, el no estar en ninguna parte, es vivencia y consciencia, acción y contemplación.

La Carta de la WLRA sintetiza las principales concepciones del ocio en la actualidad y muestra el camino a recorrer en un próximo futuro. La Asociación pretende informar a los gobiernos, organizaciones no gubernamentales e instituciones educativas sobre la trascendencia educativa, política y social que debiera tener la nueva concepción del ocio. Teóricamente se hace eco de las principales tendencias que se recogen tanto en planteamientos políticos como en líneas de investigación. Nos detendremos seguidamente en tres de sus argumentaciones principales: el ocio como autorrealización, derecho y calidad de vida.

El ocio como autorrealización

En esta concepción se parte de una percepción del ocio como ejercicio de libertad y, consiguientemente, autodesarrollo personal y comunitario. Enlaza con la tradición clásica del ocio, actualizada y defendida por autores como Dumazedier, Pierre Laine o Erich Weber. También se puede relacionar con la defensa de un ocio liberador, en el sentido en que lo defienden Pedró, Racionero o José Luis López Aranguren. Las personas somos los únicos sujetos y

protagonistas de la libertad; pero el ocio es un campo específico en el que la necesidad de expresar esa libertad es posible y conveniente. En las prácticas de ocio ve Eliade el refugio de valores existenciales escondidos por la racionalidad del trabajo u otras formas de eficacia propias de la vida moderna. El ocio, en cuanto fuente de satisfacción, alegría y creatividad del mundo, nunca podrá ser algo impuesto, sino que, al contrario, necesita del ejercicio de la libertad. Esto permite que sea considerado fuente de autorrealización.

Para Mundy y Odum⁸⁷, el verdadero significado del ocio reside en que es algo en lo que uno tiene la oportunidad de ser libre. Libertad que no se identifica con licencia, ni olvida condicionamientos ni responsabilidades, pero que sí indica la posibilidad de tomar opciones, elecciones y decisiones personales. De ahí que distintos autores hayan identificado el núcleo del ocio en la libertad de elección o en algo que forma parte del significado de la vida. Brightbill, un autor de referencia al hablar de la Educación del Ocio en Norteamérica, llegó a formular una sentencia que recoge con acierto esta idea: «Dime lo que eres cuando eres libre de realizar tus deseos y te diré qué clase de persona eres».

Dattilo⁸⁸ entiende que uno de los cometidos fundamentales del ocio está relacionado con la libertad de elección. De ahí que promueva una educación del ocio centrada en facilitar a las personas la capacidad de elegir independiente y significativamente, proporcionándoles habilidades para experimentar la libertad asociada al ocio. Tanto la elección como la posibilidad de hacerlo son dos importantes retos de los servicios de ocio modernos. El tema nos sitúa en el paradigma de la autonomía personal y, como consecuencia, en la reivindicación de un grupo de derechos logrados recientemente en los países desarrollados por los colectivos sociales discapacitados y marginados.

El ejercicio del ocio, entendido como autorrealización, implica una toma de conciencia sobre sí mismo y una identificación del entorno inmediato y de la propia realidad. De modo que, tal como le

⁸⁷ MUNDY, J., y ODUM, L., *Leisure Education Theory and practice*, Nueva York, Wiley, 1979, p. 4.

⁸⁸ DATILLO, J. y MURPHY, W.D., *Leisure Education Program Planning. A Systematic Approach*, State College, PA, Venture Publishing, 1991, p. 9.

gustaba precisar a José Luis López Aranguren, no necesitamos que nadie nos diga cómo divertirnos, pero necesitamos estar formados si queremos llevar a cabo un ocio creativo.

El ocio, en cuanto autorrealización del ser humano, es un proceso dinámico, que crea un ámbito de mejora relacionada con el conocimiento, las habilidades y la toma de conciencia respecto a sí mismo y los otros. Ello hace que se pueda hablar de la promoción de un objetivo ético, en el que la satisfacción que va implícita en el ejercicio del ocio sirva para enriquecer y elevar el sentido de las vidas. Peterson y Gunn⁸⁹ dirán que el mejor modo de experimentar el ocio es propiciar la toma de conciencia de sí mismo con relación al ocio y desarrollar procedimientos que faciliten su enriquecimiento. Desde esta línea de razonamiento, la persona formada en ocio debe sentir que su capacitación para ser feliz depende de ella misma. Esto permite afirmar que el autodesarrollo conduce a la autonomía, en el sentido de persona capaz de tomar decisiones que, en el caso del ocio, sirven para mejorar la experiencia y la vida.

El ocio, en cuanto autorrealización de la persona, es una manifestación de dignidad, no de egoísmo. Su reivindicación es independiente de la del trabajo, y de ahí que no pueda considerarse un premio. Es, como se dirá en el punto que sigue, un derecho personal y social al que deben tener la posibilidad de acceder todos los ciudadanos.

El ocio como derecho

Considerando que el ocio es una de nuestras más preciadas formas de expresión de libertad, distintos autores⁹⁰ consideran que es una experiencia irrenunciable a la que tienen derecho todos los seres humanos, independientemente de su raza, estatus, género, reli-

⁸⁹ PETERSON, C.A. y GUNN, S.L., *Therapeutic recreation program design: Principles and procedures*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1984.

⁹⁰ BREGHA, F.J., «Leisure and freedom re-examined», en Goodale, T.A. y Witt, P.A. (eds.), *Recreation and leisure: Issues in an era of change*, State College, PA, Venture Publishing, 1985, pp. 35-43.

—MURPHY, J.F., *Recreation and leisure Service. A humanistic perspective*, Dubuque, IA, W.C. Brown, 1975.

gión o habilidades. El derecho al ocio supone una defensa del ocio en sí mismo, es decir, del ocio considerado como fin, como experiencia vital diferenciada, no como medio para conseguir otras metas. Este derecho es la premisa fundamental de la educación del ocio.

El derecho al ocio forma parte de la categoría jurídica de los derechos humanos, es decir, del conjunto de atributos innatos, de las «cualidades cuyo origen no ha de buscarse en la ley humana, sino en la propia dignidad del individuo»⁹¹. El derecho al ocio aparece, de forma legal explícita, dentro de la segunda generación de Derechos del Hombre, especialmente a partir de las declaraciones que siguen a la II Guerra Mundial. En un primer momento el ocio aparece como concepto contrapuesto al trabajo: derecho al descanso laboral, vacaciones pagadas, etc. Pero, con la tercera generación de los Derechos Humanos⁹², también llamados Derechos de la Solidaridad, se hablará del derecho al ocio en cuanto elemento primordial de desarrollo social y colectivo.

El derecho al ocio se explicita de manera directa y de forma indirecta, reconociendo el derecho de los ciudadanos a manifestaciones tales como cultura, deporte, turismo, etc. De modo que se puede afirmar que, al menos en el plano de los principios, es un derecho articulado. Otra cosa es la acción cotidiana.

Legalmente, el ocio es un derecho unido a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, llevada a cabo en 1948. A ella se unieron posteriores declaraciones de carácter universal, como el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966; la Declaración del Consejo para la Cultura y la Cooperación, efectuada en junio de 1966 y de especial importancia para el deporte; la Declaración de Manila de 1980, efectuada por la Organización Mundial del Turismo, etc. En nuestro caso concreto, el derecho al ocio está explícitamente reconocido en la Constitución Española de 1978, artículos 40 y 43. También se puede decir que participan de este mismo derecho los artículos referidos al tu-

⁹¹ ÁNGEL, R. de, *Una teoría del Derecho*, Madrid, Cívitas, 1993, p. 17

⁹² VASAK, K., «Le droit international des droits de l'homme», en *Collected courses of the Hague academy of international law*, 140, IV, Leyden, A.W. Sijthoff, 1974, pp. 335-415.

rismo, la cultura, el fomento del deporte y la educación física o el desarrollo comunitario.

El ejercicio del derecho al ocio adquiere un sentido especial cuando se piensa en las personas discapacitadas, colectivo que ha venido reclamando paulatinamente sus derechos ciudadanos, entre los que se ha incorporado en los últimos años su derecho al ocio, en sus diversas manifestaciones. El derecho al ocio como normalización se caracteriza por la aplicación de una serie de principios que, partiendo de las propuestas de Nirje⁹³, pueden sintetizarse en cuatro aspectos:

- a) Un ritmo normal diario, en el que el disfrute del ocio se alterne con otras ocupaciones y responsabilidades.
- b) Un ritmo normal semanal, en el que un ocio más extenso y completo ocupe el fin de semana.
- c) Un ritmo normal del año, que incluya tanto vacaciones como celebraciones festivas u otras prácticas que se van haciendo habituales en el conjunto de la población, tales como el turismo.
- d) Una normalización del ciclo vital, de forma que la práctica del ocio se corresponda con la edad, los gustos y la mayor autonomía posible de cada persona.

Una de las primeras conclusiones que se pueden leer en la investigación llevada a cabo por la Cátedra de Ocio y Minusvalías de la Universidad de Deusto es que el derecho al ocio, referido a las personas con discapacidad, es un «derecho conculcado», es decir, que tanto desde los poderes públicos como desde la propia sociedad es un derecho que no se facilita o se garantiza, con lo que se plantea una situación discriminatoria de hecho.

En el derecho al disfrute del ocio de la persona con discapacidad, el ámbito menos atendido es el de la cultura. Ni la democratización de la cultura ni la democracia cultural han tenido en cuenta como debieran a las personas discapacitadas. En turismo existe normativa específica, aunque no parece que sea suficiente. La Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo aprobó

⁹³ NIRJE, B., «The normalization principle», en FLYNN, R.J. y NITSCH, K.E. (eds.), *Normalization, social integration and community services*, Baltimore, University Park Press, 1980, pp. 36-44.

en su novena reunión, en Buenos Aires, en 1991, el documento «para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90», que se envió como orientación normativa a los distintos estados, y se considera actualmente un punto de referencia imprescindible. En deporte, el camino recorrido a partir del movimiento «Deporte para todos», apoyado por el Consejo de Europa, ha tenido unas consecuencias altamente beneficiosas. El derecho al ocio de las personas discapacitadas debe ser formulado y defendido, del mismo modo que se hace para cualquier ciudadano, como derecho fundamental y principio referido a sí mismo. Actualmente se encuentra en una etapa de reformulación jurídica, en la que se observa la incorporación paulatina de la nueva idea social del concepto. El siguiente paso puede ser reconocer algo que ya empiezan a pedir algunas asociaciones e instituciones internacionales: que el ocio es un derecho básico, como la educación, el trabajo y la salud.

El ocio como calidad de vida

Hablar de ocio y calidad de vida nos remite, en un primer momento, a un imaginario colectivo tradicional en el que ambos conceptos se asociaban al lujo, la abundancia y otras muchas prácticas relacionadas con la suntuosidad y las clases pudientes. La percepción moderna va por un camino bien distinto. *Calidad de vida* tiene que ver en la actualidad con las distintas necesidades humanas y su satisfacción, desde unos parámetros sociales y humanos equitativos y justos⁹⁴. Una sociedad con calidad de vida sería aquella que garantice la satisfacción de las necesidades básicas (alimentación, vivienda, salud, educación, ocio...) sobre una base de igualdad, respeto y no discriminación. Ello significa el reconocimiento de la importancia de la vida cotidiana, de su contexto ambiental y social, así como el reconocimiento y la satisfacción de la comunidad por el hecho de poder satisfacer adecuadamente dichas necesidades.

Si el ocio es, como se ha dicho, una necesidad humana, hacer posible su satisfacción constituye un requisito indispensable de ca-

⁹⁴ SETIÉN, M.L., *Indicadores sociales de calidad de vida*, Madrid, CIS-Siglo XXI, 1993.

lidad de vida. El ocio es signo de calidad de vida de un modo directo, en cuanto satisfacción de la necesidad de ocio, y también de un modo indirecto, en cuanto correctivo equilibrador de otros desajustes y carencias de tipo personal o social. El ocio, en cuanto ocupación gustosa, viene a suplir buena parte de las necesidades que antes se satisfacían con el trabajo, pero que ahora, bien por su escasez, bien por sus características actuales, resultan de una realización hartamente difícil. De modo que, al hablar de ocio y calidad de vida, no sólo hay que tener en cuenta el entorno físico y social, sino, muy especialmente, el significado de las experiencias de cada persona: las emociones, sentimientos, reacciones y valores que van unidos a cada una de nuestras vivencias. El fenómeno del ocio produce hermanamientos que nada tienen que ver con el estatus socioeconómico u otras limitaciones sociales. Muy al contrario, las experiencias de ocio provocan una apertura y una posibilidad de cambio en el que la realización de la calidad de vida encuentra un importante campo de desarrollo.

Varios estudios sobre comportamientos de ocio y preferencias de la población han ponderado la existencia de una relación entre las acciones de ocio y otras variables personales y sociales que contribuyen a mejorar la calidad de vida. La mejora de la calidad de vida es uno de los retos asumidos últimamente en los programas específicos norteamericanos sobre educación del ocio. Para conseguir este objetivo, Dattilo⁹⁵ propone que los profesionales trabajen en el desarrollo de las habilidades y destrezas de ocio que tiene cada persona. Kelly⁹⁶ ha señalado reiteradamente que la mayoría de las personas tiende a seleccionar aquellas actividades de ocio que resultan del equilibrio entre lo social y lo solidario, la actividad y el descanso, la alta intensidad y la baja, la integración con el entorno y el escape del mismo.

Una amplia lista de investigaciones llevadas a cabo a partir de la realizada por Brook y Elliott⁹⁷ confirma la existencia de una es-

⁹⁵ DATTILO, J. y MURPHY, W.D., *Leisure Education Program Planning. A Systematic Approach*, State College, PA, Venture Publishing, 1991, p. 9.

⁹⁶ KELLY, J.R., *Leisure* (2.^a ed.), Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1990.

⁹⁷ LEITNER, M.D. y LEITNER, S.F., *Leisure Enhancement*, Binghamton, Haworth Press, 1989, p. 23.

trecha relación entre participación en ocio, bienestar psicológico y satisfacción vital. Es más, en algunas de ellas (Campbell y otros, 1976, Flanagan, 1978, Yankelovich, 1978) se considera que las conductas de ocio son el más importante determinante, o uno de los más importantes, de la sensación de bienestar. Hay que precisar a este respecto que se refieren a las experiencias de ocio activo y no tanto al ejercicio de un ocio pasivo en el que resulta difícil precisar el alcance de la participación⁹⁸.

Entre los efectos más unánimemente aceptados al tratar el tema de la relación entre calidad de vida y ocio, es necesario destacar los que se refieren a la salud. La importancia actual de las enfermedades cardiovasculares o degenerativas no tiene como única razón el aumento de expectativa de vida. Antes bien, se reconoce que son consecuencia de los efectos negativos del entorno, la urbanización, el crecimiento del nivel de estrés en la vida de la ciudad⁹⁹ y otros hábitos propios de la vida moderna. Visto desde este ángulo, el ocio aparece como medida preventiva necesaria para equilibrar la actividad física o mental perdida y, como consecuencia, para aumentar la calidad de vida.

La función preventiva del ocio tiene también efectos benéficos en la salud y en la calidad de vida comunitaria. Un ejercicio adecuado del ocio reduciría los costes que actualmente se dedican a problemas y enfermedades que pudieran evitarse o, al menos, aminorarse. M.D. Leitner¹⁰⁰, en su libro *Leisure Enhancement*, lleva a cabo una interesante propuesta. Según este autor, el aumento de la inversión en educación del ocio traería como consecuencia una disminución en los gastos que actualmente son provocados por problemas ocasionados por su mal empleo. Ello supondría un gran ahorro económico, además de un importante beneficio social y cultural. Entre los problemas que se podrían aminorar se señalan el abuso del alcohol, el uso de las drogas como «diversión», la dismi-

⁹⁸ ISO-AHOLA, *op. cit.*

⁹⁹ RUSKIN, H., «Health promotion through leisure agencies», en *Papers VII ELRA Congress*, Bilbao, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios de Ocio, 1992, p. 10.

¹⁰⁰ LEITNER, M.D. y LEITNER, S.F., *Leisure Enhancement*, Binghamton, Haworth Press, 1989.

nución del estrés, las ludopatías, la delincuencia juvenil o la conflictividad familiar.

Muchos de estos problemas surgen como consecuencia de una vivencia de ocio inadecuada, caracterizada por la falta de sentido, el aburrimiento o el espectadorismo¹⁰¹. De ahí que algunos autores¹⁰² propongan la necesidad de incluir una reflexión sobre la práctica del ocio en los programas de educación para la salud y, viceversa, que los programas de Educación del Ocio, escolares o comunitarios, hagan ver la relación entre estilos de vida saludables, prevención de enfermedad y ocio.

Pero la relación ocio-salud no se plantea sólo desde un punto de vista preventivo: también tiene una larga tradición en el campo de la terapia. Iniciativas europeas recientes, como la de «Arts in Hospital» (patrocinada por la UNESCO), ponen de manifiesto la necesidad de atender la demanda de determinadas necesidades mentales, espirituales y estéticas para superar momentos de crisis y enfermedad. La propuesta de actividades de ocio creativo, culturales y artísticas, en hospitales y centros de salud, defendida por el citado proyecto, se fundamenta tanto en la salvaguardia de la identidad y la integridad de los pacientes como en el comprobado aumento de la calidad de vida que proporcionan en las propias instituciones sanitarias. La práctica de un ocio creador y activo hace más llevadero el tiempo para los que soportan enfermedades severas, proporcionando elementos para dialogar y compartir problemas en momentos críticos y transformándose de este modo en elementos de desarrollo personal.

5. Direccionalidad y rasgos comunes en la experiencia de ocio

Se ha dicho que el ocio forma parte de los derechos democráticos, estilos de vida y mundo de valores de la nueva ciudadanía, aunque todavía no se experimente desde un horizonte de percepción común. Su evolución actual tiene una vertiente social, ámbito

¹⁰¹ BRIGHTBILL, C.K. y MOBELTY, T.A., *Educating for leisure-centered living*, Nueva York, John Wiley, 1977.

¹⁰² RUSKIN, H., *op. cit.*

en el que se le reconoce una cada vez mayor importancia e incluso un derecho; pero también tiene mucho de cambio individual. El ocio moderno es un atributo de la vida de la persona, un espacio vital que la ayuda a realizarse. En la introducción general se decía que la experiencia de ocio puede vivenciarse como autorrealización, pero también como aburrimiento, vicio y destrucción; aunque en este libro se entiende como experiencia dinámica con direccionalidad positiva o negativa.

Partiendo, por tanto, del reconocimiento de una realidad dual, quisiera precisar que el concepto de ocio humanista está abierto a cualquier perspectiva presente y futura, pero entendido como marco de desarrollo humano y dentro de un compromiso social. De modo que si consideramos que el ocio es un área de experiencia humana que favorece el desarrollo, hemos de pensar que no es arbitrario tener ocio o dejar de tenerlo, que no es igual practicarlo que dejar de hacerlo. De hecho, el ocio, en cuanto acción satisfactoria de nuestra existencia, es algo dinámico: o se practica y obtenemos sus beneficios, o no se practica y, como mínimo, dejamos de gozar de las ventajas que nos proporciona. La dinamicidad del ocio indica la ausencia de estatismo y, consiguientemente, el hecho de que la práctica de un ocio positivo conduce, hipotéticamente, a una situación de mejora de quien lo practica. La dinamicidad del ocio permite, al mismo tiempo, diferenciar una direccionalidad positiva y otra negativa.

Direccionalidad negativa del ocio

La direccionalidad negativa del ocio se manifiesta cuando la realización de esta experiencia se muestra perjudicial, bien para la sociedad en la que dicha acción se realiza, bien para el propio sujeto que la vivencia. En el primer caso podríamos hablar, por ejemplo, de la drogadicción como vivencia de ocio. El drogadicto pudiera sentir que es libre al realizar esa práctica, que es un acto de huida de la realidad consentido y grato; pero tanto las instituciones como una mayoría de ciudadanos pensamos que no es una práctica adecuada de ocio, que es una vivencia negativa que conviene combatir y desterrar. El ocio se presenta aquí como acción dañina,

como ocio nocivo que es necesario corregir, prevenir y, en último caso, rectificar. La educación del ocio tiene en esta área una enorme tarea, tanto de tipo terapéutico como de desarrollo educativo preventivo.

López Quintás denomina a esta vivencia negativa del ocio *vértigo*. El movimiento de vértigo significa una caída en la unidad de fusión que anula toda la posibilidad de establecer un campo de interacción libre y anquilosa la personalidad humana. «El vértigo es una forma de salida de sí»¹⁰³. Es una salida de sí no lúcida, en la que no se tiene conciencia de las limitaciones, y se convierte, sencillamente, en una pérdida de sí. «La sensación de vértigo rigurosamente tal es producida por la caída en lo fascinante, lo que atrae con voluntad de fusión, no de promoción de libertad»¹⁰⁴.

López Quintás considera que hay distintas formas de vértigo, que se corresponden con diferentes modos de inmersión humana en realidades fascinantes. Entre ellos destaca el poder, la embriaguez, la sexualidad estrictamente corpórea, la gula, la velocidad, la lucha, el juego de azar, etc. «Estas formas de vértigo son modificaciones diversas de una misma actitud básica: la entrega a la fascinación que producen en un primer momento los modos de inmediatez fusionales», es decir, la falta de distancia para crear relaciones de encuentro y compromiso. «El hombre entregado a la seducción del vértigo es un ser bloqueado en el primero de los estadios del camino de la vida descritos con intensa plasticidad por Sören Kierkegaard»¹⁰⁵.

La direccionalidad negativa del ocio no se refiere sólo al ocio nocivo: también forma parte de ella el ocio ausente. Entiendo por ocio ausente aquella vivencia negativa en la que el sujeto percibe como un mal el tiempo sin obligaciones; dicho en términos coloquiales sería algo así como la percepción de un tiempo vacío, lleno de aburrimiento. El ocio ausente no es, por tanto, un ocio negativo desde un punto de vista social, es negativo en cuanto percepción personal. El que siente terror ante la llegada de un fin de semana, de unas vacaciones, de la jubilación, es evidente que está teniendo

¹⁰³ LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, 3.ª ed., Madrid, Rialp, 1998, p. 313.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 314.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 31.

una sensación desagradable que seguramente preferiría evitar. Jan-kélavitch escribe que «el aburrimiento se vive principalmente en el presente»¹⁰⁶, es decir, cuando falta esa esperanza de futuro y se ha vaciado el presente de todo valor capaz de proporcionarnos satisfacción y alegría. De modo que el aburrimiento se define a menudo como «enfermedad del tiempo», que parece muy unida a la incapacidad para vivenciar el ocio, y, en ese caso, se hace necesaria la intervención.

López Quintás entiende que el aburrimiento es un «estado de ánimo que se produce por una razón filosófica muy honda, a saber, porque, al no poderse elevar el hombre al nivel lúdico, cocreador-interferencial, donde se alumbró el sentido, queda sometido al fluir monótono de cada una de las múltiples acciones que integran el juego, y esta atención a lo múltiple inarticulado, al estar indefinidamente fraccionada, tiene psicológicamente una duración extremadamente larga»¹⁰⁷. «El aburrimiento responde a la caída en la multiplicidad dispersa provocada por la falta de agilidad espiritual para dar el salto al nivel lúdico.» Es un estancamiento espiritual que produce sensación de sinsentido y está motivado, según López Quintás, por la incapacidad de abandonar el nivel objetivista y acceder al nivel lúdico. El abandono de la risa, la alegría y la ilusión que se produce con el advenimiento del aburrimiento, es un signo de ausencia de ocio; por el contrario, la experiencia de ocio nos introduce en un presente vivo.

Direccionalidad positiva del ocio

La direccionalidad positiva del ocio va unida a la vivencia gratificante del mismo, tanto desde el punto de vista de la persona como desde el de la sociedad. Habitualmente pensamos en el ocio vinculado a una experiencia de este tipo. Considerada desde un punto de vista personal, la direccionalidad positiva del ocio nos conduce a la práctica del ocio en su sentido más estricto; pero, desde un punto de vista social, la observación de dichas prácticas per-

¹⁰⁶ SIVADON, P. y FERNÁNDEZ-ZOÏLA, A., *op. cit.*, p. 231.

¹⁰⁷ *Ibid.*, pp. 69-70.

mite diferenciar entre el ocio autotélico y el ocio útil o interesado. El ocio autotélico es, propiamente, el verdadero ocio, es decir, aquel que se realiza sin una finalidad utilitaria, el ocio desinteresado desde el punto de vista económico, un ocio que se manifiesta en cualquiera de sus dimensiones: lúdica, ambiental-ecológica, creativa, festiva y solidaria, de las que se tratará más adelante.

El ocio útil pudiera tener una realización objetiva similar al ocio autotélico; pero, desde un punto de vista subjetivo y, en muchas ocasiones, también objetivo, se puede considerar como la práctica de ocio en cuanto medio para conseguir otra meta y no como fin en sí mismo. La dimensión más clara de este tipo de ocio sería la *dimensión productiva*, que, a pesar de ser positiva para el desarrollo económico y social, no tiene nada que ver, desde un punto de vista subjetivo, con la vivencia del ocio. La importancia de la dimensión productiva del ocio y, en general, el desarrollo de un ocio útil es lo que ha hecho posible la aparición y actualidad del ocio como nueva área de profesionalización. La consideración del ocio como medio de desarrollo social, cultural o educativo está, de hecho, lejos de ser ocio en sí mismo. Es, por el contrario, trabajo, preocupación y tarea de las personas que asumen dicho cometido.

A medio camino entre el ocio útil y el autotélico están los *hobbies* y las aficiones. Muchas de las diversiones que se practican actualmente reciben el nombre de «entretenimientos», y entre ellos puede encuadrarse el caso de los *hobbies*, término que pudiera traducirse como «chifladuras», «manías», es decir, «enajenación mental». Habitualmente la palabra *hobby* se utiliza para referirse a la afición que tiene alguien por hacer algo no relacionado directamente con su trabajo; de ahí que en muchos casos pueda identificarse con el ocio o la práctica del mismo. De hecho empieza a identificarse hoy con un trabajo caprichoso y no profesional, que puede considerarse la continuación del antiguo trabajo artesanal. La sociedad de consumo lo ha generalizado a través del comercio, el «Hágalo Ud. mismo», hasta el punto de que habría que encuadrarlo, teóricamente, tanto entre las actividades de ocio útil como en diversas dimensiones del ocio autotélico, entre las que estaría la dimensión lúdica.

Antes he señalado que el **ocio autotélico** es el verdadero ocio, en cuanto es una experiencia humana desinteresada, cuyo fin está

en ella misma. El ocio autotélico, como experiencia estructurada y con finalidad intrínseca, es fuente de satisfacción y espontaneidad. La espontaneidad no significa irreflexión, falta de esfuerzo o acción instintiva; se refiere más bien a expresividad, capacidad de expresión directa de las personas que la vivencian, apertura al diálogo inmediato.

Durante el ocio, la persona tiene la oportunidad de vivir más su tiempo psicológico. Al dejarse llevar por su interior, se pueden ejercitar opciones, elecciones y decisiones más libres y mantenerse según la naturaleza y necesidades de cada uno. También se tiene la libertad de elegir formas significativas de la experiencia humana que, en ese momento, sean compatibles con los sentimientos y necesidades interiores. La libertad está tan entrelazada con el ocio que nos facilita la oportunidad de conseguir una mayor calidad de vida.

Pero libertad no significa licencia, que no haya restricciones o que las responsabilidades del individuo consigo mismo, con otros y con la sociedad desaparezcan. Significa la posibilidad de tomar las propias opciones, elecciones y decisiones con todas las implicaciones inherentes a estos procesos. Desde este planteamiento, cada persona puede tener una visión personal del ocio. Iso-Ahola y Neulinger destacan la importancia de la percepción de libertad, sentimiento relacionado con las ocupaciones elegidas. El ocio es una experiencia orientada hacia lo satisfactorio y no hacia lo útil. Parfraseando a Douglas H. Sessoms, se puede afirmar que estamos comenzando a descubrir que el significado del ocio es, realmente, el significado de la vida, el ocio es libertad y libertad es vivir.

Al no perseguir un objetivo externo de tipo práctico y tener una significación en sí mismo, el ocio autotélico es fuente de satisfacción para quien lo experimenta y se constituye en uno de los momentos cualitativamente más relevantes de la acción humana. Sus características fundamentales son: *carácter desinteresado*, lo que supone un desprendimiento y una independencia respecto a los intereses de la vida cotidiana; su *libertad interna*, manifestada por una conciencia de querer hacer lo que se hace asumiendo las reglas que lleva implícitas, y *condición festiva* del ámbito espacio-temporal que funda, es decir, vivencia satisfactoria. El ocio autotélico devuelve a la sociedad tecnificada y estandarizada buena parte del potencial creador que se pierde en la actividad cotidiana.

A medida que las personas y las comunidades van satisfaciendo sus necesidades primarias (habitación, vestido, alimentación...). Las necesidades más elevadas y menos imperiosas se van ampliando gradualmente. Cuando lo innecesario, en el sentido de utilitario, se abre paso cada vez más, el ocio se presenta como una necesidad que abre la existencia humana a un ámbito de creatividad. El ocio autotélico es serio cuando es creador, valioso en sí y relevante para la vida. Al realizarse de modo voluntario y libre también es liberador, capaz de desarrollar la personalidad humana. El ejercicio de libertad suscita un sentimiento de plenitud y gozo, lo que favorece la vivencia de la alegría. El ocio autotélico se aleja del mero «pasa-tiempo» y va más allá del disfrute, el descanso y la evasión, transformándose en motivo de autorrealización, expresión personal y encuentro. Es el ocio capaz de propiciar desarrollo humano, personal y social, pero al mismo tiempo es la idea de un ocio nuevo para el que no hemos sido preparados, de un ocio que no llega espontáneamente, sino a través de la formación.

Las distintas concepciones del ocio que se acaban de esbozar y sus múltiples posibilidades de realización no son sólo planteamientos abstractos y especulativos, sino que tienen una clara repercusión en comportamientos, políticas y estilos de vida. Sin embargo, a la hora de la práctica, resulta usual hacer planteamientos parciales, como si las experiencias deportivas, culturales, recreativas, lúdicas o festivas no tuvieran un tronco y una raíz común en la vivencia de ocio.

Son pocos los estudios empíricos que han tratado de examinar, con metodologías válidas, los determinantes que subyacen en las definiciones de ocio aceptadas por las personas. Algunos autores han medido la variabilidad del tiempo invertido en las diversas actividades de ocio¹⁰⁸, la frecuencia de participación o las preferencias¹⁰⁹. Este tipo de trabajos, siendo interesantes, aportan poca luz sobre los aspectos básicos y universales de toda experiencia de ocio. La bibliografía de la década de los ochenta, especialmente la referida al ámbito angloamericano, distinguía dos modos antagónicos de concebir el ocio.

¹⁰⁸ BULL, C. N., «One measure determining a leisure activity», *Journal of Leisure Research*, 2, 3, 1971, pp. 120-126.

¹⁰⁹ KAPLAN, M., *Leisure in America: a social inquiry*, Nueva York, Wiley, 1960.

Uno, representado por el sociólogo J. Kelly¹¹⁰, partía de las reflexiones filosóficas y sociales de personas tan importantes como Marcuse o Dumazedier. En dicho planteamiento toda definición de ocio está determinada por su relación con el trabajo y por el grado de libertad. De modo que el ocio será más satisfactorio cuanto mayor sea la libertad percibida y menor su relación con el ámbito laboral y de obligaciones cotidianas. El segundo, representado por Neulinger¹¹¹, considera que el ocio parte de tres factores esenciales: la libertad percibida, la motivación y la orientación conductual. Este modelo se enmarca en el ámbito psicológico y, de hecho, ha tenido una gran incidencia en el desarrollo de la psicología del ocio.

S.E. Iso-Ahola¹¹² planteó una investigación empírica que trataba de descubrir si los aspectos básicos que se proponen en los dos modelos formaban parte de la concepción del ocio que tiene cualquier persona. Los resultados obtenidos, a partir de una muestra de estudiantes universitarios, concluían que la concepción del ocio aparece muy unida a la percepción de libertad, a la desvinculación con el trabajo y a la motivación intrínseca. Aún así, siendo generalmente válidos estos resultados, requieren una mayor matización en lo que se refiere a sexos y edades.

La preocupación por encontrar los rasgos comunes a cualquier experiencia de ocio ha sido y continúa siendo un tema de estudio constante. Norbert Elias y Eric Dunning, en «El ocio en el espectro del tiempo libre»¹¹³, consideran que toda experiencia de ocio tiene, al menos, los siete rasgos comunes que se citan a continuación:

1. *El marco de referencia es el propio actor o agente y, aunque en las decisiones sobre las actividades recreativas importan bastante los otros, la consideración hacia el propio yo suele*

¹¹⁰ KELLY, J.R., «Work and leisure: a simplified paradigm», *Journal of Leisure Research*, 1, 4, 1972, pp. 50-62.

¹¹¹ NEULINGER, J., *The Psychology of leisure*, Springfield, IL, Charles C. Thomas, 1974.

¹¹² ISO-AHOLA, S.E., «Basic Dimensions of Definitions of Leisure», *Journal of Leisure Research*, 1, 11, 1979, pp. 28-39.

¹¹³ ELIAS, N. y DUNNING, E. (ed.), *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, Méjico, Fondo de Cultura Económica, 1988, pp. 117-156.

ser mayor que la que se da en el trabajo u otras actividades que no sean de ocio. «En una sociedad enfocada al trabajo, el ocio es la única esfera pública en la que los individuos pueden decidir basados principalmente en su propia satisfacción». «El ocio constituye un reducto para el egocentrismo socialmente permitido en un mundo no recreativo»¹¹⁴.

2. *Interdependencia*. «Es imposible entender las estructuras y funciones de las actividades recreativas si no consideramos éstas como fenómenos sociales por derecho propio, interdependientes con las actividades no recreativas pero, funcionalmente, de valor no inferior, no subordinadas a ellas». La interdependencia es también complementariedad, el no-ocio en cuanto rutinización de la vida, el ocio como desrutinización. Cuando falta el equilibrio entre las actividades recreativas y no recreativas se produce un empobrecimiento de la personalidad y de las emociones que incide en el empobrecimiento humano. La relación entre las actividades recreativas y no recreativas es, según N. Elias y E. Dunning, «un fluctuante equilibrio de tensiones»¹¹⁵.
3. *Son actividades emocionales*. «Todas proporcionan la posibilidad de sentir un placentero despertar de las emociones, una agradable tensión que los seres humanos pueden experimentar en público y compartir con otros seres humanos contando con la aprobación social y sin mala conciencia»¹¹⁶. Pero, al mismo tiempo, son actividades que permiten relajarnos públicamente de la contención rutinaria de las emociones. Elias y Dunning entienden por «rutinas» canales recurrentes de acción que imponen al individuo un grado de regularidad, constancia y control emocional en la conducta, bloqueando otros canales de acción, aun cuando correspondan mejor al estado de ánimo, los sentimientos y las necesidades emocionales del momento. En las actividades de ocio existe siempre un campo de goce personal profundo que favorece que la persona se relaje y desafíe la estricta regla-

¹¹⁴ Idem, pp. 118 y 134.

¹¹⁵ Idem, p. 145.

¹¹⁶ Idem, p. 127.

mentación de la rutinizada vida, sin poner en peligro su subsistencia ni su posición social. En el ocio se concede una importancia mayor a la emoción y a la fantasía que en la vida ordinaria. Los sentimientos que suscitan las actividades de ocio se mueven entre extremos opuestos, tales como temor y júbilo, o sentimientos aparentemente antagónicos, como miedo y placer. Esto es lo que permite alcanzar la experiencia catártica que deja una agradable satisfacción. De este modo es posible entender la función desrutinizadora del ocio, porque las rutinas conllevan un alto grado de seguridad. De ahí que las actividades de ocio, cuando se repiten, tiendan también a rutinizarse perdiendo ese rasgo de inseguridad, riesgo y ansiedad que les son características y necesarias.

Las instituciones y la estructura social del ocio se caracterizan por ofrecer una estimulación (emoción) agradable. Vivencias placenteras siempre con unos límites, ya que las sociedades modernas establecen restricciones externas (leyes, normativas) e internas (de carácter personal, racional, de conciencia). El equilibrio de tensiones entre el control emocional y la estimulación emocional es uno de los aspectos fundamentales de la relación entre actividades recreativas y no recreativas, a juicio de estos autores.

4. *Control de emociones*. Toda emoción tiene un riesgo. «Todas las actividades recreativas conllevan un de-control controlado de las restricciones impuestas a las emociones». «Este de-control de las limitaciones impuestas a las emociones está en sí mismo, social y personalmente, controlado»¹¹⁷. El ocio, en cuanto actividad emocional, implica un riesgo, el riesgo de transformarse en otras emociones negativas.

En el ocio existen también unas determinadas normas que regulan este riesgo y que, en muchas ocasiones, se basan en la suspensión de las normas que actúan en la vida seria o en su crítica. Pero, para N. Elias y Dunning, «las normas que rigen los juegos están predeterminadas por las figuraciones», «se centran en el grupo mismo y no tanto en los individuos, son normas prescriptivas para individuos en grupos li-

¹¹⁷ Idem, pp. 122 y 123.

mitados concretos»¹¹⁸. Son normas que se desarrollan como parte de la estructura de la sociedad. El ocio es uno de los pocos reductos en los que los individuos de las sociedades actuales pueden buscar la excitación emocional, aunque siempre contando con la moderación y el autocontrol. Las actividades de ocio siempre demandan un grado de control de emoción alto porque, esencialmente, no están destinadas a otros sino a uno mismo.

5. *Actividades socialmente pre-constituidas*. N. Elias y E. Dunning opinan que el ocio sería incomprensible si no se entendiera que las actividades de ocio individual son sociales, incluso las que adoptan forma de actividad en solitario. Así, el acto de escuchar un disco o leer un libro son actos de comunicación en los que están otras personas y medios, aunque no están presentes físicamente. «Todos los seres humanos en plena constitución están dirigidos hacia otros seres humanos —hacia la estimulación emocional que sólo otros seres humanos pueden proporcionar... ya sea de hecho o en la imaginación... uno de los elementos más comunes del placer recreativo»¹¹⁹. También por la necesidad de recibir una respuesta emocional estimulante a nuestros mensajes emocionales. Éste es un diálogo que forma parte de un proceso interpersonal, social.
6. *El ocio es un área interdisciplinar*. No es posible entender el ocio dentro del marco de una ciencia humana específica, sea la sociología, la psicología o la biología. Necesita de todas ellas para su comprensión, pertenece a la «tierra de nadie» sin explorar que media entre unas y otras ciencias. Elias y Dunning piensan que la separación de los conocimientos que nos proporcionan las ciencias «ha conducido, inevitablemente, al olvido de grandes conjuntos de problemas, uno de los cuales es el problema del ocio»¹²⁰. Para ellos el estudio del ocio es imposible sin considerar, como mínimo, la interconexión de los niveles sociológico, psicológico y biológico. Éste ha sido uno de los planteamientos básicos del

¹¹⁸ Idem, pp. 129 y 130.

¹¹⁹ Idem, pp. 143- 144.

¹²⁰ Idem, p. 138.

Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto; aunque, en nuestro caso, entendemos que el tratamiento interdisciplinar afecta también a la economía, la educación, la historia y la filosofía, como mínimo.

7. *Las actividades de ocio no demandan ningún compromiso*, al menos obligatoriamente, cosa que se contrapone a los ámbitos familiar y laboral. A diferencia de ellos son acciones transitorias. La ausencia de compromiso, unida a la estimulación emocional, confiere a muchas actividades de ocio problemas específicos, como por ejemplo en el juego.

El carácter complejo y la direccionalidad de la experiencia de ocio hacen que, como cualquier gran tema del mundo moderno, la experiencia de ocio se escape de lo simple, de algo tan sencillo como «hago lo que me dé la gana». Lo que vivimos como ocio está relacionado con nuestros gustos y nuestro modo de ser, pero también con nuestra formación, posibilidades, medios, tradiciones, preconcepciones, mensajes de los medios de comunicación, etc.

Toda esta riqueza de elementos hace que el ocio sea, o deje de ser, un medio de desarrollo individual y social. Un espacio en el que cultivar el cuerpo y el espíritu para llevar a cabo una vida mejor y de mayor calidad. Un medio de integración y un potencial de desarrollo económico y social que no tiene por qué ser dañino con la persona, el medio o la comunidad que lo promueve.

6. Dimensiones de la experiencia de ocio

He señalado antes que el ocio es una experiencia humana relacionada con nuestros valores y significados profundos. Quisiera detenerme ahora en este aspecto, puesto que considero que el ocio vivido como experiencia humana es fuente de desarrollo y prevención de ocios nocivos.

En este sentido conviene recordar que John Dewey distinguía¹²¹ entre la experiencia común y la verdadera experiencia. Afirmaba

¹²¹ DEWEY, J., *El arte como experiencia*, Méjico, Fondo de Cultura Económica, 1949, pp. 34-52.

que la experiencia común se corresponde con cualquier acción consciente de nuestra vida: ver la televisión, reconocer a alguien, desear hacer algo, etc. Cada día está lleno de experiencias así. Dewey separaba estas experiencias cotidianas de otras especialmente intensas, unificadas en torno a una situación, un acontecimiento o un objeto cualquiera. Son las experiencias que siguen un curso procesual, de manera que tienen un cumplimiento que permite conservarlas como recuerdos perdurables. Pone como ejemplos escribir un libro, llevar a cabo una conversación satisfactoria, jugar una partida de ajedrez, etc. Son experiencias que, a diferencia de las primeras, constituyen un todo independiente, caracterizado por la conciencia de la elección y la voluntariedad; de ahí su cualidad individualizadora y autosuficiente. Esto hace que podamos hablar de una singularidad experiencial, en virtud de que su cualidad emocional satisfactoria proporciona una integración interna que culmina gracias a su cumplimiento.

El ocio, entendido como experiencia humana, se separa así del mero pasar el rato, transformándose en una vivencia llena de sentido. La vivencia de ocio es, o debiera serlo, una vivencia integral, relacionada con el sentido de la vida y los valores de cada uno, coherente con todos ellos. Pero esto sólo ocurre gracias a la formación. La experiencia del ocio crea ámbitos de relación que pueden ser «re-creativos» o no, pueden ser ámbitos de encuentro o desencuentro. El ocio, entendido como experiencia autotélica, se diferencia de otras vivencias por su capacidad de sentido y su potencialidad para crear encuentros creativos que originan desarrollo personal. El ocio vivido como encuentro nos entrelaza siempre con la vida de los otros; es, por tanto, una experiencia trascendente que nos abre horizontes de comprensión y conocimiento. El conocimiento no es algo ajeno a la vivencia de ocio: al contrario, a mayor conocimiento más capacidad de comprensión y satisfacción.

La vivencia de ocio gana significación, importancia y calidad en la medida que se separa del mero «pasatiempo» y se incardina en nuestras vidas rompiendo las barreras del tiempo objetivo. En cuanto experiencia, se enriquece al fijar su realidad en un presente procesual, coherente con el pasado y el futuro que le corresponde. El tiempo que precede a la realización de una actividad de ocio no tiene que ser necesariamente «tiempo libre», ni tampoco su tiempo posterior.

La vivencia de una experiencia de ocio se inicia, o puede iniciarse, mucho antes de la realización de la actividad en sí misma. El atractivo del tiempo que ha de venir nos permite vivir la esperanza y nos llena de ilusión. Ilusión y esperanza son, sobre todo, proyecciones temporales hacia el futuro, que habitualmente están presentes en la preparación de nuestras fiestas, vacaciones, diversiones y *hobbies*. Sivadon y Fernández-Zoila, partiendo del análisis del pensamiento de V. Jankélavitch, afirman que la esperanza es «una especie de espera anticipada, basada en lo que se está desarrollando»¹²².

La vivencia de ocio, en cuanto experiencia humana, tampoco completaría su sentido si no incorporase un tiempo posterior a la realización misma de la actividad: es el tiempo para el recuerdo, el sentimiento que permite revivir mentalmente una experiencia pasada satisfactoria y, lo que puede ser aún más importante, el tiempo en que el final feliz de la experiencia se convierte en motivación inicial de un nuevo proceso existencial. De modo que la vivencia de ocio cierra su ciclo en virtud de un dinamismo temporal que permite unir pasado, presente y futuro en una misma realidad. Esto posibilita entender el ocio como una experiencia dinámica y, consiguientemente, creativa. La monotonía, que es fuente de rutina y aburrimiento, es la pérdida del dinamismo temporal aludido.

La experiencia óptima

En esta línea de pensamiento, Mihaly Csikszentmihalyi, de la Universidad de Chicago, estudia desde hace tiempo la incidencia de las experiencias satisfactorias, que él denomina óptimas o experiencias de «flujo», término utilizado por muchas de las personas entrevistadas en sus estudios para describir la vivencia. Para este autor las experiencias óptimas se alcanzan «cuando todos los contenidos de la conciencia se encuentran en armonía entre sí y con las metas que define el *self* de la persona»¹²³. Son las condiciones sub-

¹²² SIVADON, P. y FERNÁNDEZ-ZOILA, A., *Tiempo de trabajo, tiempo de vivir. Psicopatología de sus ritmos*, Barcelona, Herder, 1987, p. 228.

¹²³ CSIKSZENTMIHALYI, M. y CSIKSZENTMIHALYI, I.S., *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo de la conciencia*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1998, p. 38.

jetivas que permiten acceder al placer, la felicidad, la satisfacción y el disfrute.

Cuando se tiene una experiencia óptima, una de las metas centrales del *self* será seguir experimentándola o volver a tener otra parecida, de manera que ésta se convierta en algo que afecta a la acción humana intrínsecamente, como pudiera hacerlo la cultura ambiental o la genética. Es lo que Csikszentmihalyi llama teleonomía del *self*. Partiendo de la importancia de la motivación en la acción humana, el autor hace ver que las experiencias óptimas tienen una relación estrecha con las motivaciones intrínsecas, de manera que las experiencias de ocio, en cuanto experiencias libremente elegidas y satisfactorias, proporcionan una energía y una vigorización interior que, en la medida que son repetidas, tenderán a construir el *self* sobre el modelo de metas emergentes. Las experiencias autotéticas de ocio con una direccionalidad positiva, es decir, beneficiosas para el desarrollo personal y social, abren la conciencia «a la experimentación de nuevas oportunidades del ser»¹²⁴ que se constituyen en metas de perfeccionamiento. En sentido opuesto, la meta que se abre paso será la destrucción.

La experiencia óptima a la que se refiere Mihaly Csikszentmihalyi tiene en común con la experiencia autotética de ocio que puede experimentarse en distintos ámbitos y dimensiones. Para que una experiencia pueda ser óptima, una persona debe percibir qué quiere y debe hacer algo (percepción de desafío) que es capaz de hacer (que tiene habilidades para ello). De manera que la experiencia autotética de ocio debe ser algo dinámico, en virtud del diálogo que se produce entre el desafío de lo que queremos hacer y las habilidades de que disponemos para llevarlo a cabo. Esta dinámica interna es la que mueve al *self* a niveles cada vez más altos y complejos de desarrollo.

Desde este punto de vista, el aburrimiento, que antes habíamos definido como la vivencia puntual sin pasado ni futuro, aparece motivado por la falta de horizontes, de tener algo que hacer; mientras que la pérdida de interés puede tener su causa en que las habilidades sobrepasan, o no pueden llegar, a los desafíos que se nos proponen. La clave de la experiencia de ocio no está, por tanto, en el tipo de

¹²⁴ *Ibid.*, p. 43.

actividad que se lleva a cabo, sino en los «desafíos» que proporciona a la persona y el disfrute que a ésta le supone su realización.

Esto quiere decir que, para Csikszentmihalyi, es la persona, en último término, la que determina si una experiencia es gratificante, óptima o, por el contrario, aburrida. De manera que los resultados de las experiencias óptimas en general y de las experiencias de ocio en particular varían en función de la personalidad que las experimenta. A pesar de este carácter subjetivo, los estudios realizados al respecto determinan que las características más habituales de esas experiencias positivas¹²⁵ son las siguientes:

- Equilibrio entre «desafíos» y habilidades.
- Metas claras.
- Feedback* inmediato.
- Que sean satisfactorias para quien las vivencia.
- Alto nivel de motivación.
- Olvido o distorsión del tiempo.

Las consecuencias de vivir una experiencia óptima de ocio tienen una amplia y rica bibliografía a la que nos hemos referido con el nombre de *beneficios del ocio*. Pero lo que me interesa destacar aquí es la importancia de las experiencias satisfactorias en cuanto reafirmadoras del self, algo de especial importancia en nuestros días. Mihaly Csikszentmihalyi señala que «el disfrute es la piedra angular de la evolución»¹²⁶, lo que nos lleva a afirmar que las experiencias de ocio, en cuanto generadoras de vivencias que tienden a repetirse y mejorar la satisfacción que nos proporcionan, son fuentes de desarrollo humano, bienestar individual y calidad de vida. Su incidencia va más allá de lo personal e individual, extendiéndose también a niveles comunitarios y sociales.

Las dimensiones de ocio autotélico

Se ha dicho anteriormente que el ocio autotélico es el verdadero ocio. En realidad es el único ocio que existe, el único que se hace

¹²⁵ *Ibid.*, p. 46.

¹²⁶ *Ibid.*, p. 47.

realidad en la vivencia de cada uno de nosotros. A todos los demás ocios a los que se ha ido haciendo referencia se les puede denominar de otro modo. El ocio autotélico es el núcleo esencial, la luz que ilumina el quehacer o la ausencia de los otros ocios. Ocio autotélico es, según se ha visto, una experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano que, partiendo de una determinada actitud ante el objeto de la acción, descansa en tres pilares esenciales: percepción de elección libre, autotelismo y sensación gratificante.

El ocio autotélico se diferencia claramente de los otros tipos antes señalados; su realización se lleva a cabo, de algún modo, a través de las cinco dimensiones que se señalan: lúdica, ambiental-ecológica, creativa, festiva y solidaria. La diferenciación de las dimensiones resulta de especial interés y utilidad para aproximarse a un conocimiento más concreto y real del fenómeno del ocio y, consiguientemente, más operativo. Como es bien sabido, en humanidades la disección es siempre un artificio. Un artificio que, en este caso, ayuda a comprender, precisar y analizar.

Ya se ha dicho que el ocio que vivenciamos cada uno de nosotros forma parte de nuestro peculiar estilo personal. Comprende tanto una cierta filosofía como unas necesidades personales específicas, desde la elección de lo que quiero hacer a cómo quiero hacerlo. Pero, aunque el estilo de ocio es la expresión de los intereses individuales, es evidente que una visión profunda del tema trasciende lo personal y nos plantea también su importancia social y comunitaria. Los llamados estilos de vida de ocio no son otra cosa que conjuntos de actitudes, hábitos y conductas que diferencian a distintas comunidades humanas y determinan sus modelos de ocio.

Desde un punto de vista comunitario, el ocio se transforma en experiencia grupal compartida. Su práctica sistemática desarrolla lazos afectivos entre los que comparten maneras de vivirlo, que tienen un reflejo inmediato en la cohesión de la comunidad y en su desarrollo. Los vínculos que se generan en las prácticas de ocio comunitario son de muy diverso tipo, pudiendo variar desde la apertura altruista, con una incidencia beneficiosa para toda la comunidad, hasta la «distinción segregada», es decir, como vivencia grupal cerrada a los otros grupos. Ejemplos de uno u otro tipo son fáciles de encontrar en los contextos más diversos.

El ocio comunitario se define a partir de la propia comunidad que lo experimenta; de ahí que sus raíces estén en la tradición y la cultura desarrollada en el entorno. En su sentido más puro, es expresión de las personas que constituyen un grupo humano concreto. Expresión que, en muchos casos, pudiera arrancar de alguna iniciativa de tipo individual o particular, pero que pronto es refrendada y consensuada por el grupo como manifestación de una colectividad. Esto hace que el ocio comunitario más puro sea aquél que se desarrolla a partir de la libre iniciativa de la comunidad misma; aunque, considerando que la comunidad es esencialmente un organismo vivo y cambiante, también se han de tener en cuenta otros tipos de prácticas de ocio. El ocio de una comunidad se nutre de sus iniciativas y de su tradición, pero también del momento histórico, de la realidad global que la circunda, con sus modas y preferencias; junto a las iniciativas de tipo institucional que, a corto o largo plazo, pueden incidir en los hábitos de ocio de los ciudadanos.

El ocio, en cuanto experiencia comunitaria, es un fenómeno complejo que debiera contribuir a que los grupos humanos vivan más satisfactoria y felizmente. Sus manifestaciones son variadas; pero, visto desde un punto de vista positivo, de desarrollo personal y social, se puede analizar desde las dimensiones del ocio autotélico que comentaba antes. Estas dimensiones se relacionan con distintos modos de vivir el ocio y con diversos ámbitos, ambientes, equipamientos y recursos¹²⁷.

El ocio comunitario entendido como **dimensión lúdica** nos conduce a unas vivencias desenfadadas, de trascendencia limitada, aunque no por ello de menor interés. Se refiere al modo en que una comunidad vive y asume el tema de la diversión y el juego, tanto de niños como de adultos. Responde a cómo se divierten las personas en sus distintas fases de la vida, al lugar y los medios, a las relaciones que se establecen, a la importancia o falta de interés por el mundo lúdico en general. Se corresponde también con el mundo de los *hobbies* y entretenimientos generalizados, el apoyo institucional que reciben y los vínculos que se establecen a partir de ellos.

¹²⁷ CUENCA, M., *Temas de Pedagogía del Ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1995, pp. 56-81.

La **dimensión creativa** del ocio comunitario nos sitúa en una vivencia formativa y cultural. Hace alusión a un disfrute más razonado, ligado a procesos de reflexión. Alude a experiencias culturales de ocio, unidas tradicionalmente al desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folklóricas, etc. Es una dimensión que guarda una relación directa con el capital cultural de las personas y los grupos, siendo expresión de modos de vida y de mentalidades, puntos de vista, estética y, en muchos casos, planteamientos éticos. El desarrollo de la dimensión creativa de las comunidades está muy unido a sus procesos educativos, pero también a sus infraestructuras, recursos y posibilidades de comunicación y apertura.

La **dimensión ambiental-ecológica** del ocio comunitario se relaciona, por una parte, con el entorno físico y urbano de la comunidad y, por otro lado, con la vivencia de ocio unida a la Naturaleza. Desde un punto de vista ambiental-ecológico unas comunidades están más mentalizadas que otras en la importancia de su entorno, el cuidado de su patrimonio o la conservación y transmisión de su historia. La dimensión ambiental-ecológica aporta al observador la información que transmite el ambiente de las plazas, parques y paseos, donde se encuentran importantes claves sociales del significado del ocio comunitario. Esta misma dimensión nos alerta también de la relación que establece una determinada comunidad entre ocio y Naturaleza, su conocimiento, percepción y especial sensibilidad. Se manifiesta en usos y hábitos de fines de semana, en el cuidado del entorno natural y en la conciencia ecológica expresada en los objetivos colectivos que se plantean. La dimensión ambiental-ecológica del ocio expresa la sensibilidad ciudadana ante los impactos de las actividades de ocio y ayuda a planificar un desarrollo sostenible que respete la armonía medioambiental.

La **dimensión festiva** del ocio comunitario plantea la vivencia de un aspecto que define e identifica a las comunidades: sus fiestas. La fiesta, entendida como manifestación extraordinaria de ocio, permite llevar a cabo experiencias que se apartan de lo racional, pero que tienen un enorme poder de cohesión comunitaria. La dimensión festiva del ocio permite visualizar la realidad comunitaria desde una cara opuesta a la vida cotidiana, a la organización racional y a la rutina. La fiesta, en cuanto experiencia eminentemente grupal, permite hablar de ocio compartido y social frente a la vi-

vencia individual en sí misma. No es de extrañar, por tanto, que, conocida su incidencia, sea un tipo de ocio especialmente cuidado por las instituciones públicas de los países democráticos.

Finalmente, **la dimensión solidaria** nos lleva a hablar de un ocio entendido como vivencia social y altruista, de la satisfacción enraizada en el hecho de ayudar desinteresadamente a otros, independientemente de la actividad realizada en sí misma. La vivencia de un ocio solidario es un signo de calidad humana y de sensibilidad. Su desarrollo se corresponde con comunidades abiertas, en las que madura la responsabilidad y el compromiso, cuyo fundamento descansa en la voluntariedad y la libre elección. El ocio, en cuanto vivencia solidaria, representa un potencial de desarrollo de gran trascendencia para una comunidad.

Las dimensiones del ocio que se acaban de presentar son puntos de referencia para el desarrollo personal y comunitario. No son ámbitos ni parcelas excluyentes, sino todo lo contrario, aspectos entremezclados de una misma realidad. Unas y otras ayudan a analizar, comprender y planificar la realidad global y compleja en la que se presenta el ocio. Hay veces que una de ellas está más patente que otras, pero difícilmente encontramos comunidades en las que no aparezcan todas de una forma u otra. El conocimiento y proyección de estas dimensiones del ocio ilumina el diagnóstico y la planificación de un ocio entendido como desarrollo humano.

La experiencia de ocio es una vivencia humana personal, pero cuando se comparte comunitariamente se transforma en un fenómeno social. Con las dimensiones del ocio ocurre algo semejante, aunque, al ser éstas un modo de concretar el ocio, permiten ser interpretadas desde cualquiera de los dos puntos de vista referidos. Esta doble situación facilita que la aproximación global que se acaba de realizar haya considerado la postura comunitaria, mientras los epígrafes que siguen dan una mayor importancia a aspectos individuales y teóricos.

7. Dimensión lúdica del ocio

Desde el punto de vista que se plantea en este libro, la dimensión lúdica del ocio responde a las funciones de descanso y diversión. Descanso interpretado como separación del trabajo y el que-

hacer cotidiano. Diversión entendida como acción que distrae, que evade de los límites de la realidad. Nos divertimos jugando, viendo la televisión, dando un paseo, viajando... La dimensión lúdica es algo necesario para el equilibrio físico y psíquico. Propicia la alternancia y ejercitación de diferentes facultades. Laín Entralgo afirma que el juego es una vía de acceso a la realidad. Cualquier actividad del hombre puede ser juego y, al mismo tiempo, a cualquier realidad puede accederse por vía lúdica¹²⁸.

Una de las funciones menos discutidas del ocio es su función regeneradora, consecuencia del descanso. El cansancio necesita ser compensado con el descanso; de lo contrario, la persona sufre perjuicios, termina teniendo problemas de salud física o mental¹²⁹. El cansancio es un hecho fisiológico objetivamente comprobable, pero la fatiga, con la que tan a menudo se identifica, se relaciona con un estado psicológico sentido subjetivamente. Se distinguen distintos tipos de cansancio, además del cansancio provocado por la monotonía, que conduce a la indiferencia, y el cansancio por saturación, que lleva al fastidio. En cualquier caso el descanso se entiende como la vuelta a un nuevo estado de no cansado, una regeneración en la que las energías físicas o psíquicas vuelven a su estado anterior. Weber hacía ver la diferencia de los dos tipos básicos de descanso: pasivo y activo. Ambos ayudan a delimitar el papel del ocio y revalorizan su dimensión lúdica¹³⁰.

El descanso pasivo es sinónimo de inactividad, tiene lugar cuando no hacemos absolutamente nada o estamos acostados. Es un descanso necesario desde un punto de vista fisiológico. El otro tipo de descanso es el descanso activo, es decir, el que se produce como consecuencia de un cambio de ocupación. Así como el descanso pasivo hace referencia especialmente al cansancio físico, el descanso activo se dirige, sobre todo, a eliminar la fatigabilidad

¹²⁸ Laín Entralgo, P., *Creer, esperar, amar*, Barcelona, Círculo de Lectores-Galaxia Gutemberg, 1993, pp. 31-31.

¹²⁹ Bornemann, E., *Psychologie der Ermüdung*, en *Psychologie und Praxis*, Munich, 1956, pp. 46 y ss. Ruttenfranz, J. y Graf, O., *Gesundheit und Leistungsfähigkeit im Kinder und Jugendalter*, Stuttgart, 1960, p. 126. Son muy interesantes los comentarios de Weber, «Descanso y relajación», en *El problema del tiempo libre*, Madrid, Editora Nacional, 1969, pp. 293-302.

¹³⁰ WEBER, E., *op. cit.*, pp. 299-302.

mental. En estos casos, no hacer nada se transforma ahora en una necesidad de actividad compensatoria, en la huida de lo cotidiano, en la diversión. La dimensión lúdica del ocio hace referencia a la función regeneradora del ocio desde el punto de vista del descanso activo y la necesidad de la actividad compensatoria. La diversión, también entendida como entretenimiento, es su principal punto de referencia.

Escribe Dumazedier que «el ocio es reparador de los deterioros físicos y nerviosos provocados por las tensiones consecutivas en el ejercicio de obligaciones y particularmente del trabajo»¹³¹, mientras que la diversión nos libera del cansancio mental, de la monotonía y del aburrimiento. La diversión representa la huida del universo cotidiano, la evasión compensatoria que permite restablecer el equilibrio. De ahí que el ocio, en cuanto diversión, en cuanto evasión lúdica de la realidad cotidiana, tenga una función necesaria y positiva en la vida de la persona.

Para José Luis Aranguren, ocio y diversión poseen un sentido diferente y, en cierto modo, opuesto. «Ha habido una *vida como ocio*. Hay una *vida como trabajo*, con su reverso, la diversión»¹³². El filósofo comparte con Aristóteles la idea de que el juego y el entretenimiento no tienen un sentido más allá del descanso de las ocupaciones. «La ocupación o quehacer del hombre libre antiguo o medieval no era trabajosa —no consistía en un atroz tormento— sino gozosa (...) En el hombre ocioso de la ciudad antigua quehacer y goce se daban siempre juntos. En el hombre de la ciudad moderna el quehacer se hace *trabajo* y el goce, *diversión* (...) El hombre ahora comienza a ir del trabajo a la diversión para volver de la diversión al trabajo, sin pasar nunca por la fiesta y el ocio»¹³³. Aranguren defiende el papel del juego y destaca la revalorización de lo lúdico que se lleva a cabo a través de la obra de Huizinga, pero niega la identificación entre ocio y juego o, lo que es lo mismo, el

¹³¹ DUMAZEDIER, J., «Significación del Ocio en una sociedad industrial y democrática», en JUIF, P. y Legrand, L., *Grandes orientaciones de la Pedagogía contemporánea*, Madrid, Narcea, 1980, p. 357.

¹³² Aranguren, J. L., *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, Madrid, Tecnos, 1992, p. 43.

¹³³ *Ibid.*, pp. 29-30.

ocio considerado como desarrollo humano y la diversión como descanso de una ocupación. «El ocio y la afición enriquecen al hombre. La ociosidad le degrada. Y la diversión, cuando deja de ser mera pausa o descanso, se convierte en el sentido de la vida, también»¹³⁴.

Ocio y diversión también son considerados por García Hoz como conceptos diversos, porque la diversión es un verterse hacia fuera, salir de sí mismo, dedicándose libremente al trato con las cosas o con las otras personas, eliminando el elemento contemplativo específico de su vida interior. Desde un punto de vista educativo la diversión, entendida como forma de ocio, tiene un valor formativo muy inferior al del ocio-contemplación. Aun así, García Hoz considera que la diversión es algo necesario, especialmente para la juventud, época en la que el ser humano es consciente de su incorporación a la vida social. Para el autor, las dos formas fundamentales de diversión son el juego y el espectáculo. El primero se caracteriza por su dimensión activa, el segundo por su carácter receptivo y pasivo.

La acción lúdica

Tradicionalmente el juego adulto ha formado parte de la historia de las civilizaciones y los pueblos. Baste recordar la trascendencia y evolución de los juegos de pelota, los juegos de azar o los juegos de competición. Desde un punto de vista intelectual, la revalorización del juego se produce con Schiller, Froebel, Spencer, Freud, Adler y Huizinga, entre otros muchos. A partir de ellos se descubre en el juego una serie de efectos beneficiosos que terminan identificando la visión clásica del ocio con una visión lúdica del mundo. El juego ha llegado a ser una de las actividades sociales esenciales. Schiller afirmó que «El hombre sólo es plenamente hombre cuando juega»¹³⁵. A juicio de López Quintás, esto es así porque jugar es una actividad creadora que implica a la persona,

¹³⁴ Aranguren, J. L., *La juventud europea y otros ensayos*, Seiz Barral, Barcelona, 1968, pp. 132-136.

¹³⁵ SCHILLER, *Cartas sobre la educación estética del hombre*, Madrid, Aguilar, 1969, p. 91.

por completo, abriéndola cocreadoramente a lo real. Eugenio D'Ors definió al hombre como ser que piensa, trabaja y juega, y añadía que «el hombre que trabaja —y el hombre que juega— trasciende el universo, lo transforma, lo humaniza»¹³⁶.

Huizinga puntualizó que el juego es un fenómeno compartido con los animales, de ahí su condición innata y el hecho de que la actitud lúdica preceda a la existencia de la cultura. Pero, al mismo tiempo, muchos actos específicos de la existencia humana, tales como comunicar, enseñar o mandar, están impregnados del juego. Ello quiere decir que podemos hablar de dos planos diferentes de juego, uno relacionado con nuestro desarrollo biológico y otro que pudiéramos llamar específicamente humano. López Quintás entiende que «el juego es una actividad corporeo-espiritual libre, que crea bajo unas determinadas normas y dentro de un marco espacio-temporal delimitado un ámbito de posibilidades de acción e interacción con el fin de no obtener un fruto ajeno al obrar mismo, sino de alcanzar el gozo que este obrar proporciona, independientemente del éxito obtenido»¹³⁷.

Para Huizinga jugar es una actividad libre, gustosa, inútil y repetible, que se desarrolla dentro de unos límites espaciales, temporales y organizados. Su resultado es un estado de ánimo de alegre exaltación, en el que se tiene consciencia de «ser de otro modo» distinto que en la vida ordinaria. El juego es, ante todo, una actividad libre. Se juega porque se encuentra gusto en ello y «en esto precisamente consiste su libertad». Satisfacción y libertad son, en este caso, dos elementos íntimamente unidos. La actividad lúdica se realiza en función de la «satisfacción que produce su misma práctica». No existe un objetivo más allá. El juego es algo inútil, superfluo, que se puede abandonar en cualquier momento. No se juega por necesidad física ni como deber moral, el juego se sitúa fuera de nuestras necesidades y deseos. Sin embargo, una de sus propiedades esenciales es su posible repetición. Este es un aspecto que Huizinga relacionará con el desarrollo de la cultura.

Junto a la libertad, satisfacción e inutilidad, la acción lúdica se hace posible en un espacio y un tiempo específicos y con una orga-

¹³⁶ LÓPEZ QUINTÁS, A., *El secreto de la filosofía*, Barcelona, Iberia, 1947, p. 97.

¹³⁷ LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, 3.^a ed., Madrid, Rialp, 1998, p. 40.

nización determinada. Se juega «dentro de un campo de juego propio, delimitado como fiesta» en el que se crea un mundo de temporada, un círculo en el que valen unas determinadas reglas y en el que el tiempo no tiene un fin fuera de sí. Las reglas de juego son determinantes en la configuración del mundo lúdico, de ahí que sean obligatorias y no permitan duda alguna. Las reglas son la llave que nos introduce en el misterio, en la cancelación temporal de lo cotidiano. Las reglas imponen a la acción lúdica orden y, al mismo tiempo, tensión, incertidumbre: somos otra cosa, estamos en otro sitio, tomamos consciencia de ser alguien diferente del habitual.

La concepción del juego de Huizinga es un modo de entender el ocio. El ocio, como actividad libre, gustosa e inútil, también se desarrolla dentro de unos límites espacio-temporales y organizativos determinados, produciendo un estado de alegre exaltación. La diferencia esencial entre ambos conceptos radica en que la cancelación de lo cotidiano no se produce sólo por la vía lúdica, sino también por otros modos de profundización en el mundo real, en virtud de la aceptación personal y el acceso a un mundo que trasciende al mío en sentido más amplio. No obstante, conviene recordar que Huizinga señaló una diferencia clara entre formas inferiores de juego y formas superiores. Ambos casos tienen en común su falta de identificación con la vida cotidiana y el hecho de situar al que juega en un nivel distinto de la vida seria: por debajo o por encima.

El juego en primera instancia (formas inferiores) es ocupación del tiempo como recreo o diversión. Tiene una función biológica, desde un punto de vista personal, y una función cultural, desde un punto de vista social y comunitario. Nadie niega hoy la importancia de este tipo de juego, especialmente para el niño. Se sabe que el juego le permite captar y unificar el conocimiento del mundo y el conocimiento de sí mismo. El juego, afirma Luzuriaga, «es el mundo propio del niño. Constituye su mayor interés y forma parte de su vida»¹³⁸, el juego es para el niño lo que hay más serio; es su verdadera realidad. Froebel, que fue uno de los primeros pedagogos que reconoció el valor educativo del juego, pensaba que es, a un mismo tiempo, modelo y reproducción de la vida total, por eso engendra alegría, libertad, contento, paz y armonía en el mundo. Los depor-

¹³⁸ LUZURIAGA, L., *Pedagogía*, Buenos Aires, Losada, 1973, p. 133.

tes son considerados el grado superior del desarrollo de los juegos. El deporte coincide con el juego en su carácter activo, placentero y desinteresado; pero se diferencia en que requiere una organización y un esfuerzo más intensos, una competencia o emulación mayores. Para Luzuriaga «el juego es pura biología, mientras que el deporte es biología y ética»¹³⁹. Las danzas populares son una especie de continuación del juego, pero intervienen otros elementos que inciden también en la educación estética.

El juego es una función central de la vida infantil. F. Kopp escribe que «presenta una referencia inmediata a la corporeidad y a la sensibilidad del hombre, ya a través de la cosa con que se juega, ya a través de la participación corporal»¹⁴⁰. El juego se caracteriza por la apertura a la libertad, a pesar de desarrollarse en un campo limitado y con unas reglas más o menos establecidas. El que juega vive un mundo diferente, separado del resto del mundo, en el que cualquier cosa resulta posible ante el imperio de la imaginación. El juego, para el que juega, realmente no tiene finalidad alguna, por eso se considera parte del ocio autotélico. La falta de finalidad hace que sea difícil precisar su valor *per se*. Sin embargo, resulta incuestionable su función de ruptura con el mundo serio y, consiguientemente, su función de relajación y descanso.

En un nivel opuesto a esta primera función del juego se encuentran las formas superiores del juego humano. Para Huizinga las formas superiores del juego humano, que son aquellas en las que se significa o celebra algo, pertenecen a la esfera de la fiesta o del culto. Dicho en otras palabras, pertenecen a un mundo trascendente. Las formas superiores de juego se sitúan por encima de la vida seria, de ahí que se consideren representativos los juegos de belleza o los juegos sacros. Las formas superiores de juego encontraron su expresión entre los griegos en términos unilaterales como «competición», «pasar el tiempo», o, literalmente, «llevar al otro lado».

Considero que el descubrimiento de la dimensión lúdica del hombre le lleva a Huizinga a una simplificación y, consiguientemente, a una generalización de la importancia del juego. Para el au-

¹³⁹ LUZURIAGA, L., *op. cit.*, p. 137.

¹⁴⁰ KOPP, F., *Fundamentos de Didáctica*, Madrid, Dirección General de Enseñanza Media, 1967, p. 193.

tor de *Homo Ludens*, el ocio se identifica con el tiempo libre. Así lo hace notar en diversas ocasiones: «se juega en tiempo de ocio», «para los helenos era ocio, tiempo libre, todo aquel que no estaba reclamado por el oficio público»¹⁴¹. Pero esta identificación no aparece en Aristóteles, para el que el ocio es fundamento de todo, «es preferible al trabajo y constituye su fin»¹⁴². Para Aristóteles, «los juegos deben practicarse más en medio de los trabajos, pues el trabajo necesita descanso, y los juegos son para descansar»¹⁴³, mientras que el ocio sirve para lograr el fin supremo del hombre, que es la felicidad. El ocio es el horizonte adecuado para realizar la felicidad que le es propia al hombre, en cuanto ser dotado de inteligencia y libertad. «El ocio es el principio de todas las cosas»¹⁴⁴. De ahí que, para Aristóteles, las actividades de ocio por excelencia sean los aprendizajes y la formación, pero no de aquello que se aprende por necesidad del trabajo, sino en función de sí mismo. De ahí que las artes músicas (poesía, música y danza) sean, para él, el mejor ejemplo de los aprendizajes de ocio.

El ocio, en cuanto dimensión lúdica, tiene su expresión en las múltiples variantes del juego, tanto de niños como de mayores, pero también en todas aquellas actividades que suelen englobarse dentro del ámbito de la llamada recreación. Desde un punto de vista social estarían, por ejemplo, los espectáculos deportivos y cómicos, los tradicionales parques de atracciones y los modernos parques temáticos. Descanso y diversión son términos que no necesitan justificarse en estos momentos. Soñamos con los fines de semana y con las vacaciones, gastamos cientos de horas frente al televisor. Huizinga afirma que nuestra dimensión lúdica perdura en nuestra necesidad de descanso, que, en una primera instancia, nos conduce al recreo y la diversión.

Unidad y diversidad de la acción lúdica

El mundo del juego es tan variado y complejo que existen distintos modos de abordarlo: psicológico, sociológico, histórico, pe-

¹⁴¹ HUIZINGA, J., *Homo ludens*, Madrid, Alianza, 1987, p. 15.

¹⁴² *Ibid.*, pp. 17-21.

¹⁴³ ARISTÓTELES, *Política*, VIII, 1337b.

¹⁴⁴ *Ibid.*, 1338 a.

dagógico, económico, etc. Esto hace que los estudios sobre el tema se dirijan a públicos tan diversos que parece como si trataran problemas diferentes. Sin embargo, en el juego, como en el ocio, existe un sustrato común que autores como Caillois¹⁴⁵ se han encargado de estudiar y dilucidar. En general, se admite que el juego es una actividad que reúne las características que siguen:

1. *Libre*: Los jugadores no están obligados y el juego pierde su naturaleza cuando deja de divertir.
2. *Separado*: Es decir, circunscrito a unos límites espacio-temporales fijados de antemano.
3. *Incierto*: No está determinado ni en el desarrollo, ni en los resultados. Ambos dependen de la iniciativa de los jugadores.
4. *Improductivo*: No crea bienes, ni riquezas, ni elementos nuevos de ninguna clase. Al comienzo de la partida (de cualquier juego) los jugadores se encuentran en una situación idéntica.
5. *Reglado*: Sometido a unas premisas que no tienen por qué ser algo racional o relacionado con leyes o convenciones normales de la vida.
6. *Ficticio*: Acompañado de una conciencia de realidad secundaria o de completa irrealidad respecto a la vida corriente.

Todos los juegos tienen en común, además de lo dicho, estos otros aspectos:

- Un culto a la estrategia.
- Idealización del cuerpo y de la naturaleza.
- Exaltación del vencedor o héroe.
- Fomento de un enriquecimiento mutuo entre el protagonista y su antagonista.

Las complicidades, simetrías y oposiciones que se articulan entre unos y otros juegos son demasiadas para entender que no existe una relación entre ellos. «Existe una naturaleza específica de los juegos porque sus propias leyes valen para todas sus familias, aun

¹⁴⁵ CAILLOIS, R., «Unité du jeu, diversité des jeux», *Diogenes*, 19, julio 1957, pp. 117-144.

que al ser tan variables pudieran parecer contradictorias»¹⁴⁶. Ante este panorama, los juegos debieran ser estudiados en sí mismos como problema central, y abandonarse los estudios parciales que se obtienen a partir de las ciencias y disciplinas concretas.

Cailliois piensa que hay que diferenciar entre *paidia* y *ludus*. La primera se refiere a un principio de improvisación que manifiesta una fantasía incontrolada; *ludus* tiene que ver con la repetición de convenciones arbitrarias con el fin de conseguir unos resultados perfectamente inútiles. La fuente del juego reside en la *Paidia*, en una primera libertad que nace de la necesidad de unir distracción y fantasía. Es una potencia primaria que surge espontáneamente y da origen a formas más complejas. Cailliois la llama *Paidia*, algo que se conjuga con la dificultad gratuita que él propone llamar *ludus* (para referirse a los distintos juegos a los que ha dado lugar la civilización) y que ilustra los valores morales e intelectuales de una cultura. *Paidia* recoge las manifestaciones espontáneas relacionadas con el instinto del juego y también se refiere a los animales (gato jugando con madeja de lana...). En el momento en que se pasa a una preparación, entrenamiento, etc., se da el paso hacia el *ludus*.

Cailliois distingue, en principio, tres grupos de juegos claramente diferenciados e incluidos en las manifestaciones del *ludus*: *Agón*, *Aléa* y *Mimicry*. Al conjunto de juegos que no se corresponde con los anteriores propone denominarlo *Ilinx*, nombre griego del torbellino de agua, que se refiere a la sensación de vértigo (ilingos). Aquí encajan las sensaciones fuertes de velocidad, las emociones que producen las máquinas de parques de atracciones, etc. Todas ellas se caracterizan por la búsqueda del vértigo como objeto de juego.

Agón-Competición

Forma parte del sustrato de los modos y comportamientos de guerra, donde lo que al final importa es la victoria. Los vencedores pueden ser admirados directa o indirectamente, pero sólo valoran

¹⁴⁶ *Ibid.*, pp. 72-88.

los que entienden. Refiriéndose a los juegos de competición, Alain Cotta¹⁴⁷ diferencia entre los llamados juegos del cuerpo y los juegos de estrategia. «Los juegos del cuerpo son los primeros de nuestra vida, los más antiguos de nuestra historia y aquellos en los que el desarrollo actual es el más rápido». La emergencia de estos juegos en el siglo pasado, y su desarrollo a lo largo de este siglo, no ha sido sino la expresión de una sociedad competitiva.

En la actualidad las personas juegan con su cuerpo a través de y contra todos los elementos. La vela las lleva sobre el agua, la plancha sobre la nieve y el paracaídas sobre el aire; en todos los casos se juega con los músculos. La prueba de la fuerza permanece, pero se le añaden otras sensaciones: el equilibrio, la duración, la agilidad, la elegancia y la gracia, etc. El deportista moderno no combate (como el griego) desnudo, sino equipado. El uso de los objetos, las reglas y las precauciones deben ser enseñados y atendidos, y lleva un enorme «aparato» educativo.

El desarrollo de los deportes ha traído un cambio de valoración y una diferente actitud de la sociedad hacia ellos, sobre todo a partir de 1960. La práctica deportiva ha ido ganando tiempo en nuestra vida, de manera que el deportista y el «estado deportivo» han pasado a ser, en pocos años, modos de vida muy valorados para las vacaciones, sustituyendo al mero culto al sol.

Inicialmente los juegos de estrategia se ven con mayor claridad incluso que los del cuerpo, representan la victoria del hombre sobre los otros, renunciando a la energía muscular pero apoyándose en su inteligencia. Así se puede decir que se desarrollan los juegos de mesa. Las damas o el ajedrez son representaciones de situaciones reales en las que se ha sustituido lo físico por la estrategia mental, basándose en unas reglas sencillas. La dificultad no está tanto en las reglas como en la habilidad y capacidad del contrario.

Los juegos de estrategia se desarrollan de acuerdo con las épocas y las circunstancias (ahora los juegos de ordenador). No son juegos fáciles, ni están directamente ligados al azar. Su interés radica en la posibilidad de poner a prueba las habilidades mentales

¹⁴⁷ COTTA, A., *La société ludique. La vie envahie par le jeu*, París, Bernard Grasset, 1980. «Los juegos del cuerpo», pp. 97-128, «Los juegos de estrategia», pp. 129-171.

(memoria, capacidad de visualización...) o incluso la resistencia física y nerviosa, la tensión, etc. La llegada de los grandes medios de comunicación ha proporcionado a estos juegos una dimensión estatal o internacional que antes no tenían.

En conjunto se puede decir que los juegos de estrategia mantienen un mundo referencial muy diferente al de los deportes, pero con la informática están experimentando grandes cambios, dado que son recursos que no pueden ser utilizados por todo el mundo, sino especialmente por segmentos de consumo alto y medio. Los nuevos juegos hablan de nuestro mundo y de la posibilidad de ejercitar la inteligencia en los grandes combates de nuestro tiempo. La introducción de la simulación y la ciencia ficción ha transformado el significado y posibilidades de estos juegos, convirtiéndolos en medio de aprendizaje y comunicación.

Si los juegos del cuerpo o de estrategia desarrollan la figura de los vencedores, los juegos de azar son los juegos de la igualdad. Cualquier persona, lista o no, hábil o no, puede conseguir la suerte del mismo modo. También el dinero es capaz de unir lo serio y lo no serio, el universo de lo útil y lo no útil. A partir del Renacimiento los juegos del dinero adquieren una importante dimensión social. Hasta la revolución industrial iban encontrando todo tipo de prohibiciones, pero con la llegada del siglo XIX todos los estados los terminan autorizando, en parte por la facilidad de aumentar sus ingresos y en parte por regular lo que podría ser una pasión semejante al alcohol o al tabaco.

Mimicry-Representación

Basados en el atractivo psicológico de la ficción, el símbolo, la máscara, la representación y simulación, jugar de este modo supone entrar, temporalmente, en un mundo de ilusión, abierto, no convencional. Caillois ha seleccionado este término, que se refiere, en inglés, a la imitación, especialmente de los insectos, señalando así la naturaleza primitiva y elemental que impulsa sus acciones.

Recoge el placer de ser otro o de hacerse pasar por otro. Esto ocurre en muchos juegos de niños y también en la celebración de fiestas tales como el carnaval. Las máscaras no intentan hacerse pa-

sar por personas verdaderas (duques, toreros...). Tampoco tratan de confundirse con los actores; cuando se pretende algo de verdad deja de ser juego (ejemplo, un fugitivo). El placer consiste en ser otro, hacer creer que se es otro. Mimicry reúne todas las características del juego, pero se tienen que respetar unas reglas. Las reglas son inseparables del juego, cuando tiene una existencia institucional. Entonces se transforman en instrumentos de cultura fecunda.

Ilinx-Vértigo

Juegos que deben su seducción al vértigo, asociado a ciertas formas de excitación biológica. El vértigo puede ser considerado como juego en sí mismo, porque en él se experimenta la ambición de triunfar, el abandono de la voluntad y la posibilidad de asumir una personalidad extraña, de otro.

Ilinx responde a la necesidad pasajera de triunfar de la inestabilidad y la percepción. Es una superación de la rutina y de la monotonía de la cotidianidad. La emoción viene porque se supera, aunque sólo sea por unos momentos, la tiranía de la naturaleza: vencer el pánico al vacío, aguantar la emoción de introducirse en las entrañas de la tierra, superar el control de sí mismo con el alcohol. La naturaleza placentera del Ilinx se caracteriza por la duración y la embriaguez. Su vivencia está muy cercana a la experiencia de ocio en su direccionalidad negativa. Allí hemos hablado del vértigo como forma de salida de sí mismo que hace inviable cualquier acción libre.

Sentido de la acción lúdica

Teóricamente la acción lúdica va creando un campo de iluminación en el que cada jugada tiene una significación y se engarza en el sentido del conjunto. López Quintás afirma que «el juego es una actividad creadora que lleva en sí su propio principio y fin y, consecuentemente, su sentido». Y añade: «La actividad lúdica es creadora de sentido por ser una actividad reglada que somete al jugador a unas normas determinadas con el fin de promocionar su libertad y

su creatividad. El juego es todo él un ámbito resplandeciente, campo de luz donador de sentido y engendrador de belleza porque tiende esencialmente a crear un campo de libertad, de opciones siempre nuevas, dentro de un cauce de posibilidades»¹⁴⁸. En el juego no se premia al jugador sino al juego realizado, de manera que es el juego mismo el que crea ámbitos y se impone sobre la propia competición.

Todo juego lleva en sí mismo su principio y su fin, entre los que funciona una lógica propia que lo hace cerrarse sobre sí mismo y lo constituye en unidad propia de sentido. El juego confiere sentido a sus momentos, dándole un valor expresivo a cada uno de sus elementos en sí mismo y en función del valor que desempeña en el dinamismo del conjunto.

Una de las características fundamentales del juego es su carácter repetible, bien al juego en su conjunto o bien de algunos de sus elementos. El carácter repetitivo confiere al juego los calificativos de delimitado, cíclico y artificial. La repetición alternada de descanso es parte esencial de la estructura del juego deportivo. En éste, como en otros tantos, cada repetición se inserta en el conjunto del juego confiriéndoles un valor diferente a las jugadas en función del momento del juego y de las jugadas del conjunto.

Sobre el juego organizado y el deporte afirmaba Luzuriaga que son excelentes medios de educación moral en virtud de seis razones principalmente: «1.º porque despiertan el espíritu de colaboración entre los que juegan; 2.º porque suscitan el espíritu de disciplina y de responsabilidad; 3.º porque desarrollan el sentido de iniciativa dentro de la disciplina; 4.º porque suponen un esfuerzo grande de voluntad; 5.º porque desarrollan el autodomínio; 6.º y principal, porque cultivan el sentido de la justicia, de la equidad del juego limpio»¹⁴⁹. Junto a estos aspectos el autor señala otras ventajas tales como el entrenamiento, el endurecimiento y la resistencia al dolor. «En realidad, dice Luzuriaga, no hay gran diferencia entre el juego y el trabajo respecto a la educación moderna»¹⁵⁰. Luzuriaga

¹⁴⁸ LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, 3.ª ed., Madrid, Rialp, 1998, p. 47.

¹⁴⁹ LUZURIAGA, L., *op. cit.*, pp. 177-8.

¹⁵⁰ *Ibid.*, 178.

pensaba que el carácter educativo de los juegos organizados, tipo fútbol, radica en el sentido deportivo (*fair play*) que originariamente tenían.

La acción lúdica divierte cuando nos adentramos en la dinámica del juego y en su lógica interna porque, al ser tan diversa de la lógica diaria, nos separa de la realidad y nos libera de ella impulsando la capacidad creadora. El juego plasma la vertiente lúdica de lo real, con lo que ahonda en la realidad y en su sentido a través de los ámbitos que crea. Como todo ocio autotélico, es algo desinteresado, lo que no quiere decir que no sea valioso. Todo lo contrario: «El juego es serio en sentido de importante para la vida humana y valioso en sí mismo en cuanto se autodespliega orgánicamente a la luz del sentido que él mismo hace surgir como un resplandor»¹⁵¹.

Norbert Elias (1987) señala que la función básica de los juegos es el fomento y disfrute de la emoción. La competición proporciona emoción y los seres humanos se complacen en ella, porque los juegos pertenecen al ámbito hedonístico. El juego representa la afirmación biológica, psicológica y metafísica de nuestra existencia. La sociedad actual proyecta en sus juegos, como lo ha hecho siempre, el fondo de la condición humana: el narcisismo, la rivalidad, el afán de posesión, el miedo o la superación de lo imposible.

De un modo u otro los juegos invaden hoy la escena económica y social. Vistos en su conjunto, constituyen una de las primeras actividades económicas de los países contemporáneos. Cada uno necesita sus medios materiales, regulaciones, instituciones, ministros, negociantes, etc. El juego implica la especialización de numerosas profesiones: médicos, periodistas, educadores, aseguradoras... El dinero se ha introducido en el juego como en todas las esferas de nuestra vida.

Las actividades lúdicas pueden coexistir con la vida seria sin necesidad de que estén nítidamente separadas. Los hombres han jugado, en todas las épocas, alternando lo serio y lo no serio y, en función de ello, designando a vencedores y campeones que, por una razón u otra, eran admirados. Curiosamente, los juegos se consideran un espacio en el que los estados parece que no deben intervenir, porque los estados se preocupan de encontrar la coherencia

¹⁵¹ LÓPEZ QUINTÁS, A., *op. cit.*, p. 72.

social de las actividades serias. Pero este «dejar hacer» hace que los juegos se transformen en espectáculos y pierdan el sentido teórico antes enunciado, perdiendo su esencia de ocio y convirtiéndose en un producto más en manos de los comerciantes.

8. Dimensión creativa del ocio

La dimensión creativa viene a ser la realización actual del concepto de ocio propio de la cultura clásica. Un ocio formativo, reflexivo, cultural, creativo y de crecimiento personal. Tiene en común con las demás dimensiones de ocio la libertad de acción y elección, el autotelismo, lo gratificante de la acción y el hecho de ser una actitud ante la acción, más que la acción en sí misma. Se diferencia en su carácter consciente, reflexivo, global, de mejora, apertura y encuentro. Está relacionada con la autorrealización, en la que están implícitos el aprendizaje y la formación.

La dimensión creativa del ocio es una dimensión de desarrollo personal que tiene lugar a través de acciones gratificantes que, realizadas por propia voluntad, hacen que la persona sea algo mejor en cualquier aspecto. Sigue, en un sentido muy amplio, el consejo de Aristóteles que invitaba a llenar el tiempo libre a través de la formación. El ocio así entendido originó el nacimiento y desarrollo de la cultura clásica. Sus características son el amor a la sabiduría, la diversión noble y una apertura de ánimo que es inherente a toda creatividad. Su constante es la reflexión como procedimiento para ahondar en el sentido de las acciones y los conocimientos.

Un gran defensor de esta dimensión del ocio, frente a la alienante cultura del trabajo, fue el prestigioso filósofo alemán Joseph Pieper. En sus reflexiones señalaba que el trabajo nos está exigiendo cada vez una mayor especialización de conocimientos que nos está alejando de la visión de conjunto, del sentido de nuestro obrar diario más allá del trabajo. Esto ha hecho que el ocio se convierta en el nuevo ámbito de desarrollo humano. A través de él podemos acceder a los saberes que nos faltan y deseamos tener desde una vertiente no productiva, como incremento de nuestras posibilidades y como afirmación de nuestra identidad personal.

Aristóteles pensaba que el mejor ejemplo de los aprendizajes de ocio eran las artes músicas: poesía, música y danza¹⁵². Forman parte de lo que hoy llamamos las artes en general y son expresión de creatividad, junto a otros conocimientos y ciencias humanas: historia, geografía, ideologías, estilos de vida, líneas de pensamiento, etc. El apogeo de la sociedad de consumo está haciendo posible la realización de esta dimensión del ocio de manera masiva. Los libros de bolsillo, discos, televisión, vídeos o el acceso a los nuevos modos de información son sólo algunos ejemplos de las múltiples opciones que se nos ofrecen para hacer posible un ocio creativo y reflexivo. Pero, como contrapartida, tener medios no es suficiente para hacer realidad este ocio. Se requiere una iniciación y una disposición cultural mínima para que la sabiduría sea deseada y vivida como algo propio. Sólo a partir de ahí es posible el encuentro gozoso y trascender la apariencia de la realidad.

La recepción cultural y artística, entendida desde este punto de vista, requiere una actitud activa que es la que permite el diálogo creador con la realidad o, como diría Alfonso López Quintás¹⁵³, la creación de «ámbitos de encuentro» que hagan posible el diálogo, la apertura y el enriquecimiento creativo. F. Kopp reflexiona sobre el proceso personal necesario para que cultura y arte no sean una mera posesión muerta, defiende la necesidad de anclar nuestro conocimiento en las «dimensiones objetivas de la cultura, en los acentos y las formas lingüísticas, en la armonía de colores y cuerpos, en una ordenada profusión de signos y manifestaciones». También considera esencial entender «la potencia personal que ha entrado en los bienes culturales a lo largo del proceso de creación y que después, en la generación nueva, debe ser aceptada como fuerza viva y re-creada. Solamente en esta activa re-creación, en la auto-actividad, en el «aprehender», en la «experiencia» y el «encuentro», en el posthacer y re-hacer, la

¹⁵² ARISTÓTELES, *Política*, 1337-1338.

¹⁵³ El profesor LÓPEZ QUINTÁS ha profundizado, acertadamente, en el conocimiento del proceso creativo y su sentido a partir de la creación de «ámbitos» o «relaciones dinámicas» que hacen posible la realidad cultural. Su filosofía es un complemento importante que enriquece las ideas que se expresan en la dimensión creativa del Ocio. Entre sus múltiples obras destacamos *Estética de la creatividad* (Madrid, Cátedra, 1977); *Vértigo y éxtasis* (Madrid, PPC, 1991).

cultura llega a manifestarse como posesión viva, así del individuo como de la comunidad»¹⁵⁴.

Dos vertientes

La dimensión creativa del ocio puede hacerse realidad a través de dos vertientes complementarias, creación y «re-creación». El pensamiento de F. Kopp y que acabamos de reseñar se refiere a la «re-creación» cultural. La creación nos traslada al placer de inventar algo o, simplemente, a la experiencia gratificante de la creatividad.

Para Stenberg y Lubart¹⁵⁵, una persona es creativa cuando realiza productos creativos. Todos tenemos un potencial para la creatividad; pero una cosa es eso y otra serlo. «Describimos un producto como creativo cuando es: a) original y b) apropiado». Original quiere decir para ellos poco común, no predecible, cuando va más allá de los eslabones lógicos esperados. Pero la originalidad también debe ser percibida por un público y eso depende de su experiencia anterior. Lo de «apropiado» se refiere a que el producto debe desempeñar también una cierta función, es decir, que dé respuesta adecuada, útil, a un problema. Originalidad y adecuación son, por tanto, los rasgos de un producto creativo, a los que los autores consideran que se debe añadir la cualidad y la importancia, como rasgos adicionales.

Mihaly Csikszentmihalyi considera que «el empeño es la fe que sostiene el trabajo personal encaminado a realizar una obra creativa, pese a dudas y desánimos»¹⁵⁶. Pero el esfuerzo creativo no es ajeno a un proceso temporal en el que se pueden reconocer unas determinadas etapas. Los pasos cognitivos de la producción creativa son formulados por primera vez por Wallas (1926). Algunos autores distinguen tres pasos (preparación, incubación, revelación),

¹⁵⁴ KOPP, F., *op. cit.*, p. 94.

¹⁵⁵ STENBERG, R. y LUBART, T., *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*, Barcelona, Paidós, 1997, p. 28.

¹⁵⁶ CSIKSZENTMIHALYI, M., *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la innovación*, Barcelona, Paidós, 1998, p. 101.

otros optan por cinco. Csikszentmihalyi es partidario de este último grupo y diferencia cinco períodos:

- I. *Preparación*. Supone una inmersión, más o menos consciente, en una serie de problemas que despiertan curiosidad.
- II. *Incubación*. Las ideas se mezclan y se relacionan de forma inconsciente llegando a producir combinaciones poco usuales e inesperadas.
- III. *Intuición*. También conocido como el momento del *¡Eureka!*, (Arquímedes), es el momento en el que «las piezas encajan». Puede haber varios.
- IV. *Evaluación*. La persona debe decidir si la idea es valiosa o no. Es un periodo difícil, de autocrítica.
- V. *Elaboración*. Es el que más tiempo lleva. Edison decía que la creación consiste en 1% de intuición y 99% de transfiguración.

Estos periodos no son puros. «El proceso creativo no es tanto lineal, cuanto recurrente. El número de interacciones por las que pasa, de vueltas que encierra, de intuiciones que precisa, es algo que depende de la profundidad y amplitud de los temas que se tratan»¹⁵⁷. M. Csikszentmihalyi defiende que la creatividad es fuente de sentido en nuestras vidas por las razones que siguen:

- I. Porque la mayoría de las acciones y cosas típicamente humanos son el resultado de la creatividad. Sin creatividad, sería verdaderamente difícil distinguir a los seres humanos de los monos: el lenguaje, el arte, la tecnología, la inteligencia científica, etc., son resultado del ingenio.
- II. Cuando nos entregamos a la creatividad sentimos que «estamos viviendo más plenamente que durante el resto de nuestra vida»¹⁵⁸. Aunque M. Csikszentmihalyi diferencia entre la creatividad que tiene como resultado un producto (cuadro, descubrimiento...) y el «vivir plenamente» que se puede sentir con los deportes, la música, el éxtasis, etc., es decir, con actividades de ocio autotético.

¹⁵⁷ *Ibid.*, p. 103.

¹⁵⁸ *Ibid.*, p. 16.

La segunda vertiente es la «re-creación». Para «re-crear» la cultura no basta analizar desde fuera, hay que «imaginarse en el núcleo irradiante de la misma, y rehacer su experiencia básica, y descubrir la intuición fundamental que esta experiencia alumbró en el espíritu del autor»¹⁵⁹. Toda obra artística es «plasmación expresiva de un modo radical de vinculación a la realidad; es un plexo de ámbitos que se interfieren y crean un mundo, un campo de sentido». Del diálogo que se produce entre la persona y las obras surge un auténtico diálogo y se crea un campo de iluminación.

Para López Quintás el gozo de la recreación surge de revivir el proceso creador artístico; aunque dicho proceso sea diferente en las artes del tiempo y las artes del espacio. En las artes del tiempo (música, danza, teatro, ópera) se nos permite recibir el mismo proceso generativo de la obra; mientras que en las artes del espacio (pintura, arquitectura, escultura...) esto no es posible. No es posible ver en el curso de dos, tres o cuatro horas cómo se construye una catedral, por ejemplo: tenemos que imaginar el proceso si queremos profundizar con mayor calado en el sentido de la obra.

En las artes del tiempo vivimos la obra en su unicidad; lo importante no es recordar interpretaciones pasadas sino vivir cada acto interpretativo. En las artes del espacio, el buen contemplador realiza un esfuerzo imaginativo de endopatía¹⁶⁰ que le permite revivir el esfuerzo generativo de las obras. Gracias a la endopatía, que exige al espectador un dinamismo intrínseco y constitutivo, relacionado con la realidad contemplada, las artes del espacio pierden su estatismo y se nos revelan en un esquema espacio-temporal flexible que debe ser utilizado sin rigideces ni dogmatismos. En las artes del espacio la realización coincide con la interpretación; mientras que en las artes del tiempo se distingue entre concepción, realización (plasmación en la partitura, en el escrito, etcétera) e interpretación. En las artes del espacio no existe disociación y el creador es también realizador e intérprete (esto se ve claramente en la pintura y escultura,

¹⁵⁹ LÓPEZ QUINTÁS, A., *op. cit.*, p. 23.

¹⁶⁰ López Quintás utiliza *endopatía* o *empatía* para designar un modo de acceso a las realidades estéticas. Entiende que la vibración personal con una realidad valiosa es un acontecimiento complejo que exige distintos modos de inmediatez, presencia y distancia entre el sujeto y la realidad.

menos en la arquitectura). En la danza, música o teatro, «cuando contemplamos a un gran intérprete concentrado en la ejecución de una obra, asistimos con todo rigor al proceso genético de la misma»¹⁶¹.

En las artes del tiempo, el buen intérprete actúa a impulsos de la fuerza interna de la obra que constituye la razón de su actuación. Esto confiere a la obra una presencia viva que facilita al espectador revivir el impulso creador que la anima y estructura. «Comprender una obra es compartir de modo receptivo y activo el dinamismo que le da origen»¹⁶². Esto es válido en el caso de las artes del tiempo y del espacio; pero en estas últimas se requiere un tiempo que nos permita acceder al gesto creador de los artistas. En una visita superficial turística esto no es posible, porque se minimiza la experiencia estética y difícilmente se accede a la dinamicidad necesaria, a un diálogo enriquecedor con la obra.

El arte se caracteriza por tener un lenguaje locuente y dialógico, lo que lo eleva al nivel del lenguaje poético y lo separa del plano meramente significativo. La obra de arte constituye «una trama de líneas de sentido que se entrecruzan y, al hacerlo, se convierten en fuente de expresividad. Toda obra de arte es de por sí locuente y elocuente, ya que los diversos modos de interrelación son fuente de realidad y de luz»¹⁶³. El que gusta del arte y la belleza ama dialogar con ellos y sobre ellos. Para un artista el mejor obsequio es dialogar con sus obras: leer sus libros, ver sus cuadros, oír su música. Pero, a veces, hay que esperar años para que se produzca este diálogo: la *Pasión según San Mateo* alcanza su plenitud y su acto no en el estreno de Bach, sino cuando la ofrece Félix Mendelssohn a un público preparado.

Sentido

La relación directa que existe entre ocio y actividades artísticas, culturales y poéticas viene dada por la sensación de libertad y encuentro que produce su desarrollo. Estas experiencias, escribe We-

¹⁶¹ *Ibid.*, p. 162.

¹⁶² *Ibid.*, p. 172.

¹⁶³ *Ibid.*, p. 337.

ber, «pueden desempeñar para el hombre las funciones de regeneración, compensación e ideación, que se esperan de una vida de tiempo libre llena de sentido»¹⁶⁴, es decir, de una experiencia madura de ocio. La dimensión creativa del ocio representa, de algún modo, la continuación del ocio griego; pero es evidente que no puede ser igual que aquél, porque nuestras circunstancias son bien distintas. José Luis Aranguren hizo referencia a este problema en varias ocasiones. Aranguren pensaba que del mismo modo que la vida antigua estuvo centrada en el ocio, la medieval en la fiesta y la moderna en el trabajo, la actual evolución de nuestra sociedad corre el riesgo de poner su punto de interés en la diversión. El problema surge cuando la diversión, como única referencia de ocio, se transforma en medio de manipulación y enajenación. El texto que sigue, tomado del libro *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, de J.L. Aranguren, ilustra estas reflexiones:

Las diversiones actuales enajenan y esto es precisamente lo que se pide de ellas. Sacan al hombre de la ciudad de su vida cotidiana y gris para identificarle por unos momentos con el protagonista de la película o el gran jugador de fútbol; y permite soñar a la muchacha con la mítica existencia de Hollywood. Pero si bien el vivir más en la diversión y de la diversión que de un trabajo deshumanizado es una característica de nuestro tiempo, el soñar no lo es: identificarse hoy con el galán de una película es casi lo mismo que identificarse ayer con el héroe de un libro de caballerías. Mas las diversiones propias de nuestro tiempo, propias de nuestra ciudad, presentan una nota que todavía no hemos examinado: la masificación. El hombre que asiste a un espectáculo de masas —y espectáculos de masas son los exponentes de nuestra época— se identifica, tal vez sí, con el jugador preferido, pero con quien sobre todo se identifica es con su equipo, con su club, y en la masa de los espectadores. Al socializarse la vida entera también se socializan, es claro, las diversiones. El hombre que se entrega a un espectáculo de masas se convierte en «uno» (Heidegger) de los espectadores. El uso social de la diversión se impone extrínsecamente a los individuos, que son arrastrados por «la gente» (Ortega). Las diversiones de masas y, entre nosotros, más que ninguna otra, el fútbol, son rigurosamente estupefacien-

¹⁶⁴ WEBER, E., *op. cit.*, p. 354.

tes. Lo son, no únicamente porque distraen o divierten al hombre, vaciándole de su intimidad, sino porque esta «alteración» consiste en masificación. Los otros, la gente, nos arrebatan nuestro yo (por eso ciertas personas a quienes conocemos, nos sorprenden como frenéticos, en tanto que espectadores del fútbol). La diversión masiva nos despersonaliza, paralelamente a como el trabajo hecho pedazos y automatizado es despersonalizador¹⁶⁵.

Para Aranguren la sociedad actual está abocada a regresar a una cultura de desarrollo humano propia del mundo antiguo, o bien a abandonarse a la ociosidad y llenar ésta de diversión. «Esta opción necesaria —de la cual depende la suerte de nuestra civilización— es una opción ética, pero no es simplemente una opción ética. Porque todo el mundo está capacitado para holgar y divertirse, pero no todo el mundo está preparado para elegir el ocio y la afición»¹⁶⁶. Aranguren reitera una y otra vez que el ocio fecundo requiere una preparación y un aprendizaje y, con sus palabras, viene a desmentir la creencia popular tan extendida de que no es necesario enseñar a nadie a practicar el ocio, que cada cual sabe lo que tiene que hacer.

Lo curioso es que el placer que se siente coleccionando, jugando o haciendo el mal puede ser similar; para que una generación valore algo, ha de disfrutarlo. «El problema es que resulta más fácil encontrar placer en cosas que son fáciles, en actividades como sexo y violencia, que están ya programadas en nuestros genes»¹⁶⁷. Es mucho más difícil aprender a disfrutar haciendo cosas que fueron descubiertas recientemente en nuestra evolución (música, poesía, arte...) porque cada uno debe hacer realidad este paso. Los medios de comunicación plantean propuestas fáciles: estrellas, futbolistas...; pero no vivencias profundas ni sentidas.

Sin embargo, las personas creativas ponen de manifiesto lo «gozosa e interesante que es una actividad compleja». Se han convertido en pioneros de la cultura, modelos de lo que serán los hombres y mujeres del futuro. Siguiendo su ejemplo, la conciencia crecerá más allá de las limitaciones del pasado, de los programas que genes y culturas han instalado en nuestros cerebros.

¹⁶⁵ ARANGUREN, J. L., *op. cit.*, pp. 52 y 53.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 55.

¹⁶⁷ CSIKSZENTMIHALYI, *op. cit.*, p. 154.

El disfrute de la cultura y el arte requiere de un «tempo» vital propio. López Quintás propone vivir la génesis de los acontecimientos culturales, asumiendo de modo personal su sentido específico. Recuerda que Romano Guardiani aconsejaba a sus alumnos que acudiesen con tiempo a las salas de concierto «para rebasar el tempo interior y disponerse a la pericia creadora de la audición musical». «Todo fenómeno cultural ha de ser visto no de modo estático, sino dinámico, a fin de descubrir el entreveramiento de ámbitos que le dio origen... Un ámbito se entrevera con otro y funda un ámbito nuevo de mayor amplitud»¹⁶⁸.

Por su parte, M. Csikszentmihalyi, a partir de la observación y estudio de personas creativas, propone una serie de aspectos a tener en cuenta, con el fin de poder llevar una vida más satisfactoria. «Cuando vivimos efectivamente, el aburrimiento queda desterrado, y cada momento contiene la promesa de un nuevo descubrimiento»¹⁶⁹. El vivir creativo que se propone aquí no es de genios o artistas, sino algo posible para cualquier persona. Cada uno de nosotros tenemos un potencial creativo que podemos desarrollar y, consecuentemente, que nos permite llevar a cabo una experiencia de vida más satisfactoria. Pero, a juicio de M. Csikszentmihalyi, existen cuatro tipos principales de obstáculos que impiden a muchas personas actualizar dicho potencial:

Las exigencias excesivas.

Las distracciones fáciles.

La pereza, o falta de disciplina para controlar el flujo.

No saber qué hacer con la energía que uno tiene.

Hay que considerar que, a menudo, los obstáculos son internos. Las personas, egoístas o excesivamente preocupadas de defender su yo, tienen poco tiempo para otras cosas. En cualquier caso, creatividad y «re-creación» son ámbitos de ocio muy dependientes de la educación. La educación se ha preocupado siempre de la dimensión creativa del ocio. Tradicionalmente esta preocupación se ha

¹⁶⁸ LÓPEZ QUINTÁS, A., *op. cit.*, pp. 174 y 272.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 390.

recogido con los nombres de educación estética, educación artística, educación poética u otras denominaciones en una línea similar. Weber considera que fueron los movimientos pedagógicos reformistas los primeros que concibieron una idea global de educación artística que, bajo la denominación de educación poética, impulsó la educación del canto y de la música en conexión con la gimnasia, la danza, el teatro y las artes plásticas¹⁷⁰.

Luzuriaga defendía que los contenidos de la educación estética son: las artes musicales-literarias (canto, música, literatura), las artes plásticas (modelado, dibujo, pintura) y las artes aplicadas (trabajos en papel, cartón, madera, alambre, cuero, jardinería, etc.). El autor pensaba que los tres grupos de actividades son muy importantes para el desarrollo vital del niño, por lo que consideraba que se debieran cultivar los tres, aunque no fuese de un modo simultáneo. «Hay que insistir en que aquellas (las actividades artísticas) son tan necesarias o más para el desarrollo vital del niño como puedan serlo las materias tradicionales, la Aritmética o la Geografía, por ejemplo, y con las que deben relacionarse»¹⁷¹. Este determinado modo de ver, esta educación específica, pone en evidencia la necesidad de entender la cultura y el arte como algo práctico, vivo, interrelacionado con la vida misma en la que cobra sentido a través del ocio.

El fomento de la vida cultural y artística como práctica de ocio hace posible el desarrollo de la dimensión creativa en las dos direcciones antes apuntadas. De una parte como expresión creativa, de la que tanto sabemos hoy a partir del desarrollo de la creatividad y su incidencia en la educación¹⁷². La penetración práctica en los temas culturales y artísticos permite, además del desarrollo de habilidades concretas, comprender más allá de la teoría los hallazgos de

¹⁷⁰ WEBER, E., *op. cit.*, p. 356.

¹⁷¹ LUZURIAGA, L., *op. cit.*, p. 142. La visión de Luzuriaga se complementaría actualmente con la propuesta del profesor J. M. Quintana Cabanas, quien, además de la educación artística, defiende una educación estética general destinada al desarrollo de sentimientos estéticos, buen gusto y actitudes, comportamientos y hábitos estéticos. Cfr. QUINTANA CABANAS, J. M., *Pedagogía estética*, Madrid, Dykinson, 1993, pp. 262-263.

¹⁷² MENCHEN, F., DADAMIA, O.M. y MARTÍNEZ, J., *La creatividad en la educación*, Madrid, Escuela Española, 1984.

los genios y los artistas. La práctica reflexiva e intencionada permite que, desde una actitud abierta de ocio, se pueda pasar más fácilmente del caso concreto al general, de lo sencillo y popular a lo significativo y artístico. El otro modo de penetración, receptiva e interiorizante, puede conseguirse también a partir de lo que Weber denomina dos vías diferenciadas, la vía activa y la vía pática¹⁷³. La vía activa es la que busca el encuentro con la realidad cultural y artística según las pautas de Kopp que hemos señalado antes, es decir, a través de la reflexión, el conocimiento y la recreación interna. La vía pática es, ante todo, una «apertura contemplativa», un dejar que la obra, especialmente la obra artística, se apodere de nosotros y nos transmita intuitivamente su vivencia.

La dimensión creativa del ocio conduce al desarrollo de un nuevo humanismo, al que también se ha referido Aranguren¹⁷⁴ y del que me he ocupado en otras ocasiones¹⁷⁵; pero, sobre todo, hace ver la necesidad de un replanteamiento de la formación cultural, artística y poética. La necesaria preparación que se requiere para hacer del ocio una ocupación humana y digna es uno de los grandes retos de la Pedagogía del Ocio. Es la petición que hace años realizaba Laín Entralgo cuando, hablando de ocio, proclamaba la necesidad de una formación intelectual y estética que corrigiese el «actual empobrecimiento y saque (a las personas) de la estrechez y la aridez del especialismo»¹⁷⁶. También Julián Marías se refería hace años desde las páginas de un periódico a la misma idea: «A la persona hay que instruirla y asesorarla desde la niñez, que aprenda a pensar; si no, no hay manera». «Las ilusiones se incardinan por un proceso de sedimentación: si no recreamos interiormente las apetencias y los proyectos, si nos los imponen antes de deseárselos, entonces te desmotivas y lo que consumes se convierte en pura inercia, en un acto mecánico, sin sustancia ni interés»¹⁷⁷.

¹⁷³ WEBER, E., *op. cit.*, pp. 368 y ss.

¹⁷⁴ Véase «Sentido sociológico-moral de las antiguas y las nuevas humanidades», *Revista de la Universidad de Madrid*, IX, 34, 1960, pp. 537-575. También el prólogo del libro *Hacia un nuevo humanismo*, Madrid, Guadarrama, 1957.

¹⁷⁵ CUENCA, M., «El Ocio, un nuevo marco para el desarrollo de las humanidades», *Letras de Deusto*, 54, mayo-junio 1992, pp. 235-251.

¹⁷⁶ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, p. 23.

¹⁷⁷ *El Semanal* (suplemento de *El Correo*, Bilbao), 18 de octubre de 1992.

9. Dimensión ambiental-ecológica del ocio

La creencia de que el entorno físico afecta al modo de sentir y pensar de las personas está en muchas culturas. Los sabios chinos, los brahmanes y los monjes cristianos siempre han buscado parajes llenos de belleza. El contexto medioambiental es un medio en el que nos desarrollamos pero, en ocasiones, tiene una significación aún mayor. Afirma Stenberg que ciertos medios nutren la creatividad y otros la aplastan, porque «La creatividad es, en parte, producto de una interacción entre una persona y su contexto»¹⁷⁸. Del mismo modo, el ambiente puede ser condición y esencia de la vivencia de ocio.

Resulta difícil explicar la realización de cualquier experiencia de ocio separada de su medio ambiente. El ambiente físico, social o psicológico forma parte de la actividad lúdica, cultural, deportiva, festiva o comunitaria. Hay veces, sin embargo, que el contexto, deja de ser un aspecto complementario de la experiencia y constituye su núcleo, su motivo central. En este último caso estamos vivenciando el ocio desde su dimensión ambiental. Puede decirse que la dimensión ambiental-ecológica del ocio es la satisfacción desinteresada que nos produce el encuentro con un medio ambiente deseado, sin que importe esencialmente la actividad gracias a la que se produce. López Quintás señala al respecto: «Un jardín, un templo, una casa, un monumento, una ciudad, una plaza, una calle, un camino, un puente, no son objetos; son ámbitos». «Una ciudad que no ofrece al hombre posibilidad alguna de acción significativa es para él mero espacio y, como tal, constituye un «desierto», campo sin rutas, amorfo»¹⁷⁹.

Al estar abierta a la realidad, la persona se reconoce como real y se apropia de la realidad del entorno. Así es como se va configurando la personalidad. «Las posibilidades de acción con sentido que se alumbran en el encuentro «hombre-entorno» son ámbitos que se «apoderan» del hombre al tiempo que éste se los apropia creadoramente. Se trata de un dinamismo de posibilitación, de ambientalización»¹⁸⁰. El diálogo de la persona con el ambiente crea

¹⁷⁸ STENBERG, R. J. y LUBART, T., *op. cit.*, p. 26.

¹⁷⁹ LÓPEZ QUINTÁS, A., *op. cit.*, pp. 197-198.

¹⁸⁰ *Ibid.*, p. 185.

ámbitos de sentido. Los «espacios vividos» de los que hablan los psicólogos o los «espacios habitables» a que se refieren los arquitectos y urbanistas son ámbitos en cuanto pueden ser recreados por quienes los habitan. Los espacios físicos son también expresión y cauce del dinamismo humano, de modo que al ser recreados por las personas que los habitan se enriquecen con una nueva característica de habitabilidad.

En un sentido amplio, esta dimensión del ocio nos abre a la vivencia de todo tipo de ambientes desde una posición de actor o espectador consciente. Desde un punto de vista más reducido, pero especialmente importante en la vivencia tradicional de ocio, la dimensión ecológica hace referencia al encuentro con la Naturaleza. La bibliografía del ocio ha venido estudiando este aspecto como recreación al aire libre¹⁸¹. Naturaleza y espacios urbanizados son contextos bien distintos, pero, analizados como vivencia de ocio, tienen aspectos comunes en los que se muestra la función relevante del medio ambiente. Los párrafos que siguen reflexionan brevemente sobre estos ámbitos.

Espacios y entornos

Los espacios de ocio hablan de la historia del ocio ciudadano. Recordemos el desarrollo de lugares tan tradicionales como teatros, bibliotecas, parques y paseos, museos, bares o cafés. A ellos se fueron uniando posteriormente los cines, campos de deportes, polideportivos, zonas de juego infantil, ludotecas, clubes y casas de cultura. Todo pueblo y ciudad que se precie tiene también sus espacios festivos y sus itinerarios recreativos, lúdicos y procesionales. Cada zona tiene un peculiar modo de vivir el ocio que la diferencia de otros lugares cercanos. En el País Vasco, por ejemplo, tiene una importancia especial el desarrollo de los txokos, lugares donde cuadrillas (grupos de amigos) se reúnen a comer y en los que cocinan los hombres. Una

¹⁸¹ Como referencia, véanse los trabajos: IBRAIM, H. y CORDES, K. A., *Outdoor Recreation*, Dubuque, IA, Brown and Benchmark, 1993; FORD, P. y BLANCHARD, J., *Leadership and Administration of Outdoor Recreation*, State College, PA, Venture Publishing, 1993.

ciudad puede estudiarse a partir de sus espacios de ocio, de la evolución que han tenido o del uso e historia de los mismos.

Conviene recordar que dentro de los estudios de urbanismo existe una amplia bibliografía relacionada con el ordenamiento urbano y los espacios, instalaciones o servicios de ocio concretos: jardines públicos, polideportivos, casinos, etc. Quizá convenga que distingamos entre lo que pudiéramos llamar **infraestructuras de ocio**, más orientadas al usuario y referidas a actividades específicas (museos, bares, parques...), y los **entornos**, que ponen el énfasis en los recursos a partir de los cuales se genera una actividad de ocio determinada, como pudiera ser una zona histórica, un área monumental o artística, las zonas naturales (playas, zonas verdes, ríos...), etc. En las últimas décadas ha tomado especial relevancia la relación del ocio con los entornos urbanizados. Dentro de ellos debemos considerar a las zonas comerciales, a las que me referiré a modo de ejemplo.

Es frecuente encontrar estudios sociológicos que señalan que «comprar» es una de las actividades de ocio más importantes del ciudadano moderno. Intentando ir más allá del dato, hay que preguntarse quiénes y por qué, dado que éste es un fenómeno reciente, al menos cuantitativamente hablando. Los estudios de Kuhn en Alemania y, posteriormente, los de M. Jansen-Verbeke en Holanda¹⁸² confirmaron la función que el ocio desempeñaba en las compras, y especialmente en las compras realizadas en zonas comerciales urbanas en las que aparecen dos características: peatonalización y presencia de un contexto histórico que enmarca el área de compras. Más adelante se han hecho otros estudios que vienen a confirmar y completar los anteriores. Tal es el caso del realizado en los centros comerciales de Puerto Rico por Nelson Meléndez, de la universidad de esa ciudad¹⁸³.

El estudio holandés se hizo a partir de los mercados al aire libre, mientras que en Puerto Rico se tomaron como referencia los

¹⁸² JANSEN-VERBEKE, M., «The inner city as a leisure product», *Word Leisure and Recreation*, 2, 27, 1985, realizados entre 1981 y 1984.

¹⁸³ MELÉNDEZ, N., *Los centros comerciales y el tiempo libre: nuevos usos de los espacios urbanos*, Puerto Rico, Universidad de América, Centro de Estudio del Tiempo Libre, 1986.

centros comerciales ubicados en estructuras cerradas. La primera investigación destacó la influencia positiva de las áreas históricas para la atracción de visitantes, así como la incidencia de las motivaciones de ocio. Una tercera parte del total de visitantes reconocía una motivación exclusiva de ocio a la hora de acudir a las zonas comerciales estudiadas; la opinión mayoritaria de los encuestados era que acudían allí para distraerse, buscar gente y pasar el tiempo. La motivación estrictamente comercial era similar o inferior a la de ocio (no pasaba de un tercio de las personas del corpus). El perfil de los visitantes con motivación de ocio era el de jóvenes menores de 25 años y personas de más de 60; ambos grupos eran también los que pasaban más tiempo en los mercados. Las conclusiones señalaban que estas zonas estaban consiguiendo un creciente atractivo entre las personas que visitaban la ciudad, convirtiéndose en un valioso recurso turístico, no tanto por lo que se compraba como por el ambiente urbano que generaba.

La investigación de Puerto Rico, realizada unos años después, ratificó algunos de los datos anteriores, a pesar del ambiente diferente en el que se realizó. Uno de cada tres visitantes dijo que el ocio era su motivación principal para visitar los centros comerciales, y el 40% de los visitantes más frecuentes, en su mayor parte estudiantes, tenía menos de veintitrés años. El mismo estudio reveló que comprar en centros y zonas comerciales es un hábito muy arraigado entre las conductas urbanas, de modo que el 67% de las personas encuestadas señaló que asistía al lugar al menos una o dos veces por semana. Al comparar las motivaciones para visitar parques y centros comerciales, el estudio encontró que, en el segundo caso, existía una motivación de ocio cuatro veces mayor que en el primero. Esto puede resultar sorprendente, pero también debe hacernos pensar.

Ecología y Naturaleza

La época industrial ha cambiado nuestra relación con la Naturaleza. Cercana a la dimensión lúdica en cuanto ocio reparador de tensiones y acción capaz de distraer y deleitar, la dimensión ecológica del ocio se caracteriza por la presencia de un elemento que determi-

na su especificidad: la Naturaleza. Se consideran aquí todas aquellas actividades de ocio que tienen lugar en un marco de «aire libre», siendo esta circunstancia un motivo esencial de su interés. Su variedad aumenta de día en día. Fácilmente vienen a nuestra mente acciones tan dispares como el paseo al aire libre, la vida de ocio en los parques, el turismo rural o ecológico, la jardinería, algunos deportes al aire libre o, incluso, las vacaciones en la playa o la montaña.

El encuentro gratificante con la Naturaleza ha sido siempre un ideal, una actividad de ocio y un tópico. Actualmente es una necesidad aún mayor de los ciudadanos de las grandes aglomeraciones urbanas, sometidos a un ritmo de vida trepidante y artificial. El ideal de vida acerca de lo natural es, sin embargo, una constante en la historia de la cultura. Su reflejo puede verse en la creación literaria, donde se ha ido reproduciendo un ideal de persona, un ideal de comportamiento y un ideal de Naturaleza; la relación con la Naturaleza se corresponde con el mundo de valores de cada época. Así, en la poesía griega la Naturaleza participa también de lo divino. Homero describe paisajes placenteros, grupos de árboles, floresta con fuentes y jugosos prados donde tienen su morada las ninfas. Los poetas que le siguieron tomaron del paisaje homérico motivos que luego se convirtieron en patrimonio estable de una larga cadena de tradiciones.

El lugar ameno, es decir, con sombra de árboles, fuente o arroyo y alfombra de césped, es el lugar ideal de sosiego y descanso de los dioses, las ninfas y los hombres, el marco ideal para el encuentro con el amigo y la tertulia. En un lugar ameno, a las puertas de Atenas, transcurre el diálogo entre Sócrates y Fedro. La vida idealizada en contacto con la Naturaleza dio lugar al desarrollo de la literatura bucólica y pastoril, reflejada posteriormente en otras artes. Aquí los pastores disfrutaban de un ocio perfecto, en medio de una vida carente de obligaciones. La Naturaleza les proporciona armonía, un aspecto que se refuerza con la práctica de la música. Pan, el genio protector de los rebaños, es al mismo tiempo el inventor de la flauta pastoril de siete cañas. La vida armónica de los pastores, asociada a la práctica de la música y la danza, tiene su expresión culminante en las *Églogas* de Virgilio¹⁸⁴. Su incidencia posterior en la

¹⁸⁴ CURTIUS, E.R., *Literatura europea y Edad Media Latina*, I, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1976, pp. 263-289.

poesía y en la idealización de la Naturaleza es algo fácilmente comprobable en la historia de nuestra cultura. La «Oda a la vida retirada» de fray Luis de León es buena muestra de ello.

La relación idealizada del hombre con la Naturaleza tiene una significación más allá del hecho literario. Los lugares amenos de las *Églogas* de Garcilaso, el canto a la Naturaleza en la obra mayor y menor de Luis de Góngora o la defensa de la vida de aldea de fray Antonio de Guevara¹⁸⁵ son, en muchos casos, vivencias personales y de época. El vitalismo que trasluce gran parte de la obra de Góngora, por ejemplo, es fiel reflejo de su propia realidad. A D. Luis le gustaba la buena mesa, las tertulias con los amigos, el encuentro con la Naturaleza y hasta el juego de cartas¹⁸⁶. De hecho, las obras literarias, lo mismo que otras artes, son expresión de realidades y contradicciones humanas. Una de ellas ha sido siempre el deseo de vivir, a un tiempo, con las ventajas de un medio urbano y un medio natural.

Afirma Curtius que desde el primer siglo del Imperio hasta la época de Goethe, la enseñanza de la literatura latina comenzaba con la lectura de la primera égloga de Virgilio. Ello explicaría, culturalmente hablando, la transmisión y perduración del ideal virgiliano de Naturaleza. Pero, con ésta u otras fuentes, la vivencia de la Naturaleza vuelve a aparecer en nuestros clásicos de la Edad Media, de la Edad Moderna o, con mayor fuerza aún, a partir del idealismo roussoniano y el romanticismo alemán. Cada época ha tenido su modo de expresarlo. En el momento actual la incidencia de la Naturaleza en los nuevos estilos de vida aumenta de día en día. La palabra de referencia es *ecología*.

La práctica del ecologismo y el encuentro gratificante con la Naturaleza forman parte del mundo moderno. Educativamente hablando es una práctica que tiene antecedentes en vivencias recreativas escolares en las que existía una evidente conexión entre educa-

¹⁸⁵ GUEVARA, fray Antonio de, *Menosprecio de la corte y alabanza de la aldea*, se publicó en Valladolid en 1539. Es el desarrollo del tradicional tópico literario *Beatus ille*; consiguientemente, se critica la vida en las ciudades y se defiende la vida sosegada de la aldea. Véanse en especial los capítulos V, VI y VII.

¹⁸⁶ DÍEZ BORQUE, J. M., *Historia de la literatura española*, II, Madrid, Guadalupe, 1975, pp. 63-64.

ción y Naturaleza. Más allá de la utopía de Rousseau, la Escuela Nueva, en cualquiera de sus experiencias, dejó constancia del papel de la Naturaleza como elemento de salud, higiene y restablecimiento de equilibrio. No es de extrañar, por tanto, la importancia que se le concede a esta dimensión del ocio en la práctica de la Institución Libre de Enseñanza o en la reflexión teórica de Luzuriaga¹⁸⁷. Llama la atención el significado que tiene en el libro de F. Ascarza y Ezequiel Solana *Cuestiones pedagógicas*, publicado en 1912 y dirigido a la formación de maestros de las escuelas públicas. Los autores señalan la importancia de los paseos escolares, indicando un cúmulo de beneficios educativos diversos: libertad de movimiento, desarrollo corporal e higiene, motivación natural y motivo de desarrollo de actitudes positivas hacia la Naturaleza, medio en el que deben tener lugar dichos paseos. Paseos y colonias escolares son excelente complemento para la educación y la recuperación física del niño. Ambos beneficios se deben al contacto con la Naturaleza¹⁸⁸.

Es difícil dejar de asociar ocio y amor a la Naturaleza con Baden Powell y el movimiento *scout*. Para entender la Pedagogía del Ocio de nuestro siglo, hay que considerar la trascendencia de su labor en la educación extraescolar de las jóvenes generaciones. El movimiento scout tiene un toque romántico y robinsoniano que se ha demostrado eficaz, educativamente hablando, a la hora de pensar en una posible planificación de la dimensión ecológica del ocio¹⁸⁹.

Partiendo de unas necesidades diferentes, pero con no pocos puntos en común con la pedagogía scout, estamos asistiendo actualmente al desarrollo de la educación ambiental. Esta modalidad trata de transmitir un nuevo modelo educativo que nos enseñe a vivir en armonía con la Naturaleza, haciéndonos asumir nuestras responsabilidades para con ella¹⁹⁰. El desarrollo de una nueva cultura

¹⁸⁷ LUZURIAGA, L., *op. cit.*, pp. 131-33.

¹⁸⁸ ASCARZA, U.F. y SOLANA, E., *Cuestiones pedagógicas* (primera serie), Madrid, El Magisterio Español, 1912, cap. XI y XVII.

¹⁸⁹ Piero Berlolini, refiriéndose a la filosofía del escultismo y comentando las ideas de Baden Powell y H. Bowchet, dice que «la naturaleza ocupa una posición importantísima en el escultismo y debe considerársela como una de sus condiciones indispensables» (*Educación y Escultismo*, Barcelona, Sucesores de Juan Gili, 1960, p. 79).

¹⁹⁰ SUREDA, J., *Guía de la Educación Ambiental. Fuentes documentales y conceptos básicos*, Barcelona, Anthropos, 1990; Varios, *Educación ambiental: Situa-*

ecológica ha tenido un impacto especial tanto en la manera de entender el mundo como en nuestras vivencias de ocio. La proliferación de granjas-escuela, clubes y asociaciones de todo tipo que pasan sus fines de semana y vacaciones recorriendo espacios ecológicos, aumenta de día en día. La moderna consideración de los parques naturales y nacionales, con sus aulas de la Naturaleza y sus itinerarios educativos, junto al turismo rural y ecológico y la puesta en marcha de nuevas conceptualizaciones como la de desarrollo sostenible, indican que esta dimensión de ocio tiene un elemento específico que dispone de un porvenir halagüeño.

Las riberas del mar

El cambio de actitud y la valoración de la Naturaleza como ámbito de ocio tiene una de sus máximas expresiones en la playa, en el descubrimiento y disfrute de la playa. Se puede decir que hasta el siglo XVIII la concepción del mar y sus riberas estaba unida a un extenso catálogo de imágenes repulsivas; el mar se percibía como el Gran Abismo, del que habla el Génesis. Un abismo insondable lleno de peligros y monstruos, que separaba a los hombres, recordándoles el último diluvio. Ésta era una imagen que se extendía tanto a la inmensidad del mar como a las orillas y poblaciones que vivían cerca. Las arenas de la playa formaban parte del tercer círculo del Infierno de Dante. Las cóleras del mar que aparecen en la Eneida, junto a los relatos medievales de las tempestades y naufragios camino de Tierra Santa, habían desarrollado una literatura que repitió ese tópico tanto en poesía como en epopeya y novela, dejando una profunda huella en los lectores del imperio romano, y en los que rescataron sus textos a partir del Renacimiento.

El cambio de percepción se produce en el siglo XVII. Por un lado hay que considerar los avances de la oceanografía realizados en Inglaterra entre 1660 y 1665; pero también hay que considerar con igual o mayor importancia otros avances culturales. Uno de ellos, y no poco importante, es la progresiva desaparición de Satán

ción española y estrategia internacional, Madrid, Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo, 1989.

de la historia mental de Occidente, unida al desarrollo de la teología natural¹⁹¹. Otro avance tiene que ver con el inicio del turismo moderno y de las visitas a Holanda y a la bahía de Nápoles.

Los románticos, aunque no fueron los descubridores del mar, sí fueron los primeros en desarrollar un discurso coherente sobre el mismo, enriqueciendo el gozo de la playa a través de nuevos modelos de contemplación. Los románticos hacen de la ribera un lugar privilegiado del descubrimiento del yo, sus maneras inéditas de apostarse, estacionarse, sentarse y tenderse en la playa muestran una profundización de la búsqueda. La visión romántica traspasará el culto a las maravillas de la Naturaleza, repletas de grutas, cavernas, rocas despedazadas o dunas, que era lo que gustaba para pasar al éxtasis de los sentimientos y las emociones que se pueden experimentar en las riberas.

En la segunda mitad del siglo XVIII, la moda del baño en el mar se impone como remedio terapéutico inspirado en las estaciones termales. A los prodigios del mar y del baño se irán añadiendo, años más tarde, el descubrimiento del poder farmacológico del yodo y el bromo, junto a la revalorización del oxígeno del aire puro, tan necesario para combatir las enfermedades pulmonares. Entre 1755, año en el que el doctor Russell se instala en Brighton, y 1780, Inglaterra desarrolla un modelo de estancia marítima que se irá imponiendo poco a poco. El establecimiento de los baños favorece el desarrollo de las actividades lúdicas, festivas y terapéuticas. Ese modelo se impondrá en la década 1820-30 a otros muchos lugares. A partir de 1794 surgen estaciones balnearios en las orillas del Báltico, y más tarde dos importantes centros franceses, Granville y Biarritz.

Para A. Corbin, «a las orillas del mar se elabora un modelo de comportamiento centrado en el propio yo individual que sucede o se yuxtapone al del retiro rústico»¹⁹², pero esta emigración hacia las riberas no se explica sólo por los placeres que representa Brighton. «El ciudadano moderno viene a las orillas del mar a descubrirse a sí mismo, a experimentar sus límites»¹⁹³; junto al mar se descubre

¹⁹¹ CORBIN, A., *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*, Barcelona, Mondadori, 1993, p. 9.

¹⁹² CORBIN, A., *op. cit.*, p. 64.

¹⁹³ *Ibid.*, p. 73.

un nuevo orden de sensaciones que permiten serenar el espíritu, buscar la armonía con la Naturaleza y el propio cuerpo y encontrarse con el propio yo.

El éxito paulatino de la visita a las playas se debe a un conjunto de factores que van más allá de la sensibilidad y la terapia; la convivencia, el encuentro de turistas y la distinción son también elementos importantes. Ello traerá la reorganización de hábitos y costumbres, nuevos usos del tiempo y el desarrollo de distracciones que configuran poco a poco el modelo de vacaciones marítimas. El modelo social de la estancia veraniega era, hasta mediados del siglo XIX, familiar y amical. La creciente salida al campo y la aglomeración que se irá produciendo en las estaciones termales preludivan las salidas de los actuales «fines de semana».

La mayor parte de la población, en los países desarrollados, vive en zona urbana y su encuentro con el medio natural se produce por motivos de ocio. En ese contexto, el campo, la playa o la montaña se transforman en objeto de deseo y peregrinación. El 90% de los americanos de todas las edades practican actividades de ocio al aire libre, al menos una vez al año. El motivo, señalado en el 68% de los casos, es disfrutar de la Naturaleza. De modo que la relación ocio-Naturaleza es un aspecto importante en el desarrollo de la conciencia de conservación y preservación del medio ambiente. No es casualidad que el desarrollo del agroturismo o del turismo rural y ecológico sea un fenómeno coincidente con el final de siglo. Sólo el Bureau of Land Management, en EE.UU., recibe una cifra que supera los 91 millones de visitas en los 203 espacios naturales que administra, cifra muy inferior a las que publican el U.S. Forest Service o el U.S. Army Corps of Engineers. El parque natural de Iguazú, en Argentina, está alcanzando cotas de visitantes cercanas al millón, a pesar de su distancia de grandes centros urbanos y el consiguiente desplazamiento que requiere su visita. La Naturaleza como espectáculo, como encuentro contemplativo y como conocimiento, es una fuente inagotable de ocio en la que queda mucho por descubrir.

El desarrollo de recientes deportes, relacionados con la Naturaleza y el medio ambiente, forma parte de futuros escenarios de ocio relacionados con el valor que se comenta. El desarrollo del senderismo, *mountain bike*, *trekking*, *surf*, piragüismo, *rafting*, ala delta

u otras prácticas en esa línea hacen pensar no sólo en un nuevo diálogo entre la persona y la Naturaleza, sino en la necesidad de tomar medidas educativas y preventivas para que dichas actividades sigan las pautas consensuadas por la Educación Ambiental.

10. Dimensión solidaria del ocio

Aunque resulta imposible entender una adecuada realización del ocio, en cualquiera de las dimensiones referidas, sin la interrelación directa de lo personal y lo social, considero necesario diferenciar la dimensión solidaria del ocio. La dimensión solidaria del ocio la entiendo como una vivencia altruista y social del ocio y, al mismo tiempo, como la necesidad de participar y «hacer partícipes de», que va unida a toda experiencia de ocio maduro. Pieper decía que la actitud que genera la vivencia madura de una experiencia de ocio no es «asirse», sino «desasirse». Es decir, que la verdadera experiencia de ocio no potencia el egoísmo, la cerrazón en uno mismo, sino la apertura, la comunicación, la entrega al otro. Frente a la vivencia hedonista orientada egoístamente al disfrute del sujeto, Spranger y Bollnow¹⁹⁴ propugnan el «despertar del mundo interior» a través de las acciones de ocio que se abren «al otro». Toda experiencia madura de ocio requiere, ya se ha dicho, la creación de un ámbito de «encuentro» en el que tiene lugar la realización del mismo. Pero, al mismo tiempo, la vivencia placentera del «encuentro» gozoso conduce a una necesidad de expresión, de compartir con los demás. Precisamente este es uno de los rasgos que diferencia el llamado ocio serio, frente al ocio casual, según puede observarse en los últimos estudios realizados por R. A. Stebbins y otros¹⁹⁵.

Etimológicamente, *solidaridad* es un término que viene de *solidus*: fuerte, consolidado. Aunque el sentido actual, procedente de los ambientes sociales del siglo XIX y concretamente de medios jurídicos, ha incorporado a su significado primitivo unión y vincula-

¹⁹⁴ SPRANGER, E., *Perspectivas pedagógicas*, 1958; BOLLNOW, O.F., *Filosofía de la existencia y pedagogía*, 1959.

¹⁹⁵ STEBBINS, R.A., *Amateurs, Professionals, and Serious Leisure*, Montreal y Kingston, McGill-Queen's University Press, 1992.

ción entre personas, el de responsabilidad recíproca personalizada y adhesión circunstancial a una causa o empresa ajena. Frente a la tendencia natural propia de los seres humanos, que es el egoísmo y recibir, la dimensión solidaria basa su satisfacción en la libre ayuda y el desprendimiento. En la vida práctica la dimensión solidaria se hace realidad a través de tres manifestaciones: comunicación, cooperación y ayuda.

La comunicación se corresponde con el conocimiento. Siempre que se difunden ideas relacionadas con las vivencias positivas de ocio se está actuando solidariamente a este nivel. La cooperación tiene como aspecto esencial la participación en un proyecto cuyos beneficios se reparten entre las personas implicadas. Buena parte de las asociaciones culturales, deportivas o musicales se basan en este sencillo planteamiento. Normalmente las personas que practican un ocio serio están dispuestas a llevar a cabo acciones solidarias que no tienen como fin una rentabilidad económica, sino la realización de nuevas acciones de ocio especialmente satisfactorias para los que colaboran en su organización y difusión.

La ayuda es entendida como entrega desinteresada en beneficio de los otros o de unas determinadas ideas. La satisfacción que reporta se relaciona con la apertura personal, el encuentro con el otro y el gozo de ayudar. En la vida práctica nos sitúa en el mundo del voluntariado, de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y, en algunos casos, en determinadas asociaciones.

Hablar de ocio y solidaridad no es nada nuevo. Sería difícil entender la evolución de los llamados movimientos de tiempo libre, las universidades populares, las asociaciones juveniles, las colonias de verano o el desarrollo de las mismas fiestas populares sin encontrar una relación estrecha entre ejercicio de ocio y solidaridad¹⁹⁶. Tampoco es posible olvidar aquí el papel del voluntariado en las sociedades modernas y su incidencia social y cultural a partir de marcos de referencia de tiempo libre.

Su desarrollo está unido a los movimientos sociales de tres momentos diferenciados: el nacimiento del movimiento liberal, hacia

¹⁹⁶ MENDIA, R., «Claves para elaborar una Historia de la Animación Sociocultural en Euskadi», en *Encuentro sobre animación sociocultural*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Cultura y Turismo del Gobierno Vasco, 1987, pp. 15-36.

finales del siglo XVIII, en torno a temas culturales (academias, Amigos del País...); los movimientos de los trabajadores de finales del siglo XIX (relacionados con agrupamientos deportivos y de ocio), y los nuevos movimientos sociales que aparecen en el siglo XX, al final de la década del 60, relacionados con el entorno, medio ambiente, mujeres, artes, discapacitados, etc. Todos ellos tienen que ver con el proceso histórico de la dimensión solidaria del ocio o su gestación.

Voluntariado y asociacionismo son términos relacionados, pero que no siempre siguen los mismos caminos. Sabemos que el asociacionismo español se caracteriza por un escaso índice de penetración: cuatro de cada diez españoles pertenecen a una asociación voluntaria. Dentro de este grupo, el voluntariado cultural corresponde a una escasa minoría. En nuestro país predomina un asociacionismo expresivo, es decir, centrado más en temáticas de ocio que laborales, más frecuente entre hombres que entre mujeres. El asociado/voluntario tipo es el joven soltero que vive en ciudades de tamaño medio (entre 50.000 y 100.000 habitantes), de clase acomodada y escolarmente cultivado¹⁹⁷.

Junto a él existe un voluntariado intensivo, de profundas convicciones, aunque mucho más minoritario. Aún así, datos recientes cifran que estos grupos de solidaridad y cooperación están experimentando un crecimiento notable en España durante los últimos años. Se manejan datos cercanos que superan el millón de personas; pero si comparamos con los de otros países, como Estados Unidos, la realidad sigue siendo escasa¹⁹⁸.

La acción voluntaria se produce a partir de un compromiso libre, pero su labor debe estar integrada en una tarea profesionalizada. El voluntario actual tiene un carácter participativo y cooperativo diferente, promueve programas de desarrollo en los temas que se implica, pero dentro de los marcos de una organización y con unos planteamientos llevados a cabo por expertos. Un experto o dinamizador no puede ser una persona cualquiera, necesita tener las ideas claras sobre qué y cómo quiere que ocurra la experiencia del

¹⁹⁷ FUNDACIÓN FOESSA, «Ocio y Estilos de Vida», en *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Madrid, Fundación FOESSA, 1994, pp. 1985-86.

¹⁹⁸ Revista RAS (Bilbao, Universidad de Deusto), 10, 1998, pp. 10-14.

grupo y la labor que se le encomienda. Es una persona que necesita preparación, ayuda, comunicación con otras experiencias similares y, por supuesto, actualizarse en los nuevos modos de acción y organización. Más allá de la buena voluntad, el voluntariado emergente tiene una dimensión social y política que requiere de una acción cualificada. Una acción cualificada que precisa de formación para hacer las cosas con eficacia y calidad, formación para estar al día y no perder el pulso de las nuevas demandas y las nuevas generaciones.

La dimensión solidaria del ocio produce como resultado de su vivencia desarrollo comunitario. Pero mientras los movimientos sociales, políticos o culturales centran dicho desarrollo en la reivindicación de la justicia y el aumento de calidad de vida en general, en la dimensión solidaria del ocio la actuación se realiza desde la necesidad de llenar un tiempo libre o la de participar en una experiencia altruista de ocio, desde la reivindicación de un estilo de vida mejor en el que la vivencia de ocio tenga una ubicación adecuada.

El estudio del ocio en relación con los nuevos estilos de vida¹⁹⁹ ha permitido distinguir dos tipologías de ocio. La primera, denominada «ocio serio o sustancial», se relaciona con la práctica sistemática de una actividad voluntaria que los participantes encuentran tan esencial a sí mismos que la entienden como expresión de su personalidad. La segunda forma, conocida como «ocio casual» u «ocio para la diversión», es una actividad que constituye fuente de placer a corto plazo, que requiere poca o ninguna formación para disfrutar de ella. El «ocio sustancial» tiene gran importancia para la dimensión solidaria porque fomenta el desarrollo de nuevas mesoestructuras humanas, que forman mundos sociales diferenciados y asumen roles de desarrollo comunitario en función de su específica identidad. No resulta ajeno en nuestro entorno cotidiano ver cómo la ópera, el teatro o el ciclismo, por citar algún ejemplo, son acciones realizadas, fomentadas y difundidas por asociaciones o sociedades en la raíz misma de cuya actuación están el voluntarismo y la vivencia del ocio.

¹⁹⁹ STEBBINS, R.A., «Social World, Life-style, and Serious Leisure: Toward a Mesostructural Analysis», *World, Leisure and Recreation*, 1, 35, primavera 1993, pp. 23-26. También KAIERO, A. (ed.), *Valores y estilos de vida*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1994.

La dimensión solidaria del ocio puede entenderse también como el desarrollo de la dimensión social que se esconde en toda experiencia de ocio: interacción personal, grupal y comunitaria. El ejercicio del ocio permite fomentar y ejercitarse en roles y valores sociales, tan necesarios como la vida misma. Pero, sobre todo, esta dimensión es la realización desinteresada del deseo de ayudar a otras personas, lo que implica cooperar en su felicidad y fomentar la vivencia de experiencias gratificantes, que, como se ha comentado en el apartado correspondiente, son difíciles de entender sin relacionarlas con la experiencia de ocio. 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.

II

El ocio como experiencia extraordinaria: la fiesta

Introducción

Hace tiempo que la realidad festiva viene siendo motivo de reflexión interdisciplinar. Los trabajos de J. Amades, M. Bataillon, R. Caillois, J. Caro Baroja, H. Cox, G. Dragoski, N. Epton, F. R. de la Flor, P. Laín Entralgo, E. Otto, J. Pieper o V. Turner²⁰⁰, por citar sólo algunos investigadores significativos con distintos posicionamientos antropológicos o humanistas, son llamadas de atención sobre la importancia de la fiesta en la vida de la persona.

Las fiestas son escenarios de ocio en los que cada sociedad proyecta sus valores, pautas, actitudes y patrones de conducta estereotipados y ritualizados²⁰¹. La expresión de todo esto no se realiza muchas veces de modo directo, sino especialmente de modo indirecto y a través de un lenguaje simbólico que es necesario desentrañar. La fiesta facilita la expresión de valores antitéticos y universales: vida/muerte, profano/sagrado, lo natural/lo sobrenatural. Pero, junto a ello, se refleja la disputa entre lo viejo y lo nuevo, entre la tradición y la renovación, entre los valores impuestos y los valores espontáneos. La vivencia más o menos consciente de esta dimen-

²⁰⁰ Véase la bibliografía.

²⁰¹ PRAT, J., *Aspectos simbólicos de las fiestas*, p. 163.

sión transforma la fiesta en espectáculo y al pueblo en espectador de su propia fiesta. Esta sensación, que ya ha sido señalada por Valdés²⁰², permite hablar de las fiestas como modelo de o para la realidad. El primer caso corresponde a la fiesta que refleja la concepción real que la sociedad tiene de sí misma. El segundo se refiere a lo que la comunidad estima que debiera ser el ideal.

La realidad de la fiesta, en cuanto ocio, es una realidad en la que se produce la paradoja de que «lo fugitivo permanece»²⁰³. En efecto, en la fiesta se produce una intensificación de la vida en un tiempo libre y breve que se convierte en hito y referencia de la vivencia humana y su devenir. La interrelación de las fiestas con los ciclos temporales o vitales muestra que la realidad festiva va más allá de las meras costumbres de una colectividad humana y se transforma en puntos de referencia que expresan una realidad temporal más amplia, que trasciende su propia realidad fugaz. Desde el punto de vista del ocio, la fugacidad de la fiesta se amortigua a partir de la vivencia sucesiva de sus tres momentos: preparación, celebración y recuerdo. De este modo, el acto festivo cobra sentido también como acto lúdico y creativo, además de ser en sí mismo una realidad extraordinaria. La brevedad del ocio festivo se engrandece por la transmutación, algo que no ocurre en el ocio cotidiano. La transformación de la realidad y sus elementos hacen de la vivencia festiva una vivencia de ocio por excelencia. Gracias a la libre implicación del elemento subjetivo individual y comunitario se consigue hacer perdurable su temporalidad fugaz.

La palabra *fiesta*, que analizaremos luego, es un término demasiado amplio que necesita de una concreción determinada por su ubicación en una de sus diferentes clases. Mayoritariamente las fiestas tradicionales se clasifican en función del tiempo en el que se realizan, agrupándose en períodos estacionales. Los estudios de Caro Baroja, Nina Epton o José M.^a Jimeno, por citar algún ejemplo, responden a esta clasificación temporal. Pero más allá de esa agrupación genérica, muchas fiestas tienen su propio nombre: Car-

²⁰² VALDÉS, R., «Teatro y fiestas populares», *Extra Ajoblanco*, 13, 1979.

²⁰³ FLOR, F. R. de la, *Atenas castellana, Ensayos sobre cultura simbólica y fiestas en Salamanca del Antiguo Régimen*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 1989, p. 42.

naval, Navidad, Corpus Christi... Son las grandes fiestas en torno a las cuales aparecen también ciclos. Los ciclos festivos corresponden a celebraciones de tipo tradicional. En las *Siete Partidas* de Alfonso X²⁰⁴ se dice que hay fiestas de tres clases: las que manda la Santa Iglesia, las que mandan los emperadores y reyes y las que son de «provecho comunal a los hombres», llamadas ferias. Como ejemplo de estas últimas se refiere a las de recolección. Desde un planteamiento muy distinto, Luis de Hoyos, en su *Manual del folklore*²⁰⁵, las agrupa en tres grandes secciones: naturales o primitivas (míticas, estacionales y agrícolas), sociales o de jerarquía superior (religiosas, históricas y críticas) y fiestas privadas o familiares.

Más rupturista es la clasificación de Gil Calvo²⁰⁶ cuando habla de fiestas libertarias, comunitarias y autoritarias. Por fiestas libertarias entiende aquéllas en las que se produce una afirmación de la libertad por antonomasia. Pone el ejemplo de las fiestas juveniles en la época moderna, muchas de ellas celebradas a nivel extraoficial y clandestino. Para Gil Calvo estas fiestas no son otra cosa que la emancipación de ciertos modos de vida y de las propias identidades personales, a veces no todavía definidas, que se expresan a través de esta manifestación festiva. Frente a lo minoritario y exclusivista, presente de alguna manera en las fiestas libertarias, las fiestas comunitarias representan la supremacía de lo público y lo comunitario sobre los intereses privados. Gil Calvo²⁰⁷ afirma que el prototipo de fiesta comunitaria es la fiesta de bodas, porque implica la fusión de dos familias antes independientes. Pero también las fiestas tradicionales y patronales son eficientes ejemplos de festejos comunitarios. Finalmente, las fiestas autoritarias se corresponderían con una manipulación del acto festivo desde el poder. Es la vieja teoría del *panem et circenses* de Juvenal y a la que Gil Calvo se refiere para recordarnos que las fiestas han sido y siguen siendo utilizadas como elemento de manipulación del poder. Los poderes gratificantes de la vivencia festiva también sirven para seducir a los súbditos y lograr el sometimiento y la obediencia al poder estable-

²⁰⁴ ALFONSO X, Partida primera, preámbulo del título XVIII.

²⁰⁵ HOYOS, L. y N., *Manual del Folklore*, pp. 393-396.

²⁰⁶ GIL CALVO, E., *Estado de Fiesta*, Madrid, Espasa-Calpe, 1991, pp. 111-183.

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 150

cido. La fiesta, acto sublime de ocio, también puede ser en muchos casos instrumento de degradación.

Los valores, pautas, ideales e intereses comunitarios se reflejan en la celebración festiva a través de múltiples modos de reconocimiento social. Pedro Gómez García²⁰⁸ afirma que si los valores e intereses reales del pueblo (individual y socialmente considerado) logran transmitirse adecuadamente, se consigue la realización de la identidad ideológica *vernácula*. Una de sus características sería la inexistencia de símbolos perdurables. Frente a ella, la *identidad carismática* reflejaría la sociedad jerarquizada, identificando ideas y valores con personas relevantes en las que el pueblo se siente representado (reina de fiestas, cofrades, autoridades, etc.). Finalmente, la *identidad institucional* se reflejaría por el predominio exclusivo de símbolos especializados, que pudieran considerarse como «sagrados», en cierto sentido, pero al mismo tiempo custodiados y algo impuestos por las clases dirigentes de la comunidad. La expresión de una u otra identidad en el desarrollo de una fiesta no es algo positivo o negativo en sí mismo, siempre que responda a algo vivo y con sentido comunitario.

Junto a la vivencia de ocio, la fiesta lleva a cabo una potenciación ideológica que difícilmente puede ser unidireccional; normalmente es plural. De ahí que las identidades antes aludidas no tengan por qué entrar en conflicto y hasta resulte habitual que puedan convivir simultáneamente. Las fiestas expresan valores, pautas, ideales e intereses, pero, al mismo tiempo, ayudan a actualizarlos y renovarlos. El proceso de intensificación cultural que se produce a través de actos libres en los que nos sentimos autoexpresados es algo específico del ocio festivo. Las páginas que siguen se ocupan de desarrollar estos temas, destacando la vivencia y la clarificación del ocio festivo como necesidad comunitaria. Las fiestas tradicionales, para que sigan realmente vivas, han de cuidar la convivencia de lo antiguo y lo nuevo, de lo tradicional y lo novedoso; pero también han de estudiarse desde sus múltiples razones y ángulos.

²⁰⁸ GÓMEZ GARCÍA, P., «Hipótesis sobre la estructura y función de las fiestas», en *La fiesta, la ceremonia, el rito*, Granada, Universidad de Granada, Casa Velázquez, 1990, p. 56.

11. Dimensión festiva: la fiesta y su sentido

Afirma Laín Entralgo que la fiesta es la hora del ocio gozoso y alegre, un ocio que se realiza en la esfera del culto, de lo extraordinario y de lo sagrado²⁰⁹. Como dimensión de ocio, la fiesta requiere un adecuado estado de ánimo, libre consentimiento y un espacio de libertad. En la fiesta cobran sentido saberes no productivos tales como el canto, la música y la danza. La fiesta es el acontecimiento global y social que sintetiza el esfuerzo comunitario por lo no útil, el ocio por excelencia. Las fiestas son fenómenos decisivos para la comprensión de las vivencias del ocio en una comunidad. Las fiestas nos hablan de cohesión, solidaridad, identidad y pervivencia de los grupos humanos. La fiesta es el mensaje con el que expresamos nuestro sí a la vida, es una afirmación de la bondad del mundo y la existencia.

Pieper señala que apenas estaríamos en desacuerdo con quien dijera que la fiesta «es un día en el que los hombres se alegran»; pero, añade, «*la alegría* es, por naturaleza, algo subordinado, algo secundario. Nadie puede alegrarse «absolutamente» por razón de la alegría»..., «la exigencia de alegría no es otra cosa que el deseo de que debería ser motivo y ocasión para alegrarse»²¹⁰. El motivo es la razón y fundamento de la alegría. A la alegría inicial que se supone en los asistentes a una fiesta habría que añadir lo gratificante y placentero de su vivencia. La sensación agradable se potencia por la interacción comunicativa que se desarrolla en el ámbito festivo. La capacidad de impresionar, propia de la organización festiva, favorece la capacidad de comunicación y el contagio de la alegría.

Para Pieper²¹¹, el núcleo esencial de toda fiesta «no es otra cosa que la vivencia de esta afirmación»; de ahí que toda fiesta tenga su mejor expresión en el culto. En la celebración de una auténtica fiesta se superan las barreras de la existencia temporal y se consigue la renovación, la transformación y el renacimiento. Pero la fiesta es un ocio gozoso de carácter público, no se justifica desde

²⁰⁹ LAÍN ENTRALGO, P., «*El Ocio y la Fiesta en el pensamiento actual*», en *Ocio y Trabajo*, Madrid, Revista de Occidente, 1960, p. 38.

²¹⁰ PIEPER, J., *Una teoría de la fiesta*, Madrid, Rialp, 1984, pp. 36 y ss.

²¹¹ PIEPER, J., *op. cit.*, pp. 31-32.

una vivencia exclusivamente individual. La fiesta sólo tiene sentido cuando se comparte.

Aunque los estudiosos de las fiestas diferencian entre la preparación y la celebración de un acto festivo, desde una perspectiva de ocio no hay que olvidar un tercer momento, la vuelta a la normalidad y, consiguientemente, el recuerdo. La actividad gozosa de *preparar un acto festivo* suele ser algo variado y de dimensiones no precisas. Según la importancia real o subjetiva de los acontecimientos, la preparación de una fiesta es algo que puede durar años, meses o días. La preparación de una fiesta supone un cúmulo de actividades varias que afectan a todos los participantes, aunque en proporción muy diversa. La disposición del tiempo y la adecuación del espacio son dos de los aspectos más significativos. Pero, junto a ellos, habría que citar la disposición y puesta a punto de los materiales necesarios, la comunicación pertinente, el traje de fiesta y la misma preparación de los cuerpos. Los baños, limpiezas y demás cuidados higiénicos tan habituales en nuestra época tuvieron en el pasado connotaciones rituales que formaban parte de la purificación necesaria para iniciar los actos ceremoniales y festivos.

Turner²¹² encuentra que *la celebración de una fiesta* tiene, a su vez, tres fases diferenciadas: la *inauguración*, con sus correspondientes actos significativos (encendido de alumbrado, chupinazo, subida del telón...), el *proceso festivo* en el que sucede todo aquello que constituye el contenido mismo de la celebración (ritos, danzas, juegos...) y el *fin de fiesta*, momento último en el que se produce una vuelta a la normalidad a través de alguna acción diferenciada que indica el final del acto festivo.

Las comidas son uno de los aspectos característicos de la vivencia festiva. Algunas fiestas religiosas incorporan la matanza de animales o el consumo de ciertos alimentos con una connotación simbólica y ritual. Los banquetes festivos propician sobremanera la creación y desarrollo del ambiente, facilitan el encuentro y la confraternización, al tiempo que fomentan un sentimiento de renovación de los lazos sociales y comunitarios. La ingestión de bebidas es, junto a los alimentos, uno de los elementos que están presentes desde la misma prehistoria de las fiestas. La bebida por excelencia

²¹² TURNER, V., *El proceso ritual*, Madrid, Taurus, 1988.

en las fiestas dionisíacas era el vino; a sus variedades se fueron uniendo la cerveza y demás bebidas embriagadoras que siguen, aún hoy, desempeñando el rol de «animadores» y «exaltadores» de los sentimientos festivos. De *música, canción y danza* se ha dicho que son saberes no útiles que adquieren su sentido en la celebración misma de la fiesta. Ya se ha dicho que Aristóteles consideraba a estas artes la más genuina ejemplificación del ocio. Música, canción y danza son manifestaciones ambivalentes de placer, alegría y juego, por un lado, y reto, ceremonia y culto por otro.

La vuelta a la normalidad y el recuerdo constituyen la última parte de la fiesta. Se inicia justo cuando acaba, cuando la fiesta empieza a ser pasado. El recuerdo, su narración y su *revival* a través de medios técnicos ó imágenes permiten al hombre moderno redescubrir la fiesta. El ocio, en cuanto acción gratificante, recreadora a veces del pasado, no puede estar ajeno a esta última vivencia que propicia nuevas vivencias del momento desde diferentes planos: afectivo, intelectual, analítico, histórico, etc.

Vivencia extraordinaria de ocio

La fiesta, en cuanto manifestación extraordinaria y fugaz de ocio, es ante todo una vivencia subjetiva. De ahí que sea necesario referirnos a tres valores dominantes en el ánimo festivo (alegría, espontaneidad y libertad), junto a dos rasgos inherentes al espíritu de la fiesta (exceso y ruptura). La vivencia de estos valores y su manifestación van unidos a cada persona y a cada pueblo, en cada momento de la Historia.

Desde un planteamiento de ocio, la fiesta es un estado placentero motivado por una serie de actividades que hacen posible la vivencia de unos momentos extraordinarios que tienen lugar durante la celebración de la fiesta. Desde el punto de vista del ocio, la fiesta es descanso psicológico, en cuanto cambio de actividad habitual; es contraste, con relación a las prácticas de ocio habituales; es reconocimiento del sentido de lo extraordinario, comunión con la comunidad que comparte esas vivencias, y generosidad, porque implica la realización de esfuerzos encaminados a alegrar a los otros. La vivencia de la dimensión de ocio de

la fiesta es mayor en la medida en que se extiende a las partes señaladas en su proceso.

Diversos autores consideran que la fiesta es una experiencia extraordinaria y necesaria a la vez. Gil Calvo, partiendo de la consideración del hecho festivo como fenómeno específicamente humano, afirma que «los seres humanos hacemos fiestas porque gracias a ello nos sentimos mejor y llegamos a hacernos mejores: tanto en capacidad de trabajo y organización social como en bienestar corporal y capacidad de hacernos felices unos a otros. Es por eso que hacer fiesta es una necesidad antropológica y biológicamente evolutiva, es decir, física y corporal. Y que por eso constituye nuestra razón vital»²¹³. Como contrapunto, excepción y vivencia de una dimensión extraordinaria, la fiesta es un componente esencial de la vida humana. Su pérdida desarraiga a la persona de su pasado y recorta sus posibilidades de futuro, embotando su sensibilidad psíquica y espiritual. Desde un punto de vista positivo, la fiesta es necesaria porque a través de ella se accede a un estado de ánimo y a una vivencia peculiar de la existencia en la que predominan los valores positivos tales como alegría, plenitud, encuentro, confianza y, en última instancia, una manera de vivir la felicidad.

Como manifestación extraordinaria de ocio comunitario, las fiestas pueden generar actitudes que favorecen o entorpecen determinados comportamientos de la comunidad. El hecho de izar o no una bandera, incluir en el programa unos u otros actos, no es indiferente a la situación política y social que se está viviendo en el momento. Porque, como señala Prat, «la fiesta nos informa, parecidamente y a través de mecanismos variados, de la percepción que cada sociedad posee acerca de los roles sociales por sexo, edad, clase social, situación matrimonial, etc., negando o reforzando papeles lúdicos y marcando, asimismo, los canales adecuados de participación de los diferentes grupos sociales»²¹⁴. La fiesta se convierte en una obra acabada de ocio cuando se vive completamente, individual y socialmente, y en sus tres momentos: preparatorio, procesual (con sus tres fases) y final sosegado en el que pasa a formar parte de nuestra experiencia.

²¹³ GIL CALVO, E., *op. cit.*, p. 26.

²¹⁴ PRAT, J., *op. cit.*, pp. 162 y 163.

Las fiestas son ocio a través de la participación activa en cualquiera de sus fases. Desde ese punto de vista es como han de entenderse las palabras de Kopp, cuando afirma que «la verdadera fiesta sólo conoce con-celebrantes, no espectadores; lo que cada uno aporta a la fiesta no debe servir nunca de mera presentación, sino que constituye una auto-presentación dentro del marco de una comunidad que le envuelve»²¹⁵. Kopp señala que la formación personal no es posible sin la interiorización, y de ahí que las celebraciones festivas y solemnes sean una de las ayudas más importantes para interiorizar ideas y valores. En ellas vienen a coincidir los principales medios que conducen a la interiorización: «vivencia, «ocio», encuentro»²¹⁶.

La fiesta y su sentido

Una experiencia de ocio autotélico es siempre afirmación del sujeto que la vivencia; pero, en el caso de la fiesta, es también una afirmación social y comunitaria en la que conviene profundizar. Alfonso López Quintás afirma que «la fiesta es un ámbito luminoso que surge cuando diversas líneas de sentido se interfieren y alumbran un campo de posibilidades... Una orgía presenta ciertos rasgos comunes con el acontecimiento festivo... pero no constituye una fiesta porque el éxtasis propio de la fiesta significa un ascenso a niveles de experiencia muy altos y la orgía es una salida de sí que supone un descenso a niveles cercanos al grado cero de creatividad»²¹⁷.

La fiesta esconde la necesidad intrínseca de su rápida caducidad. Uwe Schultz señala este rasgo como elemento esencial que une el hecho festivo y el teatro²¹⁸. No es extraño, por tanto, que el Barroco haya sido un tiempo festivo y teatral por excelencia, un pe-

²¹⁵ KOPP, F., *Fundamentos de Didáctica*, Madrid, Dirección General de Enseñanza Media, 1967, p. 300.

²¹⁶ *Ibid.*, p. 299.

²¹⁷ LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, 3.ª ed., Madrid, Rialp, 1998, pp. 247-48.

²¹⁸ SCHULTZ, U., *La Fiesta. Una historia cultural desde la antigüedad hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1993, p. 14.

ríodo en que se tenía consciencia generalizada de los difíciles límites entre la realidad y la apariencia, la ilusión y la fugacidad. *La vida es sueño* de Calderón no es sólo una expresión literaria, es también una expresión festiva, pensada para un tiempo de fiesta en el que se intentaba que la vivencia de lo efímero se transformara en algo perdurable. En cierta medida, éste sigue siendo un mensaje actualizado, porque la fiesta esconde un metadiscurso de cultura que le permite ser espejo de una realidad más amplia que su propia realidad fugaz.

¿Qué es fiesta?

Desde un punto de vista lingüístico, *fiesta* es un término semi-culto descendiente del latín tardío, primitivo plural de *festum*, palabra emparentada con «feria»²¹⁹. Es sinónimo de diversión, regocijo, agasajo, reunión en la que se celebra algo, solemnidad y festividad religiosa. Tener fiesta indica no tener que trabajar, de ahí que vacaciones y fiestas sean términos cada vez más unidos. El Diccionario de Autoridades dice que la fiesta es «el regocijo público que se hace con el concurso del Pueblo, para que logre algún descanso de las fatigas comunes de la naturaleza», mientras que las fiestas se refieren a los «ágapes u obsequios que se hacen para complacer u atraer la voluntad de alguno: y así se dice, que un perrillo hace fiestas a su Amo, que el ama divierte al niño con fiestas»²²⁰.

En realidad la palabra fiesta es hoy un término general, de significación muy amplia. Para saber de qué hablamos es necesario especificarlo más, concretando el tipo de fiesta o la contextualización de su sentido. En cualquier caso, la oposición y complementariedad del *homo festus* respecto del *homo laboriosus* es algo que, al menos teóricamente, está puntualizado a partir de los trabajos de Durkheim²²¹. A la continuidad, rutina, tranquilidad, atonía, calma, orden y comedimiento de la vida cotidiana se opone la efervescen-

²¹⁹ COROMINAS, J. y PASCUAL, J.A., *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*, II, Madrid, Gredos, 1984, p. 893.

²²⁰ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de autoridades*, Madrid, 1732, p. 747. (Edición facsímil: Madrid, Gredos, 1963.)

²²¹ DURKHEIM, E., *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, París, 1912, cap. II, III y VII.

cia, el exceso, la ruptura, el frenesí y la renovación que proporciona la vivencia de la fiesta. El *homo festus* representa la afirmación de lo extraordinario y la necesidad de vivirlo como compensación del esforzado quehacer de cada día. Al conocimiento del *homo festus* es posible acceder a partir de la conceptualización de la fiesta y, más especialmente, a partir de las maneras concretas de entenderla y de vivirla. La fiesta ha sido entendida, desde su profundización teórica, como paroxismo, cultura, fenómeno social y público, ruptura y acontecimiento comunicativo:

Paroxismo

Para R. Caillois la fiesta es el *paroxismo* de la sociedad, a través del cual se purifica y se renueva. Desde un punto de vista religioso y mítico su objetivo es la renovación de la naturaleza y la comunidad. La fiesta es la vuelta al Caos y la remodelación de la realidad, es el punto culminante desde un punto de vista religioso y económico. «Se revela como el fenómeno *total* que manifiesta la gloria de la colectividad y la favorece en su ser»²²².

Un complejo cultural

«La fiesta es un complejo cultural de carácter universal, puesto que lo encontramos en todas las sociedades humanas, tanto del pasado como del presente»²²³. Turner también habla de la fiesta como modelo cultural con una significación escondida, sólo accesible a expertos y a iniciados. Esta significación escondida es trasladada por Freud más allá, hasta el inconsciente universalmente compartido, que puede aflorar a través del psicoanálisis. En cuanto complejo cultural, las fiestas constituyen un medio excepcional para el estudio y conocimiento de los pueblos y las comunidades. En ellas confluyen gran parte de sus actividades sociales, religiosas, económicas, históricas, simbólicas e ideológicas.

²²² CAILLOIS, R., *La Fiesta*, en HOLLIER, D. (ed.), *El Colegio de Sociología*, Madrid, Taurus, 1982, pp 303-332.

²²³ RODRÍGUEZ BECERRA, S. (dir.), *Guía de fiestas populares de Andalucía*, Sevilla, Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, 1982, p. 10.

La fiesta es un fenómeno cultural global asociado, principalmente, a la cultura popular, «al regocijo, la diversión, el disfrute de la vida, a un tiempo de holganza en el que se suspende la actividad laboral y en el que se realizan ceremonias y rituales, algunos de ellos religiosos»²²⁴.

Fenómeno social

Velasco²²⁵ señala que la fiesta es un complejo contexto eminentemente social donde tiene lugar una interacción de personas y actividades de muy diverso tipo, que permiten un rico intercambio de mensajes. El ambiente de fiesta se crea, fundamentalmente, gracias a un especial estado de ánimo de las gentes y su acción social.

Socialmente las fiestas son el momento del encuentro de los miembros diseminados en la comunidad urbana o rural. Los grupos sociales, de edades y los sexos diversos asumen protagonismo y roles propios. La vida social se desarrolla en plenitud, se reúnen las familias, se reafirman las clases sociales, vuelven los emigrantes y se produce una identificación de las gentes con su lugar.

Representación pública

Es la idea defendida por Gil Calvo. La fiesta, desde su punto de vista, crea una realidad pública emergente que supera la mera sociabilidad de las vidas privadas. «Hacer fiesta implica transfigurar la vida social en vida pública, entendiendo lo público como el espectáculo que de sí representa la sociedad ante ella misma. La vida pública es la vida social más su autorrepresentación reflexiva. En esto consiste hacer una fiesta, dicho en pocas palabras»²²⁶. Es decir, que, vista desde este ángulo, la fiesta es una celebración de carácter público en la que la propia comunidad se siente autopresentada y autorrepresentada. Gil Calvo se aparta de visiones más académicas que vinculan la fiesta al imaginario simbólico y ancestral para afir-

²²⁴ VELASCO, H. M. (ed.), *Tiempo de Fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*, Madrid, Tres-catorce-dieciséis, 1982, p. 8.

²²⁵ *Ibid.*

²²⁶ GIL CALVO, E., *op. cit.*, p. 11.

mar la *autenticidad y realidad* del acto festivo. La fiesta, afirmará, es algo «físico, objetivo y material». Desde ahí reivindica una teoría objetiva de las fiestas «capaz de vincularlas a los procesos físicos y reales: al cuerpo, al trabajo, a la sociedad, a la economía y a la política»²²⁷.

Ruptura

Autores como Pieper o Laín Entralgo inciden en el rol de la fiesta como *ruptura* con el mundo ordinario y el vivir cotidiano. La auténtica celebración es aquella en la que se capta ese algo absolutamente nuevo. Un algo nuevo que, para Pieper, sólo es accesible a través de los actos religiosos²²⁸.

La *ruptura* específica de las fiestas tiene múltiples matices; también indica estado de excepción, emergencia de lo habitualmente no permitido, una cierta desobediencia encubierta que se contrapone y apoya al orden de la vida diaria. Hernández González²²⁹, refiriéndose a las celebraciones populares de Tenerife, habla de un escape de la realidad cotidiana que se manifiesta en tres aspectos: derroche, desenfreno y nocturnidad. El derroche y el lujo se asumen de diferentes formas, pero con una aceptación total de la comunidad en fiestas, hasta tal punto que las críticas que a veces se hacen al lujo y gastos superfluos de las fiestas vienen más desde las clases privilegiadas que de las clases populares. El desenfreno y la nocturnidad son planteamientos bastante generalizables en las fiestas de carácter mítico y tradicional.

Acontecimiento comunicativo

Partiendo de los planteamientos de M. Roiz, «la Fiesta es el acontecimiento comunicativo por excelencia, en el que sucede un máximo de interacciones y un fluir, aparecer, desaparecer y reapar-

²²⁷ *Ibidem*, p. 25.

²²⁸ PIEPER, J., *op. cit.*, pp. 15 y 16.

²²⁹ HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, M. V., *La religiosidad popular en Tenerife durante el siglo XVIII (Las creencias y las Fiestas)*, Universidad de La Laguna, Tenerife, 1990, pp. 86-89.

recer de formas y procesos comunicativos interesantes y ricos para cualquier análisis, tanto de carácter directo e inmediato (conversaciones, encuentros, reuniones, comidas, etc.), como telepresente a distancia (salidas del medio, viajes, visitas...)»²³⁰.

Desde este punto de vista comunicativo, la fiesta pudiera analizarse de diversos modos: como sistema de signos y significados, como acontecimiento comunicativo en el que intervienen diversos elementos formales, como fenómeno de comprensión de la comunidad y como forma de comunicación de carácter especial. Cada fiesta es una unidad de comunicación específica, con un grado de apertura, tolerancia y hospitalidad que hace más o menos posible el encuentro. Gil Calvo dice que las fiestas son puentes «capaces de comunicar y vincular por un instante a los segmentos sociales más escindidos, segregados, divididos, desiguales y distintos»²³¹.

De todas estas visiones dispares en torno al fenómeno festivo pudiéramos entresacar los rasgos generales que siguen:

1. El acceso a la vivencia festiva no es posible desde la observación o desde el análisis objetivo, para comprender la fiesta es necesario vivirla.
2. La fiesta es, ante todo, un fenómeno social, público y comunitario. Cada fiesta encuentra su sentido en la comunidad que la vive y la hace suya. De ahí que los acontecimientos festivos sean mediadores en la reconstrucción del sistema social, al tiempo que hacen sociedad y cultura. La imagen social y cultural que dan las fiestas no es una imagen real, sino simbólica. Los símbolos de las fiestas permiten conocer interrelaciones que no se explicitan.
3. La fiesta es un acontecimiento comunicativo con características propias en el que se interrelacionan mensajes diversos: religiosos, estéticos, expresivos, lúdicos, históricos, etc. Como acontecimiento comunicativo, la fiesta tiene especial relevancia para el desarrollo de la función fáctica, de contac-

²³⁰ ROIZ, M., «Fiesta, comunicación y significado», en «Tiempo de Fiesta, Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España», Madrid, Tres-catorce-dieciséis, 1982, pp. 96-150 y p. 113.

²³¹ GIL CALVO, E., *op. cit.*, p. 41.

- to interpersonal, pero también tiene incidencia en las funciones emotiva y conminativa, referida esta última a la relación entre el mensaje y la reacción del receptor.
4. La fiesta, en cuanto vivencia personal y comunitaria, es ocio por excelencia. En ella se hacen explícitos los valores del ocio (alegría, libertad, no utilitarismo...) y encuentran su sentido muchas actividades y aprendizajes de carácter lúdico y artístico. La fiesta, en cuanto vivencia óptima de ocio, no es sólo un momento concreto sino fundamentalmente un proceso.

El sentido

Hacemos fiestas desde siempre, y las necesitamos, pero ¿cuál es realmente el sentido de las fiestas? Para Caillois²³² todas las fiestas tienen una función análoga, que consiste en la liberación de las limitaciones cotidianas: trabajo, servidumbres, rutina y realidad. La fiesta es, desde este punto de vista, un respiro en el que se vive el sueño, el mito y lo intemporal. Gil Calvo encuentra su significado en el *impresionar*, en la impresión intensa que afecta a todos: ejecutantes y protagonistas. La fiesta, sigue afirmando este autor, no debe tener unas funciones manifiestas y explícitas, pero sí es posible que tenga unas más secretas y ocultas «deliberadamente olvidadas en el fondo más inconsciente de la memoria»²³³. Entre estas funciones destacan dos especialmente: la *función reproductora* del orden social y la *función reestructuradora* del orden social. La primera es la más habitual y probable, mientras que la segunda facilita la reestructuración de un nuevo orden social, ya sea revolucionario o reaccionario. Desde esta última perspectiva, las fiestas tienen la virtualidad potencial de superar la resistencia al cambio y propiciar la autorreestructuración del orden social. Para Gil Calvo, la realización de estas funciones es posible en virtud del papel catártico de la fiesta, en la que el interés público y colectivo se impone sobre el personal y privado²³⁴.

²³² CAILLOIS, R., *op. cit.*, p. 330.

²³³ GIL CALVO, E., *op. cit.*, p. 83.

²³⁴ *Ibid.*, p. 142.

«Las fiestas constituyen momentos de encuentro y son ámbitos luminosos de por sí»²³⁵. Desde el punto de vista de López Quintás, para vivenciar las fiestas debemos vivirlas desde dentro y asumir personalmente su sentido. ¿Qué significa en rigor que se celebre una fiesta en un día determinado del año? Las fiestas, como cualquier fenómeno cultural, no revelan su sentido por la mera facultad de ver, sino que son una realidad que debe ser conocida a través de otras exigencias específicas.

Pieper afirma que «sólo un trabajo *lleno de sentido* puede ser suelo sobre el que prospere la fiesta. Quizá ambas cosas, trabajar y celebrar una fiesta, viven de la misma raíz, de manera que si una se apaga, la otra se seca»²³⁶. Quien no sepa decir qué es una actividad llena de sentido no está dispuesto, según esta idea, a captar en plenitud el concepto de fiesta. Un ejemplo de actividad llena de sentido en sí misma lo tenemos en el juego. Aquí el sentido no se justifica por la utilidad. La esencia de lo festivo no reside en la organización, por ejemplo, sino más bien en ese carácter contemplativo de poder acceder a otro mundo. En esta línea se encuadran las palabras de Karl Kerényi cuando afirma que celebrar una fiesta es «hacer contemplativo y, en ese estado, tomar contacto directo con las supremas realidades sobre las que reposa toda la existencia humana»²³⁷.

La fiesta es, según Pieper, «una manifestación de riqueza, no precisamente de dinero, sino de riqueza existencial. Entre sus elementos se cuenta la carencia de cálculo, incluso la dilapidación»²³⁸. Contra el exceso, el caos y paroxismo que señala Durkheim, Pieper destaca la habilidad y la posibilidad de alegrarse realmente, para lo cual es necesario un motivo que el hombre considere como tal. Porque, para el filósofo alemán, «la alegría es una manifestación del amor»²³⁹. San Juan Crisóstomo decía: «ubi caritas gaudet, ibi est festivitas», es decir, donde se alegra el amor, allí es fiesta. Conme-

²³⁵ LÓPEZ QUINTÁS, A., *op. cit.*, p. 200.

²³⁶ PIEPER, J., *op. cit.*, pp. 12 y 13.

²³⁷ KERENYI, K., *Vom Wesen des Festes*, I, Leipzig, Paiideuma, 1938-40, p. 73. Citado por J. Pieper, *Una teoría de la fiesta*, p. 26.

²³⁸ PIEPER, J., *op. cit.*, p. 28.

²³⁹ *Ibid.*, p. 32.

moración y fiesta son, en principio, dos acepciones distintas; pero cuando una conmemoración rememora una realidad históricamente activa y la celebra con especial realce, entonces pasa a ser fiesta. Para Pieper el núcleo esencial de la fiesta es la afirmación del mundo: «Celebrar una fiesta significa celebrar por un motivo especial y de un modo no cotidiano la afirmación del mundo hecha ya una vez y repetida todos los días»²⁴⁰. Esta afirmación tiene distintos planos: primero, «la fiesta consiste en que los hombres viven corporalmente su compenetración con todo lo que existe»; segundo, el acto de culto, es decir, la fiesta litúrgica, es «la forma más festiva de la fiesta»; tercero, «no puede darse en el mundo aniquilación más letal y desesperanzada que la negación de la alabanza cultural»²⁴¹.

La costumbre ancestral de desearse «felicidad» durante las grandes fiestas, afirma Pieper, no se corresponde con el éxito de la fiesta misma, ni tampoco, aunque lo incluya, con el deseo de salud, amistad o progreso, sino con el «don destinado al hombre como fruto íntimo de esta fiesta: renovación, transformación, renacimiento...». Porque el hombre que celebra festivamente (alegremente) una fiesta supera las barreras de su existencia temporal y «descubre y penetra en la gran realidad que la existencia cotidiana del mundo del trabajo relativiza al llevarla dentro de sí»²⁴²; esa realidad no es otra que la afirmación de la creación. La fiesta, como las artes, no puede existir sin esa afirmación previa. En su ausencia sólo existen pseudofiestas.

Desde un punto de vista antropológico, M. Roiz, refiriéndose a las funciones tradicionales de las celebraciones festivas, llega a destacar diversos aspectos que nos sitúan en otros sentidos sociales del acto festivo:

- Promover la cohesión y la vida grupal o comunitaria.
- Afirmar el futuro de la comunidad.
- Acentuar la estabilidad de las relaciones y distancias sociales, especialmente a través de una sanción de las formas y procesos de «estratificación social».

²⁴⁰ *Ibid.*, p. 40.

²⁴¹ *Ibid.*, p. 42.

²⁴² *Ibid.*, pp. 52 y 55.

- Participar e influir en el «mundo» (cosmovisual, ideológico), simbólica o instrumentalmente.
- Canalizar los procesos de socialización.
- Vincular los subgrupos locales emigrados a los subgrupos residentes en las localidades.
- Atraer a grupos externos, con fines tanto amplificadores (de valores, de formas, prácticas, costumbres) como mercantiles (turismo)²⁴³.

El sentido de cada fiesta pudiera ser diverso, pero no cabe duda de que el goce y el contagio colectivo favorece la exaltación de valores o antivalores. De ahí su inmenso valor y su peligro. En el sentido de la fiesta siempre hay algo de identificación y de autoafianzamiento. La fiesta es la constatación de que una comunidad, o cualquier grupo humano, ha tomado consciencia de sí misma.

Si, como se ha visto, la esencia de la fiesta se determina con palabras tales como liberación, sueño, impresión, catarsis o afirmación, parece evidente que la celebración festiva sólo tenga sentido dentro de una realidad continua, en la que representa, precisamente, la excepción, lo extraordinario, la fugacidad misma. Fugacidad en cuanto es algo vivido y percibido así. La fiesta no se piensa, ni se presenta, como realidad mantenible ni perdurable, sino, en todo caso, como realidad deseada, recordada e irreplicable. Porque, aun en el caso de las fiestas cíclicas, se sabe que la realidad de la fiesta es irreplicable en todos sus elementos esenciales. La comunidad tendrá sus cambios, el tiempo será otro tiempo, el espacio debe ser devuelto nuevamente a la cotidianidad. La celebración de la fiesta, contrariamente a lo que ocurre en la vida diaria, es una realidad siempre distinta porque su existencia está basada en la ruptura, a partir de las transformaciones vitales de la misma realidad.

12. Elementos de la fiesta

La fiesta como realidad fugaz es algo que se fija en un tiempo, en un espacio y en unas gentes. Una realidad que se aparta del

²⁴³ ROIZ, M., *Fiesta, comunicación y significado*, p. 121.

«cada día» sin dejarlo por completo. Una realidad efímera que, tal vez por ello, se vive intensamente, llenando de sentido y expresión la vida de pueblos y comunidades humanas. Pero la fugacidad es difícilmente aprehensible; de ahí su complejo conocimiento y la necesidad de intentar perfilar los aspectos que faciliten la comprensión de una realidad tan poco precisa. Pienso que una clarificación de los elementos constitutivos de la fiesta facilitará posteriores sistematizaciones y aproximaciones a otras realidades fugaces e irrepetibles en las que fiesta y ocio se confunden.

Sea de un modo u otro, lo cierto es que la realidad de las fiestas se manifiesta en la presencia de espacio, tiempo, pueblo, adornos, etc. De ahí que la estructuración y reflexión sobre los mismos no resulte tarea gratuita. Muy al contrario, el análisis y sistematización de los elementos festivos ha de ser especialmente útil para la captación de esa forma diferenciada de realidad. Me referiré ahora a los aspectos que constituyen la realidad festiva. Se distinguirá entre los elementos esenciales, sin los cuales no sería posible hablar del acto festivo, los elementos habituales, aunque no aparezcan todos ni siempre, y los elementos complementarios, específicos aunque no generalizables. Ello no quiere decir que todos los aspectos que se tratan aquí aparezcan siempre; algunos sólo son característicos de ciertas tipologías de fiestas.

Elementos esenciales

Los elementos esenciales de la fiesta son comunidad, espacio y tiempo.

Comunidad

La fiesta es, ante todo, una realidad comunitaria. Nunca es cosa de uno, tenemos que hacer fiesta con los demás. La comunidad, desde este punto de vista, es la realidad a la que está destinada la fiesta, no se puede prescindir de su existencia y asistencia. Cada fiesta tiene su comunidad ideal, que es en la que se está pensando en su etapa preparatoria. De ahí que cuando se desborden o no se alcancen las previsiones es probable que la realidad festiva derive

hacia otra cosa. La fiesta, en cuanto acto comunitario, requiere que el número de participantes sea el correcto. Teniendo en cuenta el grupo humano que celebra la fiesta, pudiéramos hablar de fiestas institucionales, tradicionales o internacionales. Las *fiestas institucionales* son acciones de comunidades y grupos humanos concretos, muy delimitados. Socialmente son las que hacen referencia a las familias, escuelas, lugares o gremios de trabajo y diversos tipos de instituciones. Las *fiestas tradicionales* son celebraciones típicas de cualquier comunidad humana, más o menos grande, pero con la personalidad específica: pueblos, entornos rurales, barrios o ciudades. Dragoski las divide en religiosas y laicas²⁴⁴. A las *fiestas internacionales* corresponden las organizaciones festivas o celebraciones de grandes acontecimientos de la era moderna, con una repercusión internacional o mundial: las exposiciones universales o juegos olímpicos son ejemplos concretos de este tipo de manifestaciones.

Toda fiesta requiere *participación*, aunque sea a unos niveles tan elementales como tomar algo, hablar o pasear. La animación festiva se identifica habitualmente con la presencia de mucha gente, aunque siendo más precisos tendríamos que diferenciar entre comunidad que organiza y comunidad que participa. En la medida que ambos términos se confunden, la vivencia de la fiesta es mayor. Las fiestas tradicionales parten de la asistencia y participación de la comunidad local, pero, a medida que sube de categoría, se produce una irradiación hacia las comunidades vecinas, pudiendo llegar a conseguirse un eco regional, estatal o internacional. El sentido de pertenencia que desarrolla la fiesta tradicional hace que su comunidad sobrepase los límites espaciales del momento. De ahí el importante papel de los emigrantes en la revitalización del fenómeno festivo. Las fiestas institucionales son una plataforma ideal para la interrelación y el desarrollo de vínculos afectivos entre sus miembros y, en cierto modo, algo semejante ocurre cuando hablamos de una fiesta internacional.

²⁴⁴ DRAGOSKI, G. y PÁEZ, J., *Fiesta y ceremonias tradicionales*, pp. 10-16. L. Mazzacane, a su vez, diferencia entre las fiestas religiosas las del patrón, representaciones sagradas y peregrinaciones. Cfr. *Struttura di Festa*, pp. 58 y ss. Las fiestas laicas se diferencian en nacionales, regionales y locales.

Espacio

Es característica de la fiesta una vivencia diferente del espacio. Pedro Laín Entralgo precisa que «el espacio es vivido como angostura durante la actividad negociosa, pero en la fiesta prevalece un claro sentimiento de amplitud. Diríase que el espacio se hace entonces blando y elástico». «La fiesta brinda al hombre «*Weite, Jagd und Heimat*», «anchura, caza y patria». Anchura, porque el espacio festival parece no ofrecer resistencia; caza, porque la realidad de los otros y del mundo es entonces gozosamente conquistada y poseída; patria, en fin, porque el mundo regala apoyo y cobijo a quien con ojos festejantes le mira. Mientras dura la fiesta, la pesada carne del hombre y la espacialidad material en torno a él son vividas como si en aquella hubiese ya una chispa de la «agilidad» que los teólogos suelen atribuir a los cuerpos gloriosos.»²⁴⁵

Las fiestas congregan a la comunidad en un espacio (plaza, calle o lugar específico) que se convierte en núcleo esencial. Es bastante habitual el acondicionamiento de espacios amplios en los que se realizan construcciones provisionales, que desaparecen cuando terminan las fiestas. Toda celebración festiva, sea del signo que sea, requiere un marco físico, un escenario. De modo sistemático, este escenario ha de tener una puesta a punto cuyas características esenciales son limpieza y ornamentación. La limpieza tiene para algunos²⁴⁶ la connotación de purificación ritual, pero, al mismo tiempo, favorece la creación del espacio festivo, diferente al resto, sin olvidar su función puramente higiénica. La ornamentación favorece sobremanera la creación del ambiente festivo, pero también tiene una connotación simbólica y estética²⁴⁷. La estética popular del espacio festivo se manifiesta en la propia selección de los espacios. Los santuarios, los paisajes y los lugares donde transcurren las romerías tienen algo que ver con el acotamiento espacial de lo festivo.

El espacio festivo, en cuanto espacio comunitario tradicional, no es algo unitario. Como hace ver F. R. de la Flor, a propósito de las

²⁴⁵ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, pp. 39 y 40.

²⁴⁶ PRAT, J., *op. cit.*, p. 160.

²⁴⁷ Véase al respecto el libro de M. Douglas *Pureza y Peligro*, o los trabajos de J. y R.L. Fernández y E. Luque.

fiestas salmantinas²⁴⁸, a partir del s. XVII, se hace patente la compartimentación. En primer lugar se crea un espacio para la exhibición privilegiada de los cuerpos sociales representativos y, poco a poco, se produce una ubicación de espacios en los que el poder y el pueblo llano ocupan sus lugares festivos con el fin de ver o ser vistos en un espacio que expresa un mensaje simbólico y real. Las fiestas tradicionales e institucionales transforman temporalmente sus espacios habituales y los convierten en espacios extraordinarios. Las fiestas internacionales también crean sus propios espacios, más artificiales que reales, en los que se conjuga racionalidad y estética, artificio y fantasía.

Tiempo

El tiempo, como realidad cultural, tiene mucho que ver con las fiestas. En ellas se patentiza su carácter cíclico y la perduración del calendario lunar, solar, litúrgico, histórico o agrícola. El tiempo de fiesta está marcado por su carácter efímero y, sin embargo, está destinado a reforzar, desde un orden simbólico, el orden social y comunitario que ha de perdurar. La fiesta también es tiempo, porque pasa, «pero, mientras dura, la fiesta plenifica, y cuando no es así, queda en ser pobre y triste pseudo-fiesta». En la fiesta «el curso del tiempo no es rectilíneo sino cíclico y retornante; y en lugar de progresar, regresa de algún modo a su origen». Es un ritmo de «eterno retorno». Ortega lo ve como «regusto estelar de eternidad»²⁴⁹.

Aunque el tiempo festivo sea, esencialmente, el goce del presente, toda celebración nos conecta con el pasado y con el futuro, en mayor o menor dimensión. La fiesta del patrono en un pueblo revive múltiples vivencias de su memoria histórica, mientras que una fiesta de bodas expresa la esperanza del futuro; pero ambas sólo tienen su razón de ser en el presente, un presente enraizado en un pasado y proyectado hacia el futuro. Caro Baroja dice que, a la hora de estudiar el tiempo en las investigaciones sobre las fiestas, se ha pecado de intelectualismo²⁵⁰. El tiempo es ante todo algo que

²⁴⁸ FLOR, F. R. de la, *op. cit.*, p. 46.

²⁴⁹ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, pp. 38 y 39.

²⁵⁰ CARO BAROJA, J., *El Carnaval (Análisis histórico-cultural)*, Madrid, Taurus, 1979, p. 16.

se experimenta y se vive de diferente modo en cada una de las edades del hombre. Junto a la sucesión física: noche, día, invierno, verano, etc., se encuentra la vivencia emocional del tiempo. Esta vivencia emocional y hasta *pasional* del tiempo, señala Caro Baroja, tiene su reflejo en el calendario festivo:

«Cuando vulgarmente se habla de “pasiones” se hace con referencia a personas afectadas por el amor, la tristeza, la alegría, etc., de un modo *continuo* o *repetido*, mientras que las «emociones» suponen algo más pasajero, como un dolor, un placer o un deseo. Las «pasiones» individuales no son forzosamente las mismas que las pasiones colectivas; pero es cosa común a muchas religiones haber establecido una especie de orden pasional a lo largo del año o de otro período, con días de alegría y júbilo, días de placer y días de tristeza; incluso días en los que la expresión colectiva de envidias, cóleras y enemistades es posible. La religión cristiana ha permitido que el calendario anual se ajuste a un orden pasional, repetido siglo tras siglo. A la *alegría familiar* de la Navidad le sucede el *desenfreno* del Carnaval, y a éste, la *tristeza* de la Semana Santa. La *otoñal* fiesta de Difuntos está precedida por las *alegres* fiestas de *primavera* y de *verano*. El año, con sus estaciones, con sus fases marcadas por el Sol y la Luna, ha servido de modo fundamental para fijar este orden, al que se somete el individuo dentro de su sociedad y al que parecen someterse también los elementos. Muerte y vida, alegría y tristeza, desolación y esplendor, frío y calor, todo queda dentro de este tiempo cargado de cualidades y de hechos concretos, que se mide también por medio de vivencias.»²⁵¹

Para Caro Baroja, el hombre europeo que no ha tomado parte activa en el desarrollo del pensamiento racionalista ajusta su vida (su tiempo) a tres pautas de referencia diferentes: a una concepción mitopoética de la existencia (proyección animista y antropomórfica de la Naturaleza, el Hombre y la Sociedad como drama), a criterios de medida temporal de cierta rigidez, o a una fe nueva y robusta que, en el caso europeo, es el cristianismo. Para este autor hay que matizar y restar importancia al elemento ritual y mitológico transmitido a través de las fiestas, ya que, aunque esto ocurre en ciertos

²⁵¹ *Ibid.*, pp. 18 y 19.

casos, el sentido no está ya en su origen, ni en su significado original, sino en la significación que va tomando en cada momento, en su significado como expresión de deseos, emociones y pasiones en un orden distinto al racional²⁵².

Desde un planteamiento mitológico, el año recrea periódicamente el mito de la creación, convirtiéndose así en la unidad base del eterno retorno de la que forman parte los meses, elementos de naturaleza nocturna y femenina unidos a la luna. Las fiestas serían, en este sentido, períodos de regeneración de energías que hacen posible el desarrollo de toda existencia humana. Históricamente, Caro Baroja²⁵³ hace referencia a un texto del Venerable Beda en el que se dice que la división del tiempo se establece por tres procedimientos distintos: naturaleza, costumbre y autoridad. El año es algo natural, pero su división actual en meses y semanas forma parte del criterio de autoridad. La reforma gregoriana del papa Gregorio XIII se lleva a cabo a finales del siglo XVI. El año cristiano litúrgico responde a una organización distinta. Los ciclos de Navidad, Pascua o Pentecostés no responden al orden temporal establecido en el año. Las grandes fiestas religiosas son determinantes en el año litúrgico y en los ciclos festivos de las sociedades antiguas. El tiempo tiene su estructura formal en los distintos calendarios (griego, romano, cristiano, azteca...), que es donde se señalan los períodos festivos. Los calendarios regulan el paso del tiempo, el trabajo y los descansos. Las fiestas se localizan en los momentos de transición. El calendario festivo representa a la vez el cambio y el tiempo irreversible: el paso del sol, el cambio de clima, el cambio histórico o el cambio de estatus. Un tiempo se transforma en otro a través de una fiesta. Aun así, el mismo calendario festivo está sometido a una transformación. La gran dimensión que ocupaban las fiestas de antaño se vio sensiblemente reducida por la reforma de Urbano VIII (1642) y, posteriormente, por la llevada a cabo por Pío X. En nuestros días seguimos haciendo revisiones periódicas de nuestro calendario festivo.

Las fiestas patronales españolas se celebran, en su mayor parte, entre San Juan (24 de junio) y la Virgen del Rosario (7 de octubre).

²⁵² *Ibid.*, p. 21.

²⁵³ CARO BAROJA, J., *El estío festivo (Fiestas populares de Verano)*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1992, p. 16.

Durante este tiempo se celebran el 76% de las fiestas patronales de la zona Norte, el 59% de la zona Centro, el 67% de la zona Este (se incluye Baleares) y el 54 % de la zona Sur²⁵⁴. Las fiestas locales buscan la no coincidencia con celebraciones vecinas. Esto favorece la movilización y participación intercomunitaria en los distintos actos festivos, lo cual facilita el desarrollo de la amistad y el mutuo conocimiento, pero también propicia el enfrentamiento entre grupos locales y forasteros. La celebración tradicional hace posible la confluencia de distintos ritmos temporales: el ritmo del trabajo/ocio, presente en las más antiguas comunidades, el ritmo estacional y climático y el ritmo festivo religioso. Todos ellos pueden verse levemente modificados en función del proceso histórico y determinados eventos del pasado que han tenido una incidencia especial en la vida de la comunidad. La confluencia de ritmos temporales en una serie de celebraciones festivas tiene una sistematizada ordenación en el calendario festivo. Agrupadas de una manera u otra, las fiestas tienen en todas partes una función análoga: la ruptura del tiempo ordinario, de las obligaciones, de los trabajos. Se vive un tiempo especial, más ligado al sueño, al mito y la fantasía que a la realidad cotidiana. Un tiempo caracterizado por el gusto y el derroche.

Elementos habituales

Las diversas reflexiones sobre la realidad festiva hacen ver que el exceso, el juego, el gasto económico, la estética, el rito y la representación forman parte de sus elementos habituales.

Orgiásticos

Laín Entralgo, basándose en los estudios etnográficos y en la historia de las religiones, destaca cinco momentos esenciales en lo que hemos llamado *proceso festivo*: banquete o ágape festival, ingestión de bebidas embriagadoras, música, canción y danza, coloquio no utilitario y actos de culto²⁵⁵. Las comidas abundantes, dife-

²⁵⁴ VELASCO, H. M. (ed.) *op. cit.*, p. 23.

²⁵⁵ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, pp. 30-35.

rentes y especialmente cuidadas son uno de los aspectos característicos de la vivencia festiva. Las fiestas tradicionales están unidas a unos platos y un tipo de cocina determinada. Determinadas fiestas religiosas incorporan la matanza de animales o el consumo de ciertos alimentos con una connotación simbólica y ritual. En general, los banquetes propician sobremanera la creación y desarrollo del ambiente festivo, facilitan el encuentro y la confraternización, al tiempo que fomentan un sentimiento de renovación de los lazos sociales y comunitarios. La ingestión de bebidas es, junto a los alimentos, uno de los aspectos que están presentes desde la misma prehistoria de las fiestas. Los elementos orgiásticos de las fiestas son, fundamentalmente, los excesos de comida y bebida, pero, en ocasiones, también tienen referencias sexuales. La importancia y la dimensión de la fiesta está relacionada con el tipo de comidas y bebidas y su misma duración. De las bodas medievales, que duraban varias semanas, a las bodas de hoy hay evidentes diferencias; pero también elementos comunes. Tanto los elementos orgiásticos como los restantes tienen una relación directa con la mentalidad y las características del grupo social que celebra la fiesta.

Lúdicos

Las fiestas utilizan los elementos lúdicos con distinta finalidad. Su mezcla es siempre diferente, de modo que es muy difícil realizar una clasificación en función de este aspecto. Los entretenimientos de las fiestas pueden ser de muy diversos tipos: *competiciones*, *juegos culturales* (versolaris, improvisadores de jota...), *rítmicos* (danzas, bailes...), *carreras*, *emulación física*, *juegos con o entre animales* (caballos, gallos, toros...), etc. También forman parte del componente lúdico de las fiestas las cabalgatas, procesiones o desfiles. Caro Baroja destaca la importancia de la «mímesis» en el caso de la danza como elemento festivo. Dice que «en los pueblos mayores la fiesta religiosa se carga con más frecuencia que en los pequeños de significados «históricos» superpuestos», mientras que «en aldeas y pueblos pequeños, los que pudiéramos llamar «elementos naturalistas» quedan más patentes». «Los hombres de las viejas sociedades han imitado los quehaceres más comunes e importantes de la vida en sus fiestas, como los poetas han imitado los

grandes episodios de la vida misma». «Esta imitación, sometida a reglas y variaciones, se ha transmitido, copiado y recopiado; y en cada fecha se ha añadido algo que llamaba la atención, que estaba de moda»²⁵⁶.

De la danza dice Laín Entralgo que es un regreso a la intemporalidad prehistórica y un remedio para salir del «tedio» y alcanzar la felicidad (Heidegger). En la danza nos transformamos en llama, gozamos de la libertad y «adquirimos un punto de gloria», especialmente cuando la danza adopta la forma de giro. La esencia de la danza está en esta metamorfosis, en el círculo y en la intemporalidad. A los movimientos corporales dotados de finalidad y linealidad corporal, Strauss²⁵⁷ contrapone el movimiento de la danza, sin finalidad en sí mismo. Sus cinco notas principales son las que siguen:

1. Carencia de resultado útil exterior a él.
2. Repetibilidad *ad infinitum*, cuyo símbolo es el círculo.
3. Espacio acotado e ilimitado a la vez.
4. Desaparición de la oposición psicológica entre el sujeto y el mundo objetivo.
5. Espacio presencial, no «histórico» o «sucesivo».

La danza hace posible la sustitución de una temporalidad proyectiva y lineal «hacia adelante» por una temporalidad cíclica, «exenta de futuro y de cuidado».

El coloquio no utilitario, como elemento lúdico, es otro de los rasgos distintivos de la fiesta. Frente a la charla con una finalidad útil o la palabra académica, el coloquio festivo no persigue otro fin que el gozo del encuentro, la satisfacción lúdica de hablar muchas veces alternada en silencio festivo o silencio contemplativo. El coloquio de la fiesta no tiene que ser algo armónico, coherente y perfectamente argumentado; antes al contrario, la mayoría de las veces se presenta como algo incompleto, entrecortado y falto de sentido si se separa del conjunto mismo en que se encuentra.

²⁵⁶ CARO BAROJA, J., *op. cit.*, p. 333.

²⁵⁷ STRAUSS, E., «Die Formen des Räumlichen ihre Bedeutung für die Motorik und die Wahrnehmung», en *Der Nereenerzt*, III, 1930, pp. 633 y ss. Citado por LAÍN ENTRALGO, *op. cit.*, p. 34.

Económicos

Aunque todo el fenómeno festivo requiera una planificación compleja, la economía de la fiesta constituye uno de los aspectos de especial relevancia. El descenso de la actividad laboral, su localización respecto al trabajo o la planificación del gasto familiar son algunos signos relacionados con este elemento. La economía de la fiesta no hace referencia solamente a la evidente inversión que supone ponerla en marcha, ni al negocio que pueda ser para aquellos cuyo trabajo constituye. Se refiere, sobre todo, al modo en que se produce el gasto por parte de quienes la viven; un modo absolutamente opuesto al que les es habitual. Frente al ahorro y la sencillez de la vida cotidiana, la fiesta se caracteriza por el derroche. Baste citar distintos nombres de objetos de la vida diaria (luces, velas, flores, caballos o comidas) y situarlos en el ámbito festivo. Sus nuevas características serían: ostentación, derroche e intercambio. Recordemos el aumento del consumo en la época navideña, los gastos en vestuario para fiestas tradicionales o personales y las actividades económicas primarias, a distintos niveles, que tienen lugar en el transcurso de las ferias: compra/venta de animales y objetos especiales, entradas a espectáculos, máquinas recreativas, regalos, «limosnas», etc.

En las fiestecillas no institucionales es habitual el intercambio recíproco, se paga a partes iguales y se tiene el mismo derecho para el consumo. La economía de las fiestas de mayor importancia depende de las subvenciones, de actividades especiales o, simplemente, de las propias ganancias del consumo. La vitalidad de las *fiestas tradicionales* se manifiesta en los excesos económicos, de carácter gratuito, que realiza la propia comunidad.

Estéticos

Se incluyen aquí *el repertorio poético musical, las chirigotas, los elementos ornamentales: trajes, máscaras, arreglos florales y coreografía, entre otros. Las artes rítmicas* dan a las fiestas los elementos primordiales: *baile, canto, música y poesía*. Pieper consideraba que las artes plásticas «son aportes, adornos, ambiente de la fiesta, pero no su sustancia»²⁵⁸. Si consideramos que los adornos

²⁵⁸ PIEPER, J., *op. cit.*, pp. 68-69.

decorativos forman parte de la adecuación del espacio festivo, junto a las construcciones ocasionales, los adornos personales (vestidos, joyas, peinados y demás complementos) indican la transformación a nivel individual. Los elementos estéticos colaboran especialmente a la ambientación y a la creación del «ánimo festivo». La estética de la fiesta se caracteriza por la luz, el color, el brillo y el movimiento. En la fiesta se produce una exaltación de los sentidos y una transmutación de la realidad. En la ceremonia y el rito, luz, color y movimiento trascienden su dimensión estética y pasan a ser símbolos de un mensaje trascendente.

Rituales

Para Turner o Leach el proceso ritual festivo se sintetiza en dos elementos contradictorios: *condensación*, por el que una persona se convierte también en lo contrario, sin dejar de ser lo que es, e *inversión*, cuando pasa a ser lo contrario (de hombre a mujer / de viejo a niño, etc.). Laín Entralgo afirma que «toda fiesta genuina se halla ordenada en torno a un acto estrictamente cultural»²⁵⁹. De ahí nace esa comunicación ritual y la transmutación a la esfera trascendente de los actos cargados de simbolismo de ritos y ceremonias. Cualquier fiesta, por sencilla que parezca, combina distintas formas rituales. En ese momento, las artes músicas, el banquete, la bebida y el coloquio pueden pasar a ser actos de rito o culto. En la fiesta se consigue el prodigio de transformar las cosas, haciendo que coexistan lo sagrado y lo profano según distintos códigos propios de la comunidad y su particular visión del mundo. Son elementos rituales, desde un punto de vista sagrado, misas, besamanos, procesiones, ofrendas o novenarios. Gracias a la vía ritual se produce un ejercicio interno del intelecto y de los sentidos, en el que colabora la mediación de los símbolos, consiguiéndose la sacralización de los valores que se veneran y la identificación social con los mismos. Las fiestas tradicionales se caracterizan por la conservación de ritos y ceremonias antiguas, con un sentido simbólico, en las que se destaca el papel central del orden establecido, de la ideología dominante o de una determinada clase social.

²⁵⁹ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, p. 36.

Dramáticos

Forman parte de ellos las pantomimas, danzas mimético-naturalistas, representaciones, autos sacramentales y todo aquello que suele tomar el calificativo de *espectáculo*. Su característica es la pérdida de espontaneidad, sometida a la previsión de la acción. El pueblo pasa de actor a espectador. Las procesiones y desfiles son una de las variables más representativas de este aspecto. Fernando R. de la Flor, en su estudio sobre las fiestas de Salamanca, señala que el cambio fundamental de las fiestas tradicionales desde el siglo XVI al XVII es, precisamente, la paulatina estructuración del dispositivo lúdico y la transformación del público curioso en espectador social que asiste a una representación móvil, de tipo procesional, con un mensaje claramente elaborado y mucho menos peligro. Tradicionalmente, los elementos dramáticos son los más ligados a la manipulación del poder y a la perpetuación de las estructuras sociales establecidas. Se ha escrito mucho sobre eso a propósito de los partidos de fútbol, la representación de autos sacramentales o las corridas de toros. Pero, como se decía antes, la relación entre expresión dramática y fiesta es tan estrecha que, en muchas ocasiones, la fiesta que no se siente como tal no es sino una representación.

Elementos complementarios

Los aspectos que se han venido señalando hasta aquí constituyen el alma de la fiesta. Sin embargo, no podemos dejar de reseñar unos últimos elementos que, no siendo fiesta en sí mismos, contribuyen a enriquecerla, fijarla y recordarla. Hablaremos ahora de textos y pirotecnia.

Los textos

Tradicionalmente los textos han sido una de las partes esenciales para comprender la dimensión de las fiestas. Se puede hablar de textos antes, durante y después de las fiestas. Los textos anteriores a la celebración son, fundamentalmente, textos de tipo organizativo: estatutos, reglamentos (cofradías y comparsas), acuerdos, con-

venios, actos de reuniones, etc. Los textos de la celebración hacen referencia al programa, los discursos, los guiones de ceremonias o ritos, los textos literarios utilizados, etc. En general son textos preparados con anterioridad a la celebración pero que cobran su sentido en la realización de la misma. Los textos posteriores a la fiesta reseñan sus incidencias, recogen sus resultados, evocan sus vivencias o advierten de incidentes que en la próxima ocasión debieran ser evitados.

Las fiestas barrocas simultaneaban los elementos efímeros objetuales (arquitecturas, pinturas, etc.), con usos festivos del lenguaje igualmente efímeros: discursos, sermones, jeroglíficos, versos y otros escritos. Su finalidad era la transmisión de mensajes concretos relacionados con el poder o el poderoso que «governaba» la fiesta; también el ejercicio lúdico del lenguaje en el que el artificio, la invención o la rareza de los términos empleados conducían, invariablemente, a la persuasión. Afirma G. C. Argan²⁶⁰ que el modelo del espacio ritual barroco es la retórica aristotélica. Los textos más representativos de las fiestas tradicionales son los programas festivos, los carteles (caracterizadas por la condensación del mensaje festivo), las convocatorias de concursos, los reglamentos de las diversas entidades u órganos organizadores y las crónicas. El conocimiento de los textos es esencial para un conocimiento profundo de un acto festivo.

Pirotecnia

La importancia de ruidos, fuegos artificiales y tracas es de todos conocida, especialmente en lo que se refiere a las fiestas tradicionales. Una parte muy importante de los presupuestos festivos se invierten en ellos. Dejando a un lado lo que pudiéramos llamar ruidos armónicamente organizados como música, que formarían parte de los elementos orgiásticos, el ruido en sí mismo es un importante elemento festivo. Sus manifestaciones son muy variadas: campanas, cencerros, tambores, petardos o tracas son ejemplos significativos. La pólvora como manifestación de alegría está unida al auge

²⁶⁰ ARGAN, G. C., *Historia del arte como historia de la ciudad*, Barcelona, 1983, p. 173.

de los pueblos árabes, que fueron los que la introdujeron en Occidente. Ello explica su importancia en las fiestas de moros y cristianos y su incidencia en las demás fiestas mediterráneas. La utilización de la pólvora como artilugio guerrero y ceremonial en Occidente es, por tanto, muy antigua. Las primeras ordenanzas que diferencian las actuaciones del gremio de coheteros y pirotécnicos, con relación al gremio de artilleros, se remontan al reinado de Carlos V, concretamente a 1532²⁶¹. El gusto por el ruido está asociado a lo popular y a la tradición rural islámica y morisca. No se puede hablar de una generalización de los ruidos en las fiestas tradicionales, como tal vez sí se podría hacer de los fuegos artificiales. En cualquier caso, unos y otros, en distintos modos y formas, son elementos constantes en este tipo de fiestas. Los ruidos están más unidos al inicio y el desarrollo de la fiesta («chupinazos», tamborradas...); mientras que los fuegos se utilizan más como fin de fiesta.

Junto al ruido festivo, la pólvora promueve también el desarrollo de la luz. Los fuegos artificiales en sus formas más tradicionales: palmas, ruedas, morteros y mandas, privilegian el desarrollo de la sensibilidad visual. Los analistas coinciden en el origen refinado de los fuegos artificiales. La luz teatralizada formaba parte de los fastos de la Corte de Granada, pero uno de los momentos de mayor apogeo lo encontramos en las celebraciones versallescas de Luis XIV y en su rápida extensión en el resto de las cortes dieciochescas. En el momento actual, luz y sonido han llegado a fundirse armónicamente, a través de la pirotecnia, en una misma manifestación popular de lo festivo.

La organización festiva afronta siempre el reto de tener que optar, en mayor o menor medida, entre la *espontaneidad* y el ritual. La espontaneidad forma parte de la pureza primitiva de la fiesta. Sin espontaneidad es difícil hablar de libertad, de alegría o de ruptura; pero, al mismo tiempo, el exceso de espontaneidad tiene el riesgo de la anarquía, que, igualmente, va en contra de la sensación gratificante que debe producir la fiesta. Espontaneidad y rito, entendido en su sentido más amplio de previsión u ordenación de acciones, son ele-

²⁶¹ GONZÁLEZ, J. A., «Territorio y ruido en la fiesta», en *La fiesta, la ceremonia, el rito*, Universidad de Granada, 1990, p. 71.

mentos complementarios. La utilización en distinta medida dependerá, en cada caso, del tipo de fiesta y del carácter de la misma.

La fiesta, como cualquier otra manifestación del ocio, sólo se hace realidad a través de la *libertad*. En cuanto celebración libre, la fiesta nos autoafirma y nos emancipa. La fiesta supone el ejercicio del libre albedrío y la propia voluntad porque nadie puede obligar a otro a que se divierta, ni nadie se siente obligado a participar en ella. Para Gil Calvo «sólo la fiesta es enteramente libre, pues se acude a ella si se quiere, como se quiere y cuando se quiere»²⁶². La fiesta que se siente como obligación se frustra y pierde su carácter festivo. La naturaleza gratificante de la participación festiva hace que cree una vinculación positiva entre los participantes en el acto festivo y la autoridad que lo promueve. Este tipo de vinculación tiene una relación directa con el poder.

Pero la fiesta es también una manifestación específica de ocio que implica *exceso* y jolgorio. En cualquier época, la fiesta siempre ha sido sinónimo de baile, canto y agitación. Caillois precisa que es una experiencia a la que «hay que entregarse a ella por completo, hasta agotarse, hasta ponerse enfermo. Es la ley de la fiesta»²⁶³. Junto al exceso, la fiesta supone una *ruptura* con el modo de vida cotidiano y una transgresión de lo asumido habitualmente. Esta ruptura se hace especialmente patente en la misma disolución temporal de orden social. La vivencia festiva hace posible el igualitarismo y libera a la sociedad de las estructuras rígidas de los estamentos de clase y las diferencias de poder²⁶⁴. Esta desestructuración temporal, lejos de fomentar actitudes negativas, favorece el desarrollo de la solidaridad y robustece la estructura social establecida. Desde un punto de vista personal, la ruptura potencia la autoafirmación y colabora en el descanso y la renovación psicológica del individuo. La permisividad y la inversión de roles que se favorecen en las fiestas son aspectos significativos que colaboran en el posterior restablecimiento del equilibrio.

²⁶² GIL CALVO, E., *op. cit.*, p. 161.

²⁶³ CAILLOIS, R., *op. cit.*, p. 305.

²⁶⁴ Los trabajos de V. Turner (ver bibliografía) se refieren reiteradamente a este aspecto y su efecto contrario, la «antiestructura» que se manifiesta en determinadas fiestas como las de Carnaval.

13. De la fiesta tradicional a la fiesta moderna

Las ideas desarrolladas en los anteriores epígrafes cuestionan la manera de entender la fiesta y la vivencia tradicional de los acontecimientos festivos. La fiesta ruptura, exceso, efervescencia y renovación ha sido, hasta no hace mucho, una fiesta eminentemente tradicional, pero ¿lo sigue siendo? Se ha señalado que la fiesta constituye un modo de autoafirmación de comunidades y pueblos, una forma de distinguirse que refleja un modo peculiar de entender la alegría y, consiguientemente, de entender la vida. La vivencia tradicional de la fiesta ha forjado en la memoria colectiva una manera de entender el espacio y el tiempo festivo; una manera de relacionar lo lúdico, orgiástico, estético y ritual con los comportamientos festivos y sus correspondientes implicaciones sociales, políticas o ideológicas. La fiesta moderna ¿sigue siendo lo mismo? En las páginas que siguen se reflexiona sobre ello.

Se entiende por fiestas tradicionales las celebraciones típicas de una comunidad humana más o menos grande, pero con una personalidad específica: pueblos, entornos rurales, barrios o ciudades. Lo que ahora llamamos fiestas tradicionales se corresponde con celebraciones instituidas en un momento más o menos lejano de nuestra historia (normalmente no antes de la Edad Media) y que vinieron a sustituir a otras fiestas de la antigua cultura, que a su vez tuvieron su sentido en las fiestas de sentido mítico. Roger Caillois sintetiza el significado de las fiestas de sentido mítico en el texto que sigue:

«La fiesta se celebra en el espacio-tiempo del mito y asume la función de regenerar el mundo real. Se escoge para ello el momento del resurgir de la vegetación y, si se puede, aquel en que abunda el animal totémico. Se dirigen al lugar donde el antepasado mítico creó la especie viva de donde procede el grupo en una ceremonia que éste ha heredado y que es el único en poder realizar. Actores imitan los hechos y los ademanes del héroe. Llevan máscaras que los identifican con ese antepasado medio-hombre, medio-animal. A menudo estas máscaras tienen unas ventanillas cuyas hojas, al abrirse en el momento oportuno, descubren bruscamente un segundo rostro permitiendo así al portador expresar las transformaciones instantáneas que se producían

en la primera edad. Se trata, en efecto, de volver presentes y activos a los seres del período creador que son los únicos que tienen la virtud mágica capaz de conferir al rito la eficacia deseable»²⁶⁵.

Poco queda ya en nuestras fiestas tradicionales en su sentido mítico. De lo que sí tienen mucho es de la vivencia histórica de la comunidad, de sus modos de vida tradicionales, de sus costumbres, folklore y autoafirmación a través de los últimos siglos. El sentido de las fiestas tradicionales aparece unido a la propia evolución de la comunidad en la que se desarrolla: a sus creencias, historia y momentos importantes. No existe un sentido único, sino una amalgama de ellos, desde los más antiguos (pudiéramos llamar de origen naturalista y mítico) hasta las representaciones sociales modernas.

Los trabajos de Juan Frigolé y Jesús Contreras²⁶⁶ hablan del marcado *carácter político* y el fomento de la *identidad étnica* de fiestas que, aunque los autores se centran en el ámbito catalán, pudieran extenderse también a otras celebraciones vascas, gallegas o andaluzas. La dimensión sociopolítica muestra, a través de los resultados de la fiesta, el diálogo y la integración existente entre el poder popular (representado por sus tradiciones, líderes y representantes) y el poder instituido (político, militar, religioso, económico). No es posible la fiesta verdadera sólo desde el poder instituido. La fiesta tradicional ha de tener una *dimensión social* más que política. El apoyo político institucional de las fiestas puede alentar, mejorar y sobredimensionar una fiesta, pero difícilmente crearla. La fiesta tradicional debe tener su sentido en la propia comunidad.

La celebración tradicional posibilita la confluencia de distintos ritmos temporales: el ritmo trabajo/ocio, presente en las más antiguas comunidades, el ritmo estacional y climático y el ritmo festivo religioso. Todos ellos pueden verse levemente modificados en función del proceso histórico y determinados eventos del pasado que han tenido una incidencia especial en la vida de la comunidad. La

²⁶⁵ CAILLOIS, R., *op. cit.*, p. 315.

²⁶⁶ FRIGOLÉ, J., «Inversió simbólica i identitat étnica: una aproximació al cas de Catalunya», *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 1980. J. CONTRERAS y J. PRAT, *Les festes populars*

confluencia de ritmos temporales en las celebraciones festivas tiene una sistematizada ordenación en el calendario festivo. El ciclo solar, especialmente en torno a sus solsticios de invierno y verano, propicia los momentos álgidos de las localizaciones festivas. Sus puntos de referencia son las fiestas de Navidad y San Juan. Del ritmo temporal del trabajo agrícola destaca el ciclo del cereal, en especial, el tiempo de germinación (Carnaval, mayo) y el tiempo de cosecha (agosto). Las fiestas tradicionales gustan de los períodos cuarentenales, tan unidos a la cultura popular. La cuarentena separa Navidad de la Purificación, Carnaval de Pascua y Pascua de Ascensión. La mitad, veinte días, es la separación entre Ascensión y Corpus.

Crisis

En distintos países se constata una crisis de las fiestas tradicionales especialmente en los medios urbanos. La gente sale fuera, al campo o de viaje, aprovechando estos días de descanso. Esta decadencia se contrapone a la defensa que se hace desde un punto de vista patrimonial, desde el que las fiestas populares se han convertido en atracción turística. Hay que tener en cuenta, por una parte, que las fiestas populares aparecen muy unidas, al menos en su origen, a los intereses vitales de un determinado entorno. De ahí que el mismo pueblo que antes las apoyaba pueda encontrarlas ahora faltas de sentido. Por otra parte, a medida que las sociedades han evolucionado, se ha ido produciendo una uniformación de lo festivo. Una de sus características es la relajación de las tensiones que se creaban en las fiestas más primitivas. La interrupción del curso ordinario de la vida social, que siempre ha caracterizado al tiempo festivo, es hoy muy difícil, al menos desde un punto de vista global (general). Las fiestas de hoy se han *individualizado*, al transformarse en período de descanso y reposo. El texto que sigue de R. Caillois es sumamente esclarecedor de esto que digo:

Ya no es posible esta efervescencia general. El período de turbulencia se ha individualizado. Las *vacaciones* sustituyen a la fiesta. Desde luego sigue tratándose de un tiempo de gasto, de libre actividad, de interrupción del trabajo regulado, pero es una fase de *calma* y no de *paroxismo*. Los valores se hallan comple-

tamente invertidos debido a que cada cual se va por su lado o bien todos se reúnen en el mismo punto. Las vacaciones (su nombre mismo lo indica) aparecen como un vacío, al menos como una disminución de la actividad social. Por eso mismo no bastan para *colmar* al individuo. Carecen de todo carácter positivo. La felicidad que proporcionan se debe en primer lugar al alejamiento de las preocupaciones de las que distraen; de las obligaciones de que liberan. Irse de vacaciones es ante todo huir de las preocupaciones, gozar de un descanso «bien ganado». Es aislarse más del grupo en lugar de comunicarse con él en el momento de la plenitud, en la hora del alborozo. Por eso las vacaciones no constituyen, como la fiesta, el aumento de la vida colectiva, sino su estiaje. Desde este punto de vista caracterizan a una sociedad dividida hasta más no poder, donde no queda ninguna mediación entre las pasiones del individuo y el aparato del Estado. En este caso, puede ser un signo grave, alarmante incluso, que una sociedad se revele incapaz de crear alguna fiesta que la exprese, que la ilustre, que la restaure. Indudablemente no puede tratarse de honrar la antigua alternancia de la francachela y el trabajo, del éxtasis y del dominio de sí, que hacía renacer anualmente el orden del caos, la riqueza de la prodigalidad, la estabilidad del desenfreno. Pero conviene preguntarse sin complacencias si una sociedad sin fiestas no será una sociedad condenada a muerte; si en la opresión sorda que provoca confusamente en cada cual su ausencia, el placer efímero de las vacaciones no será uno de esos bienestares falaces que disimulan a los moribundos su agonía»²⁶⁷.

Vacaciones y fiesta no coinciden en su planteamiento esencial, como tampoco coincide fiesta con espectáculo. El espectáculo está hecho para el pueblo y carece de espontaneidad, la fiesta la hace el pueblo y tiene en su núcleo algo imprevisto. Muchas fiestas modernas se han transformado en espectáculo, que siempre ha sido una parte de la fiesta. El sentido de la fiesta moderna se ha ido desvirtuando hasta el punto de que podemos identificar como celebración festiva al hecho de tener tiempo libre o una cartera bien provista. Estas dos premisas nos conducen a la pseudofiesta o, lo que es lo mismo, a la celebración de fiestas artificiosas en las que falta la

²⁶⁷ CAILLOIS, R., op. Cit, pp. 331-332.

irradiación esencial que era propia de las celebraciones litúrgicas, en las que se daba una firmación y autoafirmación de la existencia.

Los investigadores de las fiestas dan múltiples razones para explicar la crisis actual de las fiestas tradicionales²⁶⁸. A continuación recogemos algunas de las más significativas:

a) Proceso de modernización y homogeneización cultural.

Se dice que el ocio urbano es un ocio antisocial, de huida, de carácter disociador. Los habitantes de la ciudad viven pendientes del calendario laboral, de manera que la alternancia de trabajo y descanso ha ido produciendo una disminución de la dimensión festiva, que se vive como descanso y diversión, pero no propiamente como fiesta. La expansión de los nuevos estilos de vida (automóviles, televisión, discotecas) ha desplazado la vivencia festiva extraordinaria (bailes, visitas, encuentros, música, etc.) a la vida cotidiana, fundamentalmente a los fines de semana, haciendo que estos aspectos de las fiestas hayan perdido su sentido. Ello va unido a un proceso de homogeneización cultural, tanto en la implantación de las nuevas diversiones como en la supresión de las pasadas y hasta en la homogeneización de calendarios festivos. La homogeneización del modo de vida y de vivencias tiene su mejor aliado en los medios de comunicación.

b) Cambios en las estructuras institucionales que alentaban la continuidad de las fiestas.

Uno de los más significativos es la secularización de la sociedad. Las nuevas elites sociales están dejando de invertir en los aspectos festivo-religiosos. El mismo clero, con la renovación conciliar, ha suprimido o simplificado las manifestaciones festivas ostentosas que existían en la Iglesia. Junto a ello, la decadencia económica de los propios mercados festivos (las ferias han cambiado su orientación). El diálogo entre lo institucional y lo popular ha tomado distintas opciones que a veces han conducido a la potenciación de la fiesta (caso de Andalucía), pero otras muchas la han sumido en una decadencia prolongada.

²⁶⁸ GÓMEZ GARCÍA, P., *op. cit.*, pp. 51-62.

c) Despoblación de las zonas rurales.

Aunque esto afecta especialmente a la generación de jóvenes, la despoblación de las zonas rurales ha traído como consecuencia la desaparición o diseminación de sus comunidades y, consiguientemente, la desaparición de sus fiestas. En otros casos este hecho ha obligado a un reajuste temporal del calendario festivo, con el fin de que puedan estar presentes los emigrantes. Muchas de las fiestas patronales que se celebraban en invierno han dejado paso a otras celebraciones de verano que antiguamente eran poco importantes. La primitiva tradición desaparece, aunque, en el mejor de los casos, se inicie otra.

d) Desaparición o disminución de fiestas en el calendario.

Del calendario festivo oficial han desaparecido fiestas como el Sagrado Corazón o San Blas, San Antón, San Marcos, San Miguel, etc. También han desaparecido otras de carácter político, por su connotación anterior (República o régimen franquista). Otras fiestas desaparecen de su día originario aunque no desaparezcan del calendario. Muchas fiestas menores se trasladan a los fines de semana porque resulta conveniente.

e) Proceso expansivo y de aglutinación.

Ambos fenómenos se producen especialmente en las fiestas urbanas, donde se habla de «fiestas» de una duración que oscila de una a dos semanas. Ello propicia la «escapada» generalizada. Junto a esto, el traslado a los fines de semana, antes referido, favorece la aglutinación festiva y consiguientemente los efectos disociadores, aunque desde un punto de vista laboral sea un fenómeno interesante.

Frente a todos estos aspectos, que tienen una incidencia negativa en la evolución de las fiestas (aunque no siempre sea así), nos encontramos con la aparición de nuevos elementos: el nuevo rol de los patrocinadores (con una finalidad política, comercial o religiosa) y la reacción ante la homogeneización, con la consiguiente reafirmación de la identidad local, comarcal o regional. Estos nuevos aspectos pueden frenar, tal vez, la crisis de las fiestas tradicionales.

La fiesta moderna

La crisis de la fiesta tradicional no es una crisis aislada, es el reflejo de los nuevos interrogantes que la sociedad actual se plantea en un galopante proceso de cambio. Si la fiesta es, como se ha venido diciendo, una de las expresiones más evidentes de la vida y la cultura de una comunidad y un pueblo, parece lógico que se resienta de esta transformación y que busque nuevos cauces expresivos idóneos al momento. La fiesta moderna cuestiona sus elementos esenciales y hasta el concepto mismo de fiesta. Los jóvenes ya no están esperando la gran fiesta comunitaria para encontrarse, bailar, oír música o divertirse. Ahora es posible hacerlo cualquier día y, especialmente, los fines de semana. Los tradicionales ciclos festivos se han transmutado en nuevos ciclos impuestos por el trabajo organizado. Los ciclos de fiesta se asocian ahora a los ciclos de descanso y respiro del trabajo, a los tiempos libres. De ahí que el nuevo concepto de fiesta se relacione con los descansos diarios (bares, espectáculos, fiestas de carácter individual o grupal), los fines de semana (cenas, viajes, encuentros especiales...) y el período de vacaciones (escape del medio habitual, encuentro con la naturaleza...).

Los nuevos ciclos festivos tienen un valor evidente en las sociedades modernas y conservan parte de la vivencia de lo extraordinario que siempre ha sido esencia de la fiesta. Eso quiere decir que lo festivo como tal no ha pasado a la historia, que la afirmación habitual de que la fiesta se ha convertido en un fenómeno marginal de la sociedad moderna no es del todo cierta. Sí podría decirse, en cambio, que muchas fiestas tradicionales han dejado de tener sentido para las sociedades modernas y, en ese caso, habría que preguntarse por qué. Una razón es la que acabamos de contar, la transformación de los ciclos festivos. Pero podría añadirse algo más. Señala Uwe Schultz²⁶⁹ que cada fiesta tiene su tamaño ideal, a partir del cual se malogra o degenera según la disminución o el aumento de participantes. Pues bien, esto es lo que ha ocurrido en muchos casos con las fiestas tradicionales. En algunos sitios desaparecen por falta de jóvenes o habitantes (despoblación de los núcleos rurales), en otros (el caso de las ciudades) se han hecho tan grandes que los indivi-

²⁶⁹ SCHULTZ, U., *op. cit.*, p. 13.

duos se sienten perdidos en la aglomeración, hasta tal punto que la *comunidad festiva* ya no les dice nada y sólo la diversión tampoco tiene sentido, pueden encontrarla en cualquier parte.

Participación generalizada, aglomeración y consumo masivo no son siempre aspectos de la fiesta que estén unidos. Es más, los nuevos ciudadanos diferencian claramente entre participar y consumir todos a un tiempo y aglomeración. La huida de la aglomeración está empezando a incidir en los hábitos de los ciudadanos y en sus nuevos ciclos festivos: se empiezan a preferir vacaciones en fechas distintas a agosto, se evita coincidir con las multitudes o los embotellamientos de tráfico de los fines de semana y puentes festivos, etc. El nuevo ciudadano está sensibilizado ante la aglomeración y procura evitarla, pero muchas veces no puede. La participación en la fiesta, entendida desde la clave de la aglomeración, es una de las cosas que sí puede evitar, porque asistir a la fiesta es un claro ejercicio de libertad.

Otra razón evidente de la transformación de la vivencia festiva está en las posibilidades que ofrece la vida moderna y en la nueva manera de entender la vida. Lo que tradicionalmente eran elementos aislados de la fiesta se han transformado, en ocasiones, en una fiesta en sí. Los recitales musicales de grupos jóvenes pueden ser fiestas que duran una tarde o varios días. La vivencia de la cultura, en sus diversas manifestaciones de ocio, forma parte de la nueva fiesta de gran número de ciudadanos. El turismo o los espectáculos de la televisión son también nuevos ritos festivos. Junto a esto, empezamos a vivir experiencias festivas con una dimensión nunca alcanzada. Las grandes fiestas de la cultura europea, los Juegos Olímpicos, las exposiciones universales o los grandes parques temáticos, lúdicos y recreativos nos están hablando de una dimensión internacional de la fiesta sin precedentes.

De éstas y otras muchas razones pudiéramos sintetizar que son características de las fiestas modernas los aspectos que a continuación se señalan:

1. Fragmentación

Las fiestas modernas no lo son para toda la comunidad, sino que se viven de forma fragmentada. Las mismas fiestas tradicionales se presentan así como una posibilidad más de fiesta para otras

gentes, que no necesitan encontrar un sentido del mismo modo que la comunidad que las revive. La fragmentación afecta tanto a la cantidad de fiestas como a los diversos modos de entender la vivencia festiva y a la propia fragmentación de tiempos y espacios. Muchos de los eventos modernos pueden vivirse en distintos momentos de un tiempo largo (caso de las exposiciones universales) y en un espacio que no se corresponde con la vida real (espacios especialmente sofisticados) o, incluso, en un espacio virtual (a través de la televisión). La fragmentación hace posible la vivencia de la fiesta como diversión, ruptura y descanso; pero dificulta el encuentro y la autoafirmación comunitaria.

2. Nuevos modos de fiesta

Es evidente que los medios de comunicación, la facilidad de desplazamiento y la utilización lúdico-festiva de las nuevas tecnologías han favorecido nuevos modos de fiesta, nuevas fiestas. El desarrollo y la transformación de las partes en el todo es uno de sus rasgos distintivos. La pintura, por ejemplo, siempre ha sido una parte secundaria de la fiesta, su misión ha sido puramente de carácter ornamental. Ahora, la Documenta de Kassel, por citar un nombre, tiene su vivencia festiva centrada en la pintura. La música siempre ha sido uno de los ingredientes de la fiesta. A partir del delirio de Woodstock²⁷⁰ se ha convertido en la esencia de incontables fiestas juveniles en todo el mundo. Lo mismo pudiéramos decir de la danza, la arquitectura, la escultura o tantos otros aspectos de las artes y la cultura que hoy se viven festivamente.

La vida moderna también ha regenerado y actualizado viejas fiestas. Los eventos *circenses*, por seguir la terminología de Juvenal, se siguen repitiendo en la actualidad. Una de sus expresiones la tenemos en las celebraciones nacionalistas; las hitlerianas fueron muy significativas²⁷¹. Su expresión en el período democrático son

²⁷⁰ *Ibid.*, pp. 343-356.

²⁷¹ Me refiero al concepto «panem et circenses» de Juvenal y a su utilización en la Historia. En el caso concreto de Alemania aludo a los congresos del Tercer Reich en Nuremberg. Véase el estudio de Hans-Ulrich THAMER en *La Fiesta. Una historia cultural desde la antigüedad hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1993, p. 319-341.

las fiestas políticas. Las fiestas de las campañas electorales y los mítines políticos buscan la movilización, la participación y, en cierto sentido, la catarsis política. Recuerdan a la instrumentación de la fiesta realizada en el pasado por poderes y culturas distintas.

3. Comercialización

La fiesta, especialmente la tradicional, siempre tuvo una serie de componentes económicos y comerciales; pero no podíamos decir que eran tan esenciales como son ahora. La creación artificial de espacios sin antecedentes en la realidad y, al mismo tiempo, de acceso reservado, hacen que las fiestas modernas tengan una incidencia económica especial. Los espacios y eventos festivos han de ser rentables de algún modo, económica, social o culturalmente. Esa intencionalidad, explícita en los organizadores de la fiesta, marca una separación radical de la espontaneidad, la falta de reflexión o la intencionalidad de acción gratuita de las fiestas en sus orígenes. La reciente proliferación de patrocinadores en los eventos importantes está lejos de ser acción desinteresada. En cualquier caso, éste pudiera ser un nuevo apoyo para las fiestas tradicionales.

4. Internacionalidad

Los grandes medios de comunicación nos muestran imágenes de las grandes fiestas del mundo y muchas de las fiestas tradicionales han pasado, por ello, a ser punto de encuentro internacional. A ellas se unen los acontecimientos de carácter internacional (exposiciones, encuentros deportivos, festivales...), convertidos en puntos de referencia de las nuevas vivencias festivas. El desarrollo y la expansión del turismo favorece, cada vez más, la presencia real en los acontecimientos. En caso contrario, siempre es posible estar indirectamente, a través de la televisión, la radio o el vídeo.

Hacia una redefinición del ocio festivo

No se puede hablar en términos absolutos de la desaparición de la fiesta. Es cierto que la fiesta ha pasado a ser espectáculo en múltiples

ocasiones y que el mismo espectáculo ha perdido muchas veces su vida y su frescura en virtud de la expansión audiovisual. Ciertamente también que el ciudadano moderno no vive del mismo modo la fiesta, ni la entiende del mismo modo, ni siquiera tiene acceso muchas de las veces a la vivencia festiva tradicional. Lo extraordinario es cada vez más difícil porque cada día tenemos ocasión de vivir algo extraordinario. Lo extraordinario para el hombre urbano moderno es la vuelta a sus orígenes, el encuentro con lo natural y con la naturaleza. Eso explica que la escapada al mar, a la montaña o al campo sea una fiesta.

La sociedad moderna tiene mayores posibilidades para la realización del ocio, pero cada persona es libre de utilizarlas. La televisión o los viajes, por citar dos ejemplos significativos de nuestro actual ocio, pueden ser, al mismo tiempo, elementos de diversión, aprendizaje o fiesta. La actitud de la persona, sus intereses y su aprovechamiento son determinantes más allá de lo que objetivamente se ofrece. Los modernos medios electrónicos al servicio del ocio pueden ser medios de alienación o de liberación. Por eso, hoy más que nunca, es necesario ahondar en las dimensiones de ocio.

Las fiestas modernas han encontrado fórmulas apropiadas de ruptura, descanso y diversión, pero todavía andan buscando nuevos modos de encuentro, de desarrollo social y de autoafirmación comunitaria. Tampoco se han encontrado modos que sustituyan el impacto de la vivencia festiva tradicional. Las fiestas modernas, separadas de la religión, de los orígenes y desenraizadas de las comunidades, corren el riesgo de no ser fiestas verdaderas, de ser simplemente pseudofiestas.

Vista desde el ocio, la fiesta es un proceso que incluye preparación, de cualquier tipo, realización o vivencia festiva en sí misma y vuelta a la normalidad, en la que se produce la ubicación de esta vivencia en el conjunto experiencial de cada persona y la comunidad. En este sentido, el recuerdo y la narración del evento que permite revivir el acto festivo también forman parte de esta dimensión del ocio.

Buscando una redefinición de lo festivo, y en medio de este panorama, encontraremos salida. Los humanos necesitamos la fiesta como complemento de lo cotidiano y como proyección positiva de lo social²⁷². Habrá que encontrar un nuevo equilibrio entre las fies-

²⁷² SCHULTZ, U., *op. cit.*, p. 336.

tas institucionales y las fiestas internacionales que subsane el desequilibrio que se ha producido en la fiesta tradicional. Habrá que atender a la nueva proyección social de los segmentos poblacionales y saber que algo quedará de las viejas fiestas. Porque, dicho con palabras de Uwe Schultz, «si es cierto que nos encaminamos hacia la época postindustrial de un ocio creciente e incluso ilimitado, por medio de la automatización y la eliminación del trabajo, el incremento creativo del tiempo libre en la fiesta debería suponer un importante reto tanto estético como social y la historia cultural de la fiesta no habría llegado a su fin. El único ser vivo que festeja podría sobrevivir en la fiesta»²⁷³.

²⁷³ Idem, pp. 15-16.

III

Manifestaciones del ocio en la sociedad actual

Introducción

Aunque el ocio ha sido una realidad permanente, unida a convicciones y hábitos en las distintas culturas y civilizaciones a lo largo de la historia, la sociología del ocio es un logro del último siglo. Las primeras investigaciones empíricas, que se realizan en Estados Unidos, reflejan la existencia de una ideología del ocio propia de la clase media, que es bien diferente a la concepción minoritaria del ocio de la sociedad tradicional.

Desde la Segunda Guerra Mundial la sociología del ocio es una de las ramas más activas de la Sociología, y el ocio, en cuanto objeto de estudio y reflexión, un tema controvertido. En Europa, autores como G. Friedman o J. Dumazedier, entre otros muchos, son referencia de un quehacer profundo y continuado que demuestra la importancia y vigencia de esta área de conocimiento. Pero, como señala M.F. Lanfand en su *Sociología del ocio*, «circulan tesis contradictorias sobre el ocio, su modo de producción, su utilización, su finalidad individual y social. Estas contradicciones son reveladoras de lo que está compitiendo tras el universo aparentemente rosado que evoca la simple palabra ocio. Pues, con el ocio, no estamos de ninguna manera en terreno neutral. A veces buscado como un bien, a veces combatido como un mal, valorado o condenado por la mo-

ral, la religión o la política, el ocio coloca de entrada al sociólogo en el terreno entrampado de la ideología»²⁷⁴.

Una de las tendencias, al estudiar el ocio desde un punto de vista sociológico, es hacer inventarios de los datos estadísticos y descriptivos, analizándolos según los factores que determinan los comportamientos de ocio: sexo, edad, profesión, nivel de instrucción, lugar de residencia, etc. Los ordenadores han favorecido el conocimiento de esta realidad al permitir el tratamiento simultáneo de múltiples variables y factores. Pero los datos sobre ocio están dispersos y no son precisos o, al menos, son poco precisos. Numerosos trabajos y encuestas empíricas relacionadas con el ocio se apoyan en un modelo teórico que no se llega a explicitar. Los criterios de un estudio y otro varían y, consiguientemente, no nos autorizan comparaciones. Esto hace que la sociología del ocio sea un ámbito de estudio controvertido.

El ejercicio del ocio favorece el desarrollo de emociones, deseos y valores, unos de carácter personal y otros con dimensión comunitaria, de difícil cuantificación. Entre los primeros, el ejercicio de libertad, autonomía, libre elección, alegría y singularidad. De los segundos pudiéramos destacar la generosidad, el libre compromiso, la solidaridad, la participación y la vivencia conjunta de lo extraordinario. Esta mezcla de vivencias objetivas y subjetivas hace que el ocio haya sido siempre, y lo sea más hoy, un motivo de identificación y un signo de identidad de las personas, las comunidades, los pueblos y las naciones. La práctica del ocio favorece la afirmación de la autovalía y permite compensar las insatisfacciones que se producen en otros ámbitos.

El ocio de masas, propio de la segunda mitad del siglo xx, ha permitido abandonar la creencia de que el disfrute del ocio era un asunto de minorías y elites. El mercado oferta actividades de ocio múltiples y diferenciadas. El derecho al ocio no es sólo un derecho del trabajador, sino de toda persona a lo largo de su vida. Se reivindica el derecho al ocio de los minusválidos, discapacitados y poblaciones marginales. Se piden nuevas leyes y normas que lo hagan posible. A la deseada ruptura de barreras físicas, psíquicas y sociales, se une la aparición de nuevas industrias que fabrican equipamientos y materiales de ocio.

²⁷⁴ LANFAND, M.F., *Sociología del ocio*, Barcelona, Península, 1978, pp. 17 y 18.

Pero la democratización del ocio va más allá de las ofertas diferenciadas. La igualdad de oportunidades no se consigue sólo con la existencia de servicios: requiere la libre posibilidad de disfrute. Esto es lo que ha motivado que, junto a los modernos servicios e infraestructuras de ocio en los países desarrollados, hayan ido apareciendo departamentos educativos que ofertan a los ciudadanos la preparación necesaria para el adecuado uso. Los programas específicos de Educación del Ocio en Norteamérica son una realidad desde hace veinte años, pero el desarrollo que se consigue a partir de los años noventa es cada día superior. No se trata de planificar ni organizar desde fuera el ocio de los ciudadanos; se trata de que estos puedan elegir unas prácticas libre y satisfactoriamente.

La realización de actividades satisfactorias, con las que nos identificamos y autorrealizamos, son cada vez más difíciles de encontrar en el mundo del trabajo. La «actividad gustosa», ideal tanto del ocio como del trabajo humano, está actualmente, y parece que lo estará aún más en el futuro, unida a tiempos y actividades de ocio. La salud no se define ya como ausencia de enfermedad. La Organización Mundial de la Salud la considera un estado completo de bienestar físico, psíquico y social. Múltiples estudios realizados en los últimos años demuestran que la práctica satisfactoria del ocio mejora la vitalidad y desarrolla un tipo de persona más creativa. Se sabe que el desarrollo de actividades satisfactorias previene enfermedades y aumenta la calidad de vida. Los llamados «beneficios del ocio», tan estudiados por la psicología norteamericana, son un nuevo campo para profundizar. El desarrollo del ocio unido a áreas de salud, belleza y «estar en forma» es algo que, en los últimos años, ha empezado a ser importante. Vacaciones de salud, estaciones balnearias, gimnasios, locales de *fitness* o salidas al campo son algunos ejemplos de la relación ocio-salud que se pueden desarrollar, aún más, cara al futuro.

Lo señalado hasta aquí perfila un escenario cambiante y diverso que, rechazando las recetas universales, exigirá una adaptación social y cultural a cada realidad local. No tenemos tradición, como en otras áreas de la ciencia, para hacer predicciones partiendo de procesos comparativos. La adaptabilidad requerirá el desarrollo de nuevas disciplinas del ocio, exigirá una mayor profundización.

Dado su carácter complejo, el ocio requiere de un planteamiento interdisciplinar. Gran parte de los tratamientos académicos o in-

investigadores están siendo llevados a cabo por equipos constituidos por personas con formaciones complementarias, que permitan dar una respuesta global. En el mundo tecnológico que vivimos, el tema del ocio está reclamando una visión de conjunto, un tratamiento integral. No son suficientes los estudios separados, ahora deporte, luego cultura, más tarde fiesta. Los comportamientos y las acciones de ocio tienen raíces comunes que luego se diversifican, pero sólo a partir de una visión del conjunto, de un tronco común, es posible un tratamiento sostenible y equilibrado del problema.

El ocio, entendido como actividad gustosa, libre y con finalidad no utilitaria, abre paso a la vivencia de valores y vivencias de ocio cultural, deportivo, festivo, lúdico, ecológico y solidario. En muchos países modernos está creciendo el índice de asociacionismo y voluntariado. El cambio experimentado en los últimos años ha puesto de manifiesto que el ocio es un factor significativo de este cambio y un elemento cada vez más importante de nuestra sociedad.

Las páginas siguientes muestran diferentes aspectos de la realidad social del ocio a través de una serie de reflexiones centradas en distintos binomios en los que el ocio es una de las partes. En el otro lado aparecen cultura, turismo, deporte, tercera edad y trabajo. Los tres primeros son tres grandes manifestaciones del ocio en nuestra sociedad. La tercera edad es, tal vez, la población que más representa a la nueva ciudadanía, que, como resultado de jubilaciones y prejubilaciones, se enfrenta a la necesidad de vivir una experiencia de ocio de mayor calidad. Finalmente, el binomio ocio/trabajo nos sitúa en una de las paradojas propias del ocio moderno, pues por un lado se independiza del mundo laboral, conceptualizándose como experiencia humana independiente, y por otro aparece como cantera y yacimiento de empleo. Si las dimensiones del ocio nos sitúan en la experiencia de ocio desde un punto de vista conceptual y genérico, los epígrafes que siguen nos introducen en las experiencias concretas que, como se verá, son siempre susceptibles de vivenciarse desde distintas dimensiones.

14. La mediación ocio-cultura

Este capítulo se detiene en una de las funciones más actuales del ocio, en su función mediadora de cultura. Utilizo aquí la pala-

bra *mediación* en el sentido que la Real Academia considera de «existir o estar una cosa en medio de las otras», lo que, trasladado a los conceptos que son objeto de estas páginas, es tanto como decir «lo que el ocio está en la cultura y viceversa».

Las ideas que se desarrollan a continuación se estructuran en cinco puntos y culminan en una reflexión final. Empezaré el tratamiento del tema sintetizando los distintos modos de abordar la cultura, para detenerme seguidamente en su dimensión vivencial. Este punto de partida nos conducirá a analizar la conexión existente entre la vivencia cultural y la vivencia de ocio, lo que me permite realizar unas breves digresiones sobre el ocio cultural y finalizar mostrando algunos de los retos actuales y futuros que, desde mi punto de vista, pueden vislumbrarse en el planteamiento propuesto.

La cultura desde la vivencia

La palabra *cultura* es uno de los términos reiteradamente utilizados en nuestra vida cotidiana, no sólo en los ámbitos académicos. Los medios de comunicación social hablan a menudo de agendas e industrias culturales, de diálogos interculturales, de cultura de la paz, de la violencia, de la solidaridad, y de otros múltiples términos pertenecientes a esta familia semántica. Tal pluralidad de significados, tareas y funciones se asigna al término *cultura* que bien se pudiera decir que cultura es todo. Lo cierto es que la cultura, como tal, nos acompaña desde siempre y lo que ha venido cambiando es su denominación. A juicio de muchos pensadores actuales, podemos decir que la cultura es lo que nos hace propiamente seres humanos: «El hombre es, estrictamente hablando, un animal cultural»²⁷⁵.

Sintetizando múltiples bibliografías, diré que un acercamiento global al concepto de cultura nos conduce a dos vertientes fundamentales: una visión clásico-humanista y otra antropológico-sociológica. Hay que considerar que *cultura*, en cuanto término técnico, se impone gracias a los escritos de los antropólogos del siglo XIX. La cultura desde un enfoque clásico-humanista se centraba en la persona

²⁷⁵ CARRIER, H., *Lexique de la culture. Pour l'analyse culturelle et l'inculturation*, Louvain-la-Neuve, Desclée/Tournai, 1992, p. 100.

educada, en la «persona cultivada», diría posteriormente la generación krausista. Este significado arranca directamente de su etimología y tiene, con frecuencia, una connotación intelectual y estética. Se refiere a las personas cultas, incluyendo un sentido de erudición, refinamiento y cierto desarrollo de sensibilidad artística y literaria.

Esta concepción persiste hoy, en muchos casos empobrecida por la identificación de la cultura con el mero saber libresco, pero, al mismo tiempo, convive con visiones radicalmente diferentes que pudiéramos agrupar en lo que antes he denominado vertiente antropológico-sociológica. Desde este posicionamiento la cultura se presenta como reveladora de los rasgos característicos de una colectividad y formarían parte de ella la mentalidad, los estilos de vida y la manera específica de humanizar el medio.

Partiendo de ambas consideraciones, la Conferencia Internacional de la UNESCO de 1982 adoptó una definición que puede considerarse intermedia:

En su sentido más amplio, la cultura puede ser considerada hoy día como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan una sociedad o un grupo social. Engloba las artes y las letras, los estilos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

La declaración parte del planteamiento contextual global que puede apreciarse en el texto precedente, pero destaca también la incidencia individual en cada persona y, más concretamente, en su desarrollo como ser humano:

La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Hace de los hombres seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por la cultura el hombre discierne valores y efectúa elecciones. Por ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones y crea obras que le trascienden²⁷⁶.

²⁷⁶ La definición recogida aquí se incorpora a la Declaración de México de 1982. Los textos son traducción de los recogidos por H. CARRIER, *op. cit.*, p. 116. El

Este posicionamiento ecléctico ante la cultura es de gran interés en sí mismo, pero también en cuanto es una visión aceptada por el conjunto de gobernantes miembros de la UNESCO, lo que significa un consenso entre distintas tendencias ideológicas. Se puede decir que ésta es una concepción humanista, fundamentada en elementos normativos y éticos, abierta a distintos tipos de valores y sustentada en los derechos humanos, la libertad y la responsabilidad. Esta definición de la cultura considera su dimensión histórica y se refiere a todos los grupos humanos, afirmando así su derecho democrático e iluminando tanto la acción como el desarrollo cultural.

La dualidad que subyace en la raíz misma de nuestra concepción cultural nos conduce a reflexionar ahora sobre otros dualismos como cultura literaria, cultura científica o cultura como tradición, cultura como realidad actual. Desde que C. P. Snow²⁷⁷ publicó, a finales de los años cincuenta, su aguda profundización sobre la separación entre la cultura literaria y la científica, el asunto ha sido considerado, a juicio de José Luis López Aranguren, uno de los grandes problemas del siglo XX²⁷⁸.

Humanistas y técnicos

La sociedad, señalaba Snow, está fragmentada en virtud del dualismo de los intelectuales y esta escisión se va haciendo, si cabe, cada día mayor. Humanistas y técnicos pragmáticos han venido desarrollando dos culturas de enfoque diverso, la de los valores y la de los hechos. A quienes se les prepara para las ciencias se les aparta cada vez antes de la profundización en el mundo de la emoción y la sensibilidad que va unida al área de las artes. Al contrario, la formación en el campo de las letras a menudo carece de la preparación tecnológico-científica que demanda el mundo de hoy. La actitud objetivista de la formación científica desatien-

profesor Lamo Espinosa ha recibido el Premio Internacional de Ensayo Jovellanos por una obra sobre este tema.

²⁷⁷ SNOW, C.P., *Las Dos Culturas*, Madrid, Alianza, 1976. La edición original aparece en 1959.

²⁷⁸ ARANGUREN, J.L., *La juventud europea y otros ensayos*, Barcelona, Seix Barral, 1968, pp. 132-26.

de, a menudo, la importancia de los valores y la sensibilidad en el desarrollo humano. Como consecuencia, hay veces que se empobrece el papel esencial de la cultura en la persona, desdibujándose su función en el proceso de autorrealización del hombre y del sentido de su vida.

Este posicionamiento antitético de la llamada clase culta, ante el hecho mismo de la cultura, se entrecruza con otra dicotomía de especial incidencia en la vida: la percepción de la cultura como legado tradicional o como realidad cotidiana. Simplificando mucho podríamos hablar de cultura viva/cultura muerta y, si se quiere, de la contradicción aparente entre cultura vivida y cultura ofertada. En uno de sus artículos, G. Cushman²⁷⁹ nos alerta de la disyunción que se ha producido entre la cultura juvenil postmoderna y la que se intenta transmitir desde las instituciones escolares. La nueva juventud, viene a decir este autor, es una generación que ha conocido la televisión desde su nacimiento, de modo que su forma de expresión pasa por los videoclips, la música moderna, los videojuegos y la electrónica. Desde un punto de partida tan diverso del de generaciones anteriores, las bases mismas de la escuela se tambalean y los llamados aprendizajes culturales tradicionales han de formularse en armonía con las nuevas mentalidades, si no queremos que nos vean pronto como seres extraterrestres.

Esta evidente disyunción entre la cultura entendida en un sentido más tradicional y académico, procedente del concepto clásico-humanista, y la cultura de la calle, más vinculada al llamado consumo cultural, se refleja con claridad en los estudios y datos referidos a hábitos, estilos de vida o prácticas de consumo²⁸⁰. Todos ellos señalan algo que es de sobra conocido: el consumo de cultura, entendida en un sentido clásico y tradicional, es minoritario, mientras que el consumo de la llamada «cultura del ocio» se lleva a cabo de un modo masivo y generalizado.

²⁷⁹ CUSHMAN, G., «Concepts and directions for Leisure Education in the school systems», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995, pp. 14-22.

²⁸⁰ Como ejemplo, véanse los estudios periódicos del CIRES, en *Informe FOESA*, 1994, los informes del Centro de Estudios del Cambio Social (CECS) o, en el País Vasco, las publicaciones del EUSTAT.

Cultura y ocio

Durante mucho tiempo se ha pensado, y en muchos casos sumpongo que se sigue pensando, que los términos *ocio* y *cultura* designan conceptos enfrentados. Sin embargo, cualquier observador de la realidad actual puede advertir que el desarrollo de la llamada industria cultural está unido al desarrollo de la industria del ocio. Querámoslo aceptar o no, la realidad es que la oferta y la actividad cultural en general compiten hoy con otras ofertas de ocio de diverso carácter y variopinto calado. Como indica W. Rybczynski²⁸¹, el nuevo ciudadano tiene que decidir entre lo que hace y lo que deja de hacer. Y en esa decisión interviene un entramado de factores diversos, entre los que se pueden destacar economía, tiempo, cultura, motivación, cansancio, etc.

Aunque la cultura, analizada desde la decisión personal del sujeto que la vivencia, nos lleva a un planteamiento de ocio, lo cierto es que ni la cultura como hecho humano es toda ocio, ni el ocio es todo cultura. Como ocurre con otros muchos conceptos y áreas, cultura y ocio han difuminado sus fronteras de manera que sus relaciones se han hecho complejas, difíciles de diferenciar de un modo objetivo. Ésta es otra importante razón para valorar la cultura desde la subjetividad, es decir, desde la vivencia. La nueva cultura ha de saber integrar, como propone J. Levy²⁸², los valores seculares inherentes a la cultura tradicional con los valores nuevos, propios de una nueva cultura internacional hecha realidad gracias a las nuevas tecnologías.

El ocio como marco y dimensión de cultura

En la década de los setenta se generaliza la idea del desarrollo cultural como algo directamente relacionado con el desarrollo eco-

²⁸¹ RYBCZYNSKI, W., *Waiting for the weekend*, Nueva York, Penguin Group, 1991. Existe una traducción en español publicada por Emecé (Barcelona, 1992).

²⁸² LEVY, J., «Educating personnel for Leisure in the post-modern 21st Century», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Brigham Young University, Provo, UT, 1995, pp. 79-93.

nómico, personal y social²⁸³. Desde un punto de vista moderno, la cultura contribuye al bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos. Pero la progresiva declaración formal del derecho a la cultura viene unida a una declaración del derecho al ocio, al descanso y a las vacaciones²⁸⁴. La cultura entendida como calidad de vida, es decir, como percepción subjetiva y colectiva de un mejor modo de vivir, nos sitúa de nuevo en el marco del ocio.

El ocio ha encontrado una cierta renuencia a ser tratado en los ámbitos académicos por diversas razones. Por una parte, se ha considerado una esfera personal en la que todos nos sentimos expertos: nadie sabe mejor que nosotros mismos lo que nos divierte o cómo divertirnos. Por otro lado está la contaminación de ocio con ociosidad, la confusión entre ocio y tiempo libre o la temida amenaza de introducirnos en una esfera de control potencial, de manipulación, de personas cansadas de tanta planificación de la vida actual. Que el ocio es un objeto de estudio suficientemente serio como para ser tratado en las universidades quedó patente tras el famoso discurso rectoral de J. Huizinga, que dio como resultado su posterior *Homo ludens*²⁸⁵. La ratificación científica vino después a través de multitud de investigaciones llevadas a cabo a partir de los años 60 y, muy especialmente, por los nuevos conocimientos que se generan en las dos últimas décadas²⁸⁶.

²⁸³ Recuérdese que los primeros debates tienen lugar en la «Conferencia de Venecia sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales», celebrada en 1970. La formulación oficial de esta idea de desarrollo cultural unido al progreso individual y social se produce en la Conferencia Intergubernamental de Helsinki de 1972 y en posteriores reuniones internacionales. El Plan de Acción aprobado en 1986 por la UNESCO recoge ya estos conceptos.

²⁸⁴ Véanse los artículos 24 y 27 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre.

²⁸⁵ J. HUIZINGA tomó posesión del rectorado de la Universidad de Leyden, en 1933, con un discurso en el que defendía que la cultura humana tiene su origen en el juego y se desarrolla a partir de él. El desarrollo de estas ideas dio como resultado la aparición del famoso *Homo Ludens*, terminado en 1938. Actualmente es fácil acceder a la edición castellana de Alianza Editorial.

²⁸⁶ El desarrollo del conocimiento en torno al tema del Ocio ha sido tan rápido que es difícil situarse en él de forma actualizada. En la Universidad de Deusto existe un Centro de Documentación en Ocio (ADOZ), que puede resultar de gran ayuda para la persona interesada.

La transformación del ocio

La transformación del concepto de ocio ha venido unida a los cambios de mentalidad en otros campos de la vida moderna, a los que no es ajena la concepción misma de la cultura. Soy consciente de que, desde un punto de vista humanista, el concepto al que me he referido al hablar de ocio está alejado de la estandarización que propone la sociedad de consumo o de las vivencias nocivas del ocio, tan presentes por desgracia en nuestra sociedad. Pero he querido señalar la visión positiva y humanista porque, desde nuestro planteamiento, es la que debe guiar la actuación en otros enfoques y dimensiones de ocio, como pueden ser su vertiente económica, preventiva o terapéutica. La concepción humanista actual del ocio tiene en común con la clásica el hecho de ser un quehacer libre, pero no se parece en nada en sus circunstancias, ni en las posibilidades que presenta.

Si el concepto de tiempo libre surge y se desarrolla en la sociedad industrial como oposición al tiempo de trabajo, la percepción actual del ocio evoluciona con sociedades tecnológicamente avanzadas, como consecuencia del aumento de la calidad de vida. La posibilidad de ejercitar el ocio ha pasado a ser moneda de cambio en los recientes ajustes empresariales y salariales²⁸⁷. Precisamente en un período de plena depresión, en 1932, es cuando escribe Bertrand Russell su *Elogio de la ociosidad*²⁸⁸, en el que, además de proponer una jornada laboral de cuatro horas, defiende el desarrollo del ocio, en el sentido que lo entendía Aristóteles, como algo esencial para la sociedad. Estas ideas serían defendidas también por Chesterton y, años más tarde, por el filósofo alemán Joseph Pieper, que tanto influyó en el pensamiento inicial de Pedro Laín Entralgo. Pieper afirmaba que el ocio es la base de la cultura²⁸⁹.

Puede decirse que históricamente es cierto que el ocio es la base de la cultura occidental si entendemos por ello la estrecha relación que existió entre ocio y desarrollo cultural en la Grecia anti-

²⁸⁷ Puede servir como referencia ver lo que está pasando en las negociaciones sindicales. El diario *El País* publicó en el monográfico *Negocios*, el 5.I.1992, un informe que puede resultar de interés al lector que desee profundizar en el tema.

²⁸⁸ Incluido en el libro *In Praise of Idleness and Other Essays*, Londres, 1935.

²⁸⁹ PIEPER, J., *El Ocio y la vida intelectual*, Madrid, Rialp, 1974.

gua; pero en las actuales circunstancias es evidente la diferenciación ocio/cultura, aunque, como decía antes, sus límites estén muy difuminados. La sociedad del ocio que tenemos ahora no es ciertamente la que pintaban las perspectivas de los años sesenta. La mayor disponibilidad de tiempo libre no ha venido unida a un desarrollo de las prácticas culturales y solidarias que suponían los autores más optimistas²⁹⁰. Nadie podía imaginar entonces el rápido desarrollo tecnológico que hemos vivido, ni la espectacular expansión del ocio de consumo. El ocio no ha ocupado el centro de la vida social, al menos como se esperaba. R. Toalson y T. Mobley²⁹¹ afirman que el ocio no ha reemplazado al trabajo en su centro de gravedad, sino que se ha ido configurando como una fuerza nueva que colabora con el trabajo en dar sentido a las vidas. Aun así, el significado del ocio varía de una generación a otra. Las actuales generaciones jóvenes que han debido bajar sus expectativas laborales respecto a las de sus padres y se ven obligadas a asumir trabajos inestables y mal pagados, defienden el máximo tiempo libre posible y piensan en el ocio como vía de realización. Una vía nueva que, a juicio de Guy Aznar²⁹² propiciará nuevas salidas a la difícil situación actual del trabajo.

Elemento diferenciador

Tradicionalmente el ocio ha sido un elemento diferenciador de culturas. Esto se manifestaba, y se continúa manifestando, en vivencias, en celebraciones y fiestas, en maneras de entender el juego y la diversión y, sobre todo, en valores. El desarrollo de una cultura internacional está favoreciendo la aparición de unas prácticas de ocio igualmente internacionales, aunque, al mismo tiempo, segmentadas. Gran parte de la cultura que se promueve desde las áreas de desarrollo cultural se vive como práctica y experiencia de ocio.

²⁹⁰ LAINE, P., «Hipótesis prospectivas del tiempo libre», en *Tiempo libre. Los grandes problemas que plantea a nuestra civilización*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 1970, pp. 67-85.

²⁹¹ TOALSON, R. y MOBLEY, T., «The 21st century», *Parks and Recreation*, mayo 1993, pp. 56-61.

²⁹² AZNAR, G., *Trabajar menos para trabajar todos*, Madrid, Ediciones HOAC, 1994.

Es, en muchos casos, un ocio de elite, en cuanto no tiene nada que ver con el consumo masivo y es propio de una clase social con un capital cultural determinado. La práctica de este ocio favorece, según palabras de P. Bourdieu, la distinción de clases²⁹³, pero al mismo tiempo estimula el desarrollo personal y social. La práctica de la cultura como ocio va más allá de la mera diversión, se transforma en algo accesible sólo al que está preparado para su gozo. Con razón afirmaba José Luis Aranguren que «todo el mundo está capacitado para holgar y divertirse, pero no todo el mundo está preparado para elegir el ocio y la afición»²⁹⁴. La cultura vivida como ocio implica un «nuevo humanismo» al que el mismo Aranguren se ha referido también en varias ocasiones²⁹⁵.

El ocio como cultura

Hasta aquí se ha hablado de cultura vivida como ocio y también del ocio como elemento de distinción cultural. Comentaré ahora que el ocio genera en sí mismo una cultura que crea redes y vínculos en las personas que lo vivencian. A este respecto quisiera recordar aquí las investigaciones R. Stebbins o Alan Tomlinson²⁹⁶ en las que se trasluce la importancia del ocio serio, identificado con la práctica sistemática de una determinada actividad voluntaria, opuesto al ocio casual, referido a una práctica aislada de ocio. A juicio de estos autores, las formas *amateur* son vividas con tal seriedad por las personas que las practican, que establecen entre ellas lazos efectivos de unión que se traducen en distintos niveles de compromiso. Los vínculos que se generan en estos grupos de ocio voluntario abren el camino hacia nuevos tipos de relaciones socia-

²⁹³ BOURDIEU, P., *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988.

²⁹⁴ ARANGUREN, J.L., *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, Madrid, Tecnos, 1992, p. 55.

²⁹⁵ *Ibid.*, p. 65.

²⁹⁶ STEBBINS, R.A., *Amateurs, professionals and Serious Leisure*, Montreal y Kingston, McGill-Queen's University Press, 1992. TOMLINSON, A., «Culture of Commitment in Leisure: Notes towards the Understanding of a Serious Legacy», *Word, Leisure and Recreation*, primavera 1993, pp. 6-9.

les y producen una cultura colectiva en su forma, aunque sustentada en el compromiso libre y voluntario. Las asociaciones de voluntarios en temas de ocio podrían ser consideradas como nuevas comunidades inmersas en marcos sociales más amplios que, incluso, pueden superar cualquier tipo de barrera de carácter espacial. Ellas pueden ofrecer, como veremos luego, aportaciones novedosas al futuro desarrollo de la cultura.

El estilo de vida «culturado»

La organización moderna del tiempo laboral, potenciando los fines de semana, los puentes, los períodos vacacionales cortos y, en definitiva, la reestructuración general de nuestro ritmo vital, ha hecho posible el desarrollo de un nuevo tipo de ciudadano sociológicamente encuadrado en diferentes estilos de vida. José Ignacio Ruiz Olabuénaga, estudiando los estilos de vida de ocio del entorno metropolitano de Bilbao²⁹⁷, llamó la atención sobre lo que denominaba estilo de ciudadano «culturado». Su rasgo característico es «estar» introducido en el mundo del arte y vivir respirando un «aire de cultura». Su incidencia porcentual, en 1990, era pequeña, entre el cinco y el diez por ciento; pero su eco social podía considerarse mayor, puesto que su presencia era reiterada en distintos tipos de actividades culturales, tales como teatro, conciertos de música, ópera o museos.

Cinco años más tarde, en el documento del Ministerio de Cultura *Cultura y Desarrollo*²⁹⁸ se podía comprobar que el estilo de ocio culturado había aumentado ligeramente en número de adeptos, tal como se esperaba; pero que sus comportamientos de fondo permanecían, viniéndose a confirmar lo que antes decía. Son ciudadanos activos que no sólo disfrutan con una determinada opción, sino que, siempre que pueden, participan en diversas prácticas interrelacionadas. Gran parte de los asiduos al teatro van también al ballet o a la ópera o al concierto. Y aun más, un buen número de ciudadanos de este grupo

²⁹⁷ RUIZ DE OLABUÉNAGA, J.I., *La ciudadanía del Ocio*, en EQUIPO DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN OCIO, *El Ocio en el Area Metropolitana de Bilbao*, Universidad de Deusto, 1992, pp. 11-88.

²⁹⁸ MINISTERIO DE CULTURA, *Cultura y Desarrollo*, Madrid, octubre 1995.

compran libros, vídeos y discos relacionados con ese estilo de vida en el que viven. Esto significa que el desarrollo de la oferta en cada una de estas áreas no dificulta el desarrollo de las demás²⁹⁹.

El conocimiento de los estilos de vida de ocio ayuda a comprender el proceso de consumo cultural, la percepción de aspectos y áreas complementarias permite llevar a cabo ofertas de mayor interés y con un carácter global. Los estilos de vida de ocio no están determinados por la economía, aunque ésta pueda ser un punto importante. En los casos referidos tiene un mayor peso el nivel de educación.

La vivencia del ocio cultural

La vivencia cultural no se agota en la asistencia a los espectáculos, la lectura de libros o el consumo de los programas culturales que producen los distintos medios de difusión. La cultura, vista desde el ocio, no es un adorno, sino una vivencia, una experiencia humana vital que se hace realidad en un encuentro con el arte o cualquier otra realidad cultural. La vivencia del ocio culturado permite que cada uno de nosotros recree el arte y la cultura, pero también nos abre las puertas de la expresión creativa. Ocio cultural no sólo puede ser el gozo de leer un libro, sino también el gozo de escribirlo. He aquí la importancia de la complementariedad. Desde el ocio, la práctica cultural es una actividad selectiva, en cuanto requiere una formación inicial que, en muchos casos, es un resultado a largo plazo. Al mismo tiempo, la práctica del ocio cultural está interrelacionada con las demás dimensiones del llamado ocio autotélico, entendido como práctica de ocio con finalidad en sí mismo.

La cultura comparte con la dimensión lúdica del ocio su función de diversión, de evasión de la realidad, de distanciamiento de la rutina. Esto mismo ocurre con las otras dimensiones. Detrás de cada juego, de cada *hobby* y cada distracción se esconde una imperceptible vivencia cultural que nos identifica o nos separa de otras tierras y otros tiempos. Junto a cada vivencia festiva aparece, a juicio de Laín Entralgo, una expresión extraordinaria del ocio³⁰⁰.

²⁹⁹ *Ibid.*, pp. 60-65.

³⁰⁰ LAÍN ENTRALGO, P., *op. cit.*, p. 38.

El disfrute que nos produce el encuentro con el medio natural, en la escapada de los domingos, está en función del sustrato cultural que engrandece nuestra mirada. La sensibilidad y la disponibilidad de volcarnos voluntariamente hacia los demás es resultado de nuestro «cultivo» interior.

El ocio visto como cultura es algo más complejo que el simple consumo cultural; es una aproximación global centrada en los parámetros de la acción voluntaria y libre y, por ello, algo querido y satisfactorio. Una visión de este tipo nos lleva a una percepción comprensiva del fenómeno; pero, al mismo tiempo, a aproximarnos a una parte de la cultura. Una aproximación que se efectúa, eso sí, tratando de encontrar un equilibrio entre la visión de la cultura en su sentido clásico-tradicional y la postura social-antropológica.

La cultura, vivida como ocio, tiene unos beneficios personales y comunitarios que pueden resultar evidentes al verla como conjunto, pero ¿se pueden señalar aspectos específicos? No conozco estudios que analicen la incidencia de una vivencia cultural de ocio en la persona; pero señalaré, sin embargo, algunos aspectos que se pueden extraer de los trabajos publicados por María Luisa Amigo³⁰¹. La profesora Amigo reflexiona desde un posicionamiento estético, que le ha llevado a estudiar la función descubridora del arte en cuanto experiencia de ocio y las aportaciones específicas del arte para quien lo vivencia: sus funciones ontológica, gnoseológica y simbólica. Desde su punto de vista, el arte amplía nuestra realidad y conocimiento a partir de los símbolos artísticos y de su construcción condensada del mundo. Para ella los principales beneficios de la vivencia estética de arte son cuatro:

1. Enriquece nuestra sensibilidad.
2. Nos retiene en lo singular.
3. Muestra lo esencial.
4. Muestra el mundo del ser humano.

³⁰¹ AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M. L.:

—«El arte ámbito del ocio. La vivencia de la poesía en Juan Ramón Jiménez», *Letras de Deusto*, 54, mayo-junio 1992, pp. 253-271.

—«El arte en el ámbito del Ocio: su aportación a la Educación del Receptor», *Revista de Ciencias de la Educación*, 165, enero-marzo 1996, pp. 63-85.

El arte enriquece la sensibilidad en cuanto desarrolla nuestra capacidad de ver y nuestros sentidos, ayudándonos a captar estructuras que nos entrenan para entender otras áreas de la realidad. Esta actividad intensifica nuestra dinámica perceptiva, estimulando la sensibilidad y el pensamiento. Matisse decía que el arte clarifica nuestra mirada y nos devuelve la mirada de la niñez. Ver de una manera nueva es un modo de descubrir la realidad. El arte nos retiene en lo singular porque rescata de la fugacidad del devenir las vivencias y fenómenos que estructura en formas; esto significa que el arte «salva» del tiempo las imágenes que condensa en una realidad creada por el artista. Kundera defiende que la novela es salvadora de momentos irrelevantes para historiadores y politólogos y que, sin embargo, ilumina el mundo de la vida.

El arte muestra lo esencial, la diferencia entre singularidad y generalización, a través de elementos condensadores de la realidad. A través de lo singular se manifiestan aspectos esenciales de la existencia en los que nos reconocemos todos. Las imágenes clásicas son imágenes singulares, pero transmiten, más allá de lo concreto, arquetipos humanos. Los atardeceres de los cuadros de Turner, por ejemplo, no expresan sólo el momento pintado sino la plasmación de un atardecer universal.

El arte muestra el mundo del ser humano dando cuerpo a ámbitos de sentido, que son propios de nuestra vida. Los ámbitos de sentido trascienden el marco espaciotemporal para el que fueron creados y perduran a lo largo de la Historia. El encuentro con la obra de arte nos conecta con su creador, pero también con los demás seres humanos, porque en la obra está presente tanto la manifestación individual como el contexto humano vivenciado por la persona que crea y su horizonte comunitario: problemas, preocupaciones y temas que todos compartimos por ser propios de la existencia.

Retos del presente

Desde mi punto de vista, uno de los cambios más llamativos del ocio en los últimos años es la transformación de su significado. En

cuestión de poco tiempo se está pasando de una visión tradicional peyorativa y negativa a un concepto positivo y polivalente, lleno de significados nuevos, que asciende de forma rápida con el cambio social.

Como señalaba antes, la importancia social del ocio es muy superior a lo que fue en la década de los sesenta, pero la cultura del ocio que vivimos no se ha llevado a cabo en la línea que entonces se pensaba. Destacaré ahora algunos aspectos que permiten perfilar un boceto de la situación actual del ocio y sus retos de futuro.

Un ocio distinto

En 1983, Luis Racionero, en su conocido ensayo *Del paro al Ocio*, sostenía que la solución a la crisis del trabajo actual debiera nacer de un cambio de mentalidad. Este cambio implicaría el abandono del puritanismo laborista y el fomento de «la tradición humanista mediterránea del *otium cum dignitate*». Un ocio digno que colabore en el desarrollo de la persona y la sociedad, propiciando un mundo de valores tales como el amor a la sabiduría y la belleza, la solidaridad, la reflexión, el altruismo o la satisfacción íntima. El camino, afirma Racionero, es un camino largo, pero «el resultado compensaría con creces todos los esfuerzos»³⁰². Racionero tenía razón al hacer estas afirmaciones, pero, en parte, no hacía otra cosa que dar continuidad al pensamiento de Lafargue, Russell, Laín Entralgo o los prospectivistas utópicos de los sesenta.

La situación laboral que siguió a la publicación del libro de Racionero se puede decir que ha empeorado; pero ello ha favorecido que las generaciones jóvenes vean el ocio de otro modo: no como el tiempo libre de un trabajo que no tienen, sino como un ámbito de expresión, encuentro personal y, en muchos casos, autorrealización. Junto a esto, el trabajo también está incidiendo en la transformación del ocio de otros modos. Independientemente de que el ocio se esté perfilando cada vez más como sector de producción y empleo, el problema de muchos trabajos en la actualidad es su incapacidad para ilusionar y dar un sentido a la vida de la gente. De ahí que, a

³⁰² RACIONERO, L., *Del paro al Ocio*, Barcelona, Anagrama, 1983, p. 16.

juicio de R. Dubin³⁰³, el ocio empieza a ser interés central de muchas personas y se observa una tendencia a aumentar el número de los que cambian en esta dirección. De un rol residual avanzamos a un papel dominante o, en muchos casos, a la razón de un trabajo. La evolución que refiero ha estado apoyada por la crisis, pero también por la expansión de otros valores más cercanos al ocio que al trabajo, tales como liberalización personal, autonomía, vida placentera, simplicidad, etc. Este cambio social se está generalizado con el apoyo de los modernos medios de difusión.

Teleocio y teletrabajo

Múltiples autores defienden que la televisión fue el comienzo de una nueva vida y, en efecto, desde el punto de vista del ocio es evidente que se puede hablar de un antes y un después. La televisión ha revolucionado la vida doméstica y la realidad exterior. Sus consecuencias se han dejado notar en todo, pero especialmente en los ámbitos que le son propios, el ocio y la cultura. La televisión es la actividad cultural y de ocio más practicada entre los españoles, como se trasluce en todos los estudios³⁰⁴. El consumo de programas de televisión estimula la adquisición de otros equipamientos electrónicos en el hogar, además de otros muchos productos. Como afirma Javier Echevarría en *Cosmopolitas domésticos*³⁰⁵, el teleocio doméstico se transforma en trabajo en cuanto genera necesidades y mercado.

Desde un enfoque cultural hay que reconocer que la mayor parte de los programas televisivos están diseñados como pasatiempo. Su denominador común es divertir al telespectador y, como consecuencia, «robarle» su tiempo de ocio. «Telépolis —escribe Javier Echevarría— genera una sociedad de la diversión a distancia, y no sólo de la información»³⁰⁶; pero esa telediversión se sustenta a la postre

³⁰³ DUBIN, R., «Central life interests», *Pacific Sociological Review*, 22, 1979, pp. 405-425.

³⁰⁴ Como ejemplo véase *Boletín CIREs*, abril 1994, p. 38.

³⁰⁵ ECHEVARRÍA, J., *Cosmopolitas domésticos*, Barcelona, Anagrama, 1995.

³⁰⁶ ECHEVARRÍA, J., *op. cit.*, p. 89. El autor defiende esta misma idea en *Telépolis*, Barcelona, Destino, 1994, pp. 63-81.

en el mercado que crea o en otros mensajes no explícitos. Además, al menos por ahora, su estructura es vertical. Su realidad se impone, invadiendo la intimidad de los ciudadanos y dibujando un mundo mediático. La televisión y toda su familia electrónica son ventanas abiertas a una cultura universal, pero también son medios de conocimiento mediático que crean expectativas e imágenes artificiales de la cultura. Lo cultural no es en muchas ocasiones algo tan entretenido como se supone que es un programa televisivo. Los medios de difusión han colonizado el ocio y la cultura, creando nuevos estilos de vida y nuevos modelos de ocio. Pero, para bien y para mal, los medios están ahí como objeto cotidiano que acompaña a las nuevas generaciones desde su nacimiento; hay que aceptar el hecho.

Junto al teleocio se está desarrollando el teletrabajo. La experiencia se ha iniciado tímidamente; pero pudiera extenderse de forma rápida. En ese caso también deberá hablarse de un antes y un después; aunque, de generalizarse la fórmula, el impacto superaría al de la televisión. Independientemente de la competencia que se pueda establecer entre la pantalla del ordenador y la de la tele, el problema de fondo es aún mayor. El nuevo trabajador a distancia tendrá que saber administrar autónomamente su tiempo y, con ello, tendrá mayor posibilidad de ocio. Los analistas de la experiencia que se tiene hasta el momento³⁰⁷ señalan que la importancia del ocio aumentará, además de por una mayor disponibilidad de tiempo, por la necesidad psicológica de autorrealización y de contacto social.

La barrera clásica que separaba trabajo y ocio se ha fulminado en el sentido de que, como se veía antes, el ocio-entretenimiento proporciona trabajo y el trabajo a distancia produce ocio. Ante esta realidad, la sociedad tiene que reajustar los vínculos de relación y rediseñar las funciones de las instituciones culturales clásicas, sin perder de vista que la vivencia cultural actual está inmersa en una concepción del ocio diferente.

³⁰⁷ Sobre el teletrabajo han aparecido varias publicaciones, en la mayoría de los casos traducidas del inglés, que recogen la experiencia en los países más avanzados. Recientemente se ha difundido un libro editado por la Fundación Universidad-Empresa y han aparecido informes de prensa como el que se recoge en el suplemento *Nuevo Trabajo* (*El Correo*, 4.II.1996).

Hacia un desarrollo sostenible del ocio y la cultura

La interdependencia generada con los nuevos modos de vida requiere enfrentarse al futuro con estructuras interdisciplinares innovadoras que converjan en soluciones y servicios satisfactorios. El entrecruzamiento de los saberes, en las ciencias y en la vida diaria, determinará el futuro desarrollo de ciertas prácticas culturales unidas, inseparablemente, a las prácticas de ocio. Desde el punto de vista de la vivencia, resulta difícil deslindar qué es cultura o qué es ocio en un viaje cultural, en una tarde de lectura o en la asistencia a un espectáculo. Tal vez pueda ser más fácil encontrar la diferencia desde la postura del productor. Pero, desde este segundo planteamiento, la complicación de la tarea es aún mayor. La industria del ocio y la industria de la cultura tienen demasiados elementos comunes; incluso se diría que es difícil defender que no sean una misma cosa o, al menos que, en gran parte, asuman la misma función. Desde el consumidor que busca pasar un rato agradable, hacer lo que quiere y sentirse libre, las prácticas de ocio y cultura son el mismo tema.

La industria del ocio y la cultura

Vistas en el conjunto de la actividad productiva del país, las prácticas de ocio y cultura son algo más. Del ocio se dice que es un sector que contribuye en un 14,5% al Producto Interior Bruto³⁰⁸ y que, en cuanto sector de servicios, se relaciona directamente con otros sectores de producción (equipamientos, hostelería, viajes...) y otros múltiples subsectores diferenciados. El hermanamiento que los nuevos estilos de vida están llevando a cabo en las diversas prácticas de ocio y cultura ha generado ya una industria y un trabajo potente que, según todos los indicios, seguirá en aumento. Precisamente por ello, estamos a tiempo de racionalizar el inmediato futuro y sumarnos, también en esta área, a un desarrollo sostenible.

La permeabilidad de prácticas y hábitos hace pensar en la fusión y la transversalidad de los temas que nos ocupan con otras

³⁰⁸ Véase *Nuevo Trabajo*, 4 (suplemento de *ABC*, 27.III.1994), p. 8.

preocupaciones globales relacionadas con la sostenibilidad. Estoy pensando, por un lado, en la interrelación con las distintas dimensiones del ocio, a las que me he referido antes. Por otro, en la conexión de estos temas, de cara a su planificación futura, con la protección, conservación y restauración, según los casos, del patrimonio, el medio ambiente en el que transcurre nuestra vida cotidiana (físico, psicológico, social y cultural) y el medio ambiente natural.

Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible nos conduce a una planificación del crecimiento a largo plazo y a mayor calidad de vida presente y futura; pero también nos hace pensar en los valores que se buscan y en un proyecto de mejora muy unida a la educación. Un desarrollo sostenible de ocio y cultura debiera contribuir a restablecer la armonía perdida respecto a trabajo y ocio, diversión y reflexión, vivencia extraordinaria de la fiesta y cotidianidad. Un proyecto a largo plazo no tiene que despreciar la diversión y el entretenimiento, pero no debiera perder de vista el crecimiento humano personal y social. En el tema que nos ocupa, el crecimiento humano se manifiesta en el desarrollo de un ocio cultural. Bertrand Russell acertadamente recordaba que fue precisamente en el ocio donde se inventaron filosofías, se escribieron libros, se produjeron ciencias y se cultivaron las artes.

El ocio creativo no se improvisa: muy al contrario, a mayor cultura personal mayor posibilidad de disfrute y enriquecimiento. Pero la asimilación personal de la cultura tampoco se improvisa: requiere un lento proceso de formación. Una formación que la Comisión Europea considera que debe tener continuidad a lo largo de toda la vida³⁰⁹. El ocio también es una experiencia que necesitamos viven-

³⁰⁹ La Comunidad Europea, mediante una decisión del Parlamento Europeo y del Consejo, proclamó a 1996 el Año Europeo de la Educación y de la Formación a lo largo de toda la vida. Con esta celebración pretendía destacar la importancia del «desarrollo de la persona» y su «integración en la vida activa y en la sociedad» democrática. Véase el documento elaborado por la Dirección General XXII.

ciar a lo largo de toda la vida. Lo necesitamos para recuperar la armonía que nos arranca el estrés, para contrarrestar la rutina de muchos trabajos, para compensar las múltiples negatividades de la vida cotidiana, para mantener encendida la ilusión y, en suma, para vivir mejor y prevenir enfermedades. De ahí que, para que esto se realice, debemos asumir los valores de la cultura nueva. La cultura tecnológica debe ser humanizada buscándole un sentido que tenga en cuenta el pensamiento de las nuevas generaciones, en las que el ocio aparece como un valor.

Accesibilidad democrática

La planificación de un ocio cultural sostenible deberá tener en cuenta las vivencias tradicionales de ocio existentes en cada parte de la Tierra y conjugarlas con la nueva cultura internacional. La concepción actual del ocio y su relación con la cultura, desde un prisma democrático, permite considerarlo un bien que debiera ser accesible a todos (independientemente de su edad, sexo, raza o discapacidad), en función de los beneficios que reporta. Si curar enfermedades es importante, más debiera serlo evitarlas. Si atajar lacras sociales es necesario, tanto debiera serlo prevenirlas. No quiero decir con ello que ocio y cultura sean ahora el remedio de todos nuestros males. Afirmando que adecuadamente planificados a corto, medio y largo plazo, ofrecen objetivos que, leídos en positivo, pueden iluminar e ilusionar nuestro inmediato desarrollo social. La lectura entrecruzada que la situación actual permite hacer del ocio y la cultura no es empobrecedora para ninguno de estos conceptos, sólo es reductiva en la medida que hacemos una lectura plana, unidireccional. De ahí que no debiéramos temer que una vivencia cultural sea entretenida, ni que la actividad de ocio sea cultural. Tendremos que temer que el ocio o la cultura nos esclavicen y nos hagan perder nuestra condición de persona libre.

El profesor Joseph Levy, de la Universidad de Indiana, escribió que el desarrollo del ocio, en el paradigma de un nuevo orden mundial, necesita de una colaboración interprofesional e interdisciplinaria. Ésta es la idea que venimos trabajando en la Universidad de Deusto durante los últimos años.

Propuesta de mejora

Levy³¹⁰ propone conducir los esfuerzos para mejorar a la sociedad desde el ocio encaminándolos hacia tres objetivos distintos. El primero lo denomina *inclusividad del ocio*. En él se considera que los servicios culturales deben incluir a todos, a los que se lo pueden permitir y a los que no, a unas edades y a otras, al ciudadano normal y al que sufre algún grado de marginación. Incluir a todos significa posibilitar el acceso físico, económico y formativo. Esto ayudaría a robustecer los vínculos comunitarios y a fortalecer prácticas que muchas veces quedan invisibles por desconocimiento o imposibilidad de realización. El segundo objetivo propuesto por Levy es el paso de un *ocio mecanicista* a un *ocio Gestalt* o si se quiere, haciendo una interpretación más libre, el paso de un ocio centrado en la evasión y la irracionalidad a un ocio inteligente, comprendido y asumido. La connotación psicológica que le imprime aquí hace referencia a la complejidad de la experiencia humana de ocio y a su incidencia saludable o patológica. Finalmente, el autor considera que el tercer objetivo a conseguir es un *ocio holístico*, es decir, un ocio conectado e implicado con otros aspectos y vivencias importantes en la vida, como pueda ser el trabajo, la familia o la comunidad. La idea de rechazar la separación o la marginación del ocio respecto a otras facetas de la vivencia humana se basa en que la duplicidad no parece conveniente en ningún caso.

Un desarrollo sostenible del ocio y la cultura no es una planificación estatal impuesta, propia de países totalitarios. Su fundamentación descansa en la mentalización ciudadana y el diálogo con asociaciones, comunidades y otras representaciones de la sociedad, para que diseñen su propio crecimiento en ocio y cultura a largo plazo. Tomlinson³¹¹ señala que las interrelaciones sociales que se establecen en el *ocio serio* fomentan culturas de compromiso. En el nuevo orden mundial las asociaciones y grupos de voluntarios ocupan un papel cada vez mayor. Vistos desde el ocio y la cultura, estos grupos posibilitan nuevas formas de consumo autogeneradas que rompen con los estereotipos del espectador o el consumidor.

³¹⁰ LEVY, J., *op. cit.*, pp. 83-90.

³¹¹ TOMLINSON, A., *op. cit.*, p. 7.

En un contexto así, los desequilibrios que se plantean ahora entre oferta y demanda, o viceversa, no tendrían sentido. La dinamización y la gestión de la nueva cultura deben tomar buena nota de estas ideas.

Redefinición de funciones

El escenario al que he conducido mi discurso induce a pensar ahora en una situación en la que se encuentran muchas instituciones culturales, en una necesaria redefinición de sus funciones. En la IX Conferencia General del ICOM sobre *El museo al servicio del hombre. Actualidad y futuro*, celebrada en 1971, se afirmaba que el museo debía pasar a tener un sentido en función de su papel sociocultural³¹². Hoy no se duda de la importancia de los museos como foco de atracción turística, porque se ha confirmado en múltiples casos³¹³. Junto a ello, los museos empiezan a asumir también su función en el desarrollo cultural de su entorno y en la regeneración de centros urbanos. Estamos viendo cómo los museos han dejado de ser meros conservadores del patrimonio para transformarse en centros de vida ciudadana, en lugares de encuentro, en ámbitos de enseñanza y aprendizaje no formal y, en definitiva, en centros de ocio.

Esta redefinición de funciones culturales afecta a todas las infraestructuras y servicios comunitarios dedicados al ocio y a la cultura: teatros, salas de conciertos, auditorios, centros culturales, aulas de cultura, bibliotecas, centros cívicos, instalaciones comunitarias deportivas, clubes de jóvenes o tercera edad y un largo etcétera. Todos ellos están en fase de redefinición o debieran estarlo. En esa reflexión debe reconsiderarse tanto la importancia del ocio como la transformación que ha tenido en estos últimos años. Ignorar los nuevos conocimientos que se han desarrollado en esta área, conociendo el entrecruzamiento actual entre ocio y cultura, podría ser un riesgo.

³¹² Tomado del informe *Cultura y Desarrollo*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1995, p. 70.

³¹³ Véase el estudio realizado por el Smithsonian Institute sobre el influjo de la institución, *The Setting*, Washington, 1995. En España es significativo el impacto del Museo Dalí en Figueras o la prospectiva del Museo Guggenheim en Bilbao.

Laín Entralgo, en uno de sus últimos libros, actualizaba una famosa frase de D. Francisco Giner de los Ríos de este modo: «La vida es, según los casos, seriamente triste o seriamente alegre, y así tiene que hacerla cada cual a lo largo de la vida»³¹⁴. D. Pedro, un ardiente defensor del ocio creativo en su sentido clásico, destaca, entre otras cosas, que la alegría, como valor, es algo serio, y, como consecuencia, que sólo disfrutaremos de una alegría satisfactoria en la medida que nos la tomemos en serio. La alegría es un valor central del ocio, pero, además, es un signo de felicidad. El objetivo del ocio cultural humanista es proporcionar una mayor felicidad a la persona. Así se pueden entender las palabras de Aristóteles o, sin ir tan lejos, la afirmación de Bertrand Russell cuando decía que el resultado más alto de la civilización era su capacidad para llenar el ocio inteligentemente.

Tomando como referencia lo que se ha expuesto hasta aquí, tengo que decir que la profundización en la mediación ocio-cultura plantea importantes retos, de plena actualidad, que se pueden sintetizar en una serie de aspectos, a los que me refiero rápidamente para terminar. El primero, que el futuro del desarrollo cultural y tecnológico debe tener como referente la ayuda, la mejora y el servicio de la persona y de la humanidad en general. Esta afirmación, aparentemente simple, debiera conducirnos a replantear el sentido de nuestros conocimientos y nuestra investigación, en función de los problemas reales que se constatan en nuestro entorno. En este caso concreto, estudiar el tema del ocio en cuanto es una manera de acotar un nuevo espacio de la cultura, partiendo del punto de vista de su vivencia y no, como se ha venido haciendo, desde la teoría de las disciplinas académicas clásicas. El ocio es un tema enraizado profundamente en la vida humana y de gran trascendencia social; pero como objeto de estudio es, además, un problema social y académico que necesita profundizar en sus implicaciones y en su verdadera dimensión. Responder adecuadamente a las cuestiones que suscita nos obliga a superar las respuestas parciales que se pueden dar desde las disciplinas en las que tradicionalmente hemos sido formados. De ahí que se demande un trabajo en equipo y una res-

³¹⁴ LAÍN ENTRALGO, P., *Creer, esperar, amar*, Barcelona, Círculo de Lectores-Galaxia Gutemberg, 1993, nota de la p. 31.

puesta interdisciplinar. La experiencia demuestra que, de este modo, es más fácil que se produzca un acercamiento a los problemas desde un pensamiento técnico-humanista, superando así la dicotomía comentada al inicio.

La sociedad actual no demanda sólo respuestas a una ciencia, sino soluciones a los problemas. De ahí que una adecuada formación en cualquiera de los temas relacionados con el ocio debiera comenzar por ofrecer una visión amplia, un marco global en el que enmarcar el ocio como experiencia humana. Sólo después, desde nuestro punto de vista, se puede entender la actuación o la especialización en temas concretos y de detalle. La planificación de un desarrollo sostenible no se puede hacer sólo desde el conocimiento de un aspecto: requiere una visión de las intersecciones y del marco de la acción. De modo que aunando acción y reflexión, investigación en temas prácticos y tratando de responder interdisciplinariamente a las cuestiones que nos llegan, pensamos que estamos en el camino adecuado para servir a la sociedad presente y futura. El estudio del ocio contribuye a esclarecer un nuevo espacio en el que tanto la cultura como los saberes humanistas estén al servicio de la persona y su desarrollo.

15. Ocio y turismo

Hacer turismo es actualmente la actividad de ocio por excelencia. No es sólo cuestión de estadísticas, que señalan que es el motivo del viaje del 95% de los ciudadanos que nos visitan; es algo más. Cualquiera que sea la razón del viaje, resulta decisiva su relación con el ocio. Raro es el desplazamiento que no encuentra su sosiego en una escapada complementaria, en la visita a un lugar cercano que no se puede dejar de ver. Hacer turismo es una actividad de ocio de primera categoría y, como tal, resulta difícil de entender sin tener en cuenta el marco referencial en el que se sitúa, que es la vivencia del ocio.

El turismo, en cuanto actividad de ocio, es una experiencia esencialmente humana y humanizadora, es un gesto de interés y un signo de apertura. Es una ocasión para encontrarse, comunicarse y tener una vivencia común en la que tiene una especial trascenden-

cia tanto la conciencia del encuentro en sí misma como su rasgo dominante de intercambio de comunicaciones. El turismo, igual que otras prácticas de ocio, ha generado un nuevo estilo de vida y está produciendo el milagro de abrir comunidades y mentes.

El turismo como ocio

Para cualquier persona de finales del siglo xx ser un turista es un atributo posible en los nuevos modos de vivir. Un turista es una persona a la que imaginamos relativamente disfrazada, con ropas multicolores, zapatillas de andar y una cámara de fotos al cuello. El turista clásico llega a los lugares en pequeño grupo o en grupos masivos que descienden de autocares. Hay quien los compara con aves de rapiña: quieren ver todo, tocar todo, comprar todo... y luego desaparecer, irse inmediatamente. La palabra *turista* es un neologismo atribuido a Stendhal para designar a los viajeros «románticos» que después de las guerras napoleónicas se lanzan a recorrer el mundo. Vistos desde otro ángulo, los turistas son, antes que nada, un grupo de seres humanos que han dedicado una parte de sus vidas a desplazarse hasta un lugar, con la esperanza de que ese viaje y esa visita sean una experiencia gratificante. La mayor parte, por no decir todos, han invertido un dinero, un tiempo para decidir a dónde querían ir, para realizar lo que en muchos casos era un sueño dorado.

Recordemos algunas cifras que comentaba en el primer apartado del libro: de 25,2 millones de turistas en 1950 se pasó a 285 millones en 1980, es decir, durante este período el número de turistas se multiplica por 11 y el de ingresos por 44. En el caso de España se pasa de 750.000 turistas en 1950 a más de 38 millones en 1980 y los ingresos aumentan desde 17 millones a cerca de siete mil millones de dólares. En 1998 el turismo representó el 11% de nuestro PIB, siendo el responsable de setecientos mil empleos directos y quinientos mil indirectos. Nuestro país figura entre los diez primeros destinos turísticos del mundo, ocupando el segundo lugar de ingresos en 1996 y el tercer puesto en cuanto al número de llegadas internacionales.

Las nuevas maneras de entender el ocio están generando nuevos modos de vivir y entender el turismo. El ocio identificado con el descanso generó, a partir de los años 50, un turismo de sol y playa

que no pretendía mucho más allá que romper la rutina laboral. Del mismo modo que la televisión significa el inicio de una nueva forma de vivir, el automóvil representa una nueva manera de relacionarnos, un cambio radical en la forma de percibir el tiempo y el espacio. El acceso masivo al automóvil y el desarrollo de los medios de transporte ha hecho posible que un porcentaje tan alto de personas viajen a diario en las ciudades y salgan fuera de vacaciones. El turismo, en sus múltiples sentidos, y, más concretamente, el turismo de vacaciones, es otro de los rasgos de identidad de la nueva ciudadanía. Como indica Urry, «las culturas postmodernas han universalizado las prácticas turísticas»³¹⁵.

Insistiendo en la misma idea, Marc Fumaroli, en su libro sobre *El Estado Cultural*³¹⁶, afirma que las nuevas obras de la existencia neoburguesa son la televisión y el gran turismo. La televisión es el gran turismo desde la quietud de un lugar, el turismo es una televisión en movimiento y una proliferación del consumo ocular que se manifiesta de diversas formas: *zapping* de la tele, *shopping* en la ciudad, fines de semana en el coche... Es una necesidad de ver; pero ver, sobre todo, aquello que ya es conocido por la vista, foto, película o programa de televisión. Todo transcurre como una película en la que todo se mezcla: museos, artesanía, fiestas, restaurantes, folklore.. Como una banda sonora variada e ininterrumpida. El *homo otiosus* y el *homo peregrinator* llegan a confundirse.

Los estudios que se realizan últimamente indican que la afirmación de Fumaroli tiene una gran dosis de realidad. Según recientes estadísticas, sólo los jóvenes, uno de los colectivos que menos horas pasa ante el televisor, invierten una media cercana a 2 horas diarias ante la televisión. El 90% de la población adulta es asidua telespectadora. Del turismo se dice que es una actividad que está llamada a ser el primer sector productivo del siglo XXI. Su volumen de negocio actual es superior al del petróleo. Según la Organización Mundial del Turismo, el número de viajes realizados desde los distintos países hacia el extranjero ascendió en 1991 a 405 millo-

³¹⁵ URRY, J., *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage Publications, 1990, p. 135.

³¹⁶ FUMAROLI, M., *L'État culturel. Essai sur une religion moderne*, París, Editions de Fallois, 1991.

nes, de los cuales 135 correspondieron a «viajes de placer» realizados desde los países europeos³¹⁷.

Pero el turismo es un fenómeno complejo que admite pocas generalizaciones. En un estudio que se llevó a cabo en nuestro Instituto, en 1991, se vio que tres de cada cuatro ciudadanos del área metropolitana de Bilbao salen de su entorno habitual más de dos semanas al año³¹⁸. Esta salida vacacional implica querer salir y poder salir. Querer salir es una motivación específica de ocio.

El turismo de vacaciones se ha convertido además en un símbolo de separación. Separación específica del trabajo y de la vida cotidiana y sus problemas. El viaje de vacaciones es ocasión para que el hombre moderno sienta y ejercite su libertad, pero, al mismo tiempo, es una válvula de escape en la que busca el descanso, la compensación de la dura realidad y el encuentro con ese oscuro objeto del deseo que es la felicidad.

Mas allá de las cifras, los turistas son, en cada caso diferente, personas y grupos que visitan un lugar que les interesa por alguna razón. Personas que agradecen ser recibidas como seres humanos, que esperan encontrar facilidades en la visita: información, respeto y seriedad en la organización de horarios, itinerarios y acceso a aquello que quieren conocer. Personas abiertas al conocimiento y que, tras su particular experiencia, salen del lugar con una sensación positiva o menos positiva, en función de ciertos aspectos que se pueden conocer y cuantificar. De modo que, en la mayor parte de los casos, es posible contribuir a la realización de una experiencia de ocio positiva y conveniente.

Dimensiones de ocio del turismo

Se puede decir que cada dimensión de ocio genera un tipo de turismo. Ocurre, sin embargo, que esta afirmación se refiere a un

³¹⁷ Estas referencias están tomadas de la conferencia *Turismo: La economía del progreso*, que pronunció Gabriel Canellas en el Forum de la Universidad de Deusto, Marzo, 1992.

³¹⁸ EQUIPO DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN OCIO, *El Ocio en el Área Metropolitana de Bilbao*, Bilbao, Universidad de Deusto-Ayuntamiento de Bilbao, 1992.

plano abstracto que difumina las maneras concretas de entender el ocio. De modo que, a fin de situarnos en las manifestaciones habituales del ocio y su relación con el turismo, podamos considerar que las cinco dimensiones de ocio son también dimensiones que inciden en el turismo.

La *dimensión lúdica*, vivencia de ocio relacionada con la ruptura del trabajo y del quehacer cotidiano, favorece el desarrollo de un turismo lúdico, de descanso y diversión, que exige en los profesionales que lo promueven una adecuada preparación sobre modos de descanso físico y psíquico, junto a la capacitación para elaborar programas de actividades lúdicas, adaptadas a distintas edades y estilos de vida. La *dimensión ambiental-ecológica del ocio*, caracterizada por la importancia del ambiente físico, social o psicológico como referente de la vivencia de ocio, está unida al turismo ecológico, al turismo rural o al agroturismo. Pero no hay que perder de vista que determinados ambientes sociales o psicológicos tienen también un enorme atractivo desde un punto de vista de ocio y que, en un próximo futuro, pudieran ser nuevas vías de desarrollo turístico. La *dimensión creativa*, acción de ocio implicada en un desarrollo y perfeccionamiento de la persona, se relaciona con el turismo cultural. Sabemos que la motivación cultural es un aspecto importante a la hora de decidir un destino turístico. Hace unos años las encuestas situaban este punto en un 27/28% de la motivación de los turistas, pero a ello hay que añadir sus beneficiosas consecuencias o mejora del entorno, conservación de núcleos urbanos, restauración de edificios antiguos y tradicionales³¹⁹, etc.

La Carta del Turismo Cultural suscrita por representantes de diversos organismos internacionales como respuesta a la iniciativa de ICONOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios), firmada en Bruselas en 1976, hace notar la influencia que los monumentos y sitios históricos ejercen sobre el turismo y definen que uno de los principales objetivos del turismo cultural es el descubrimiento de estos lugares. Desde este punto de vista, se dice en la carta, «esta forma de turismo justifica los esfuerzos que ese mantenimiento y esa protección exigen de la Comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que resultan para el conjunto

³¹⁹ LÓPEZ DE LETONA, J.A., *op. cit.*, p. 43.

de las poblaciones implicadas». Los nuevos horizontes del turismo, en la línea de gozar del patrimonio natural, histórico y pintoresco, van unidos a una revalorización de la artesanía y de lo tradicional autóctono. Gracias a él podrá existir un nuevo campo de expansión y desarrollo cultural y humanístico. El turismo cultural propicia la apertura de mentalidades, la comprensión de culturas y el fomento de la propia vida cultural y artística de los lugares receptores.

La *dimensión festiva del ocio*, que conduce a la vivencia de lo extraordinario a partir del ocio comunitario y festivo, impulsa un ocio social que, además, tiene una razón y, por tanto, un significado. Pudiera pensarse que el turismo es, en sí mismo, un acto festivo y extraordinario para el individuo. De hecho, una de las formas de festejar algo hoy es hacer turismo. Sin que eso sea falso, sí quiero señalar que la implicación del turista en la fiesta y en su comunidad tendría que ser un aspecto esencial para la vivencia de la dimensión festiva del ocio. De ahí que el turismo festivo tendría que integrar al turista en la realidad de la fiesta, sin la cual desaparece su dimensión de ocio extraordinario y su significación. Finalmente, cuando tratamos la *dimensión solidaria del ocio*, refiriéndonos al caudal de solidaridad que se genera a partir de la vivencia de determinadas actividades de ocio, tenemos en mente manifestaciones tan variopintas como el encuentro de unos coleccionistas de relojes o el viaje de vacaciones a un país del tercer mundo para colaborar al desarrollo de una comunidad. La profundización en el turismo solidario exigiría un mayor conocimiento de su dimensión de ocio. Pero, en uno y otro caso, nos encontramos con ideas avanzadas que requieren un mayor estudio y elaboración.

Cada dimensión de ocio genera un tipo de turismo que tiene sus puntos de referencia en determinados estilos de vida, formación, hábitos, percepción, vivencia de valores, etc. El conocimiento de estas referencias de ocio incide necesariamente en una manera distinta de planificar, a corto y largo plazo, en el desarrollo de actividades, así como en la articulación de distintos modos de comunicación de ofertas o en la organización de diferentes maneras de participación. El turismo, en cuanto expresión personal de nuestro particular derecho al ocio, posibilita un toque de personalización y humanismo que es casi imposible conseguir desde una concepción del turismo como negocio.

Turismo cultural

El turismo moderno es la llave para el encuentro cultural, la ampliación de la mente y el mutuo entendimiento de los pueblos. La verdadera experiencia turística debe descubrir la auténtica vida que existe en cualquier parte; el presente, el pasado y las aspiraciones que cada pueblo receptor de turismo espera realizar. La demanda turística está cambiando en sus motivaciones, se aspira al enriquecimiento y desarrollo personal, al disfrute cultural y estético, a la ampliación del conocimiento antropológico o histórico, etc. Se están abriendo paso varios periodos vacacionales a lo largo del año. Más que descanso, se busca un cambio de actividad en la que el turismo colabora aportando nuevas opciones de encuentro, nuevas situaciones, conocimientos, aprendizajes, ayudas o servicios. Este tipo de turismo concreto se conoce como turismo cultural.

En 1990 la Comisión Europea llamaba la atención sobre la necesaria delimitación del turismo cultural cara a evitar el riesgo de la banalización y degradación de lo cultural. Existe una tendencia a transformar la cultura en espectáculo. Hoy se puede decir que el Consejo de Europa percibe el turismo cultural desde un posicionamiento humanista, como encuentro y puente cultural: «El turismo cultural apela a la creación y a la memoria del hombre, al testimonio de su paso por la tierra, a su historia», «se podría considerar turismo cultural no sólo aquel que es atraído por la obra de arte, el museo o los monumentos, sino también al turismo de naturaleza, al paisaje transformado durante siglos por el hombre. Habría así un patrimonio religioso, un patrimonio industrial y un humilde, pero no menos interesante, patrimonio agrícola»³²⁰.

Del turismo cultural se dice que es la superación del turismo de masas, consumista y de evasión. Al mismo tiempo se considera unido a las formas de vida de los pueblos y a su desarrollo económico. El turista cultural es más exigente que el tradicional, pero también es de mayor poder adquisitivo. No es un turista accidental, sino el que decide con sumo cuidado lo que desea visitar. Un turista muy sensible al binomio calidad/precio, más que a la economía en

³²⁰ RUIZ BAUDRIHAYE, J., «El turismo cultural: sombras y luces», *Estudios Turísticos*, 134, 1998, pp. 44.

sí misma, sensible a la exactitud de la información, al entorno, el paisaje y la estética. Pero, aunque el turismo cultural sea una alternativa a la trivialización del viaje, también es un turismo que se degrada con ofertas saturadas, espacios llenos, visitantes que ponen en peligro la conservación y desvirtúan el significado del recinto. Todo esto hace que se haga necesaria una reflexión profunda sobre este fenómeno, su gestión y el control de la acción, de modo que se puedan coordinar en unos mismos planteamientos tanto las visitas a los monumentos como su incardinación en itinerarios culturales o viajes temáticos.

Antes he dicho que el turista es un ser humano que ha elegido esta forma de vivir su ocio entre otras muchas posibles. Aunque las distintas vivencias de ocio no sean necesariamente incompatibles, lo cierto es que aquellos que deciden visitar templos o museos toman esa opción dejando otras, como hacer deporte, ir a la playa, ver la televisión o pasar el tiempo en un casino o jugando con las máquinas tragaperras. Dar la posibilidad de realizar acciones positivas es un aspecto que también debiera ser estudiado. El hecho de haber elegido esa opción indica, al menos, una cierta motivación por conocer y ver algo más, es decir, una motivación cultural y, en muchos casos, también religiosa. Esta motivación nos llevaría a reflexionar sobre su importancia y consecuencias. Algo así como plantearse los resultados y funciones de la experiencia de ocio.

Una experiencia integrada

Los turistas necesitan carreteras, autopistas, estaciones o aeropuertos. Utilizan aparcamientos, cambian moneda, solicitan servicios hoteleros y de restauración, compran tarjetas, libros, recuerdos y películas para sus cámaras de fotos. Estas y otras muchas pequeñas necesidades permiten hablar del turismo como nueva industria y ámbito de desarrollo de las comunidades. Pero el turismo no es una industria cualquiera de la periclitada sociedad industrial; es, en todo caso, una industria de servicios enclavada en la comunidad que le da su sentido y destinada a resolver unas necesidades concretas. La industria turística no puede ser ajena a los intereses de la comunidad, el entorno y la dinámica de desarrollo que genera. De

ahí la importancia de una buena política que proyecte un desarrollo turístico sostenible, capaz de coordinar la acción de los distintos agentes implicados.

Los espacios que se convierten en foco de interés turístico aumentan las posibilidades de desarrollo humano en su entorno, al tiempo que incrementan la posibilidad de desarrollo económico y social. Esto hace que se deba valorar la responsabilidad que recae sobre tantos bienes que sabemos que son o pueden ser focos de atracción turística y, consiguientemente, motivo de desarrollo de comunidades y pueblos. Hay que encontrar el modo de hacer factibles propuestas de acción que no desvirtúen el sentido que fue el origen de monumentos, tradiciones u objetos. Hay que pensar en las maneras de compartir responsabilidades con las comunidades que han heredado de sus antepasados esos signos de identificación y ese patrimonio comunitario.

Hay que pensar en la manera de coordinar esfuerzos que redunden en un auténtico desarrollo humano del entorno. El turismo es un fenómeno que sobreviene al patrimonio, cuya finalidad no es ni fue esa, algo muy diferente a lo que puede ocurrir con una playa, parque de atracciones, etc. Jaime-Axel Ruiz³²¹ propone que en el desarrollo del turismo cultural se tengan en cuenta tres aspectos:

1. Prioridad del elemento conservación sobre el comercial.
2. Riguroso análisis de la viabilidad y gestión sostenible de los productos.
3. Planificación integral, especialmente urbanística.

El patrimonio necesita ser preservado, conocido y valorado, antes que nadie por las propias comunidades en las que se inserta. Para ellas se trata de un signo de identidad no siempre conocido suficientemente. Ésta es una labor pendiente en la que queda mucho por hacer. Luego deberá ser proyectada al exterior, de modo que los futuros turistas y visitantes encuentren en su visita al lugar tanto el respeto de quienes los estaban esperando como el amor hacia lo que se enseña en cada sitio. El turista es un visitante de mente abierta, que llega receptivo y único. No hay dos turistas iguales. De ahí que lo primero que espere, más o menos conscientemente, es

³²¹ RUIZ BAUDRIHAYE, J., *op. cit.*, p. 54.

ser tratado como persona y, consiguientemente, poder recibir del otro un mensaje personal.

Los empleos del turismo son, sobre todo, empleos temporales o a tiempo parcial. Una de sus características actuales es, precisamente, el fuerte componente de eventualidad, lo que se explica por el marcado carácter estacional del mismo. Ello facilita un ajuste eficiente de las plantillas, pero dificulta un desarrollo armónico y continuado de las comunidades. De ahí la importancia del turismo cultural, que no depende de factores climáticos y en el que resulta esencial la intervención humana. Su crecimiento futuro se refuerza al considerar las tendencias de parcelación de las vacaciones y el progresivo cambio del comportamiento turístico de los españoles, que cada vez realizan más viajes cuyo motivo es el ocio y las vacaciones.

Ybáñez Bueno comenta que «la sociedad española reconoce ya lo que debe al turismo, pero aún no tiene conciencia eficaz de lo que de él puede obtener, si su respuesta sigue progresando»³²² y se dice que todavía no podemos ni siquiera imaginar la evolución que vamos a tener. Cuando el turismo genera conocimiento, trabajo, apertura, satisfacción y comunicación entre comunidades y pueblos, la labor que se lleva a cabo se llena de humanidad y sentido.

Ocio, turismo y sostenibilidad

Pocos años después de la publicación del «Informe Brundtland» sobre desarrollo sostenible, su incidencia en la concepción actual del turismo ha sido tal que resulta difícil tratar cualquiera de sus temáticas sin referirse a la sostenibilidad. El asunto ha sido motivo de debate de múltiples congresos, conferencias y asambleas internacionales y mundiales, además del estudio y reposada reflexión de múltiples autores, entre los que pudiéramos destacar a Kirby, Butler, Inskip, Cronin o Bramwell (por citar algunos de más allá de nuestras fronteras) o A. Crosby, J. M. Naredo o A. Goytia, centrándose en reflexiones cercanas y escritas en español³²³.

³²² YBÁÑEZ BUENO, E., *op. cit.*, p. 74.

³²³ BRAMWELL, B., GOYTIA, A. y otros (ed.), *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*, ATLAS, Tilburg University Press, Tilburg, 1998.

El desarrollo del concepto de turismo sostenible durante la última década ha sido una llamada de atención que ha puesto en evidencia el tratamiento equivocado de un tema mucho más complejo de lo que a primera vista aparece. Se conocen muy bien las razones que han motivado el turismo moderno, un fenómeno sin precedentes en la historia de la humanidad; pero se sabe menos de las razones internas que le han dado un sentido en el comportamiento y los nuevos hábitos de los humanos. El turismo no es un hecho aislado: forma parte de los modos de actuar, pensar y desear de un número cada vez mayor de ciudadanos. Para la mayor parte de nosotros, «hacer turismo» es una experiencia gratificante, por la que estamos dispuestos a gastar los ahorros de un tiempo y ello sin que estemos buscando ninguna utilidad inmediata más allá del disfrute que nos proporciona.

La sostenibilidad ha venido a traer a la reflexión turística nuevas pautas de pensamiento que, más allá de sus conocidas referencias a los impactos, resulta necesario complementar desde su relación con el ocio. Destacaré su nueva relación con la variable temporal, la referencia al mundo de los valores y la búsqueda de una mayor calidad de vida.

La aplicación de la sostenibilidad al turismo es, en primer lugar, una *ampliación de la concepción temporal* del fenómeno. El hecho turístico se contempla, por primera vez, no sólo como una vivencia de presente, sino con una proyección de futuro a la que no es ajeno el mantenimiento del pasado de los pueblos. Es una proyección, a nivel social, de lo que ocurre con la experiencia de ocio en cualquiera de nosotros. Una experiencia de ocio es, ante todo, un proceso temporal enraizado en nuestra existencia y en la historia de la sociedad en la que nos insertamos. Nuestra decisión de «hacer turismo» tiene mucho que ver con nuestra edad, con el entorno y las circunstancias que nos rodean, con nuestras propias motivaciones. Cualquier experiencia turística se relaciona con otras experiencias vitales en las que nos reconocemos, pero, a la vez, genera nuevas motivaciones turísticas y de ocio que no hubieran tenido razón de ser sin dicha experiencia. Pudiera decirse que vivimos un ocio sostenible en la medida que es coherente con nuestro pasado y nuestras aspiraciones de futuro. Nuestra vida no es sólo lo que somos, sino lo que hemos sido y lo que quisiéramos ser.

Otro de los puntos sobre los que llama la atención la sostenibilidad es el *mundo de valores*. Todos sabemos que el turismo es una experiencia que cambia la escala de valores, por lo que, consecuentemente, estos mismos valores inciden en su legitimación. No se puede decir que los valores sean un ente abstracto en general, sino que, en cada caso, se relacionan con un modo de ser y actuar del turista. La eclosión del turismo vino unida a la implantación del derecho a las vacaciones y una concepción del ocio propia de la sociedad industrial. El ocio encontraba su sentido en el descanso del trabajo y el premio al esfuerzo se traducía, sobre todo, en diversión. El turismo entendido sólo como diversión no tiene por qué ser algo nefasto, ni perjudicial, pero sí resulta una interpretación superficial y simplista que no se corresponde con la realidad de nuestros tiempos.

El ocio actual no encuentra su justificación inmediata en un trabajo del que se carece o con el que no siempre nos identificamos, sino que busca su razón de ser en sí mismo, en la satisfacción que nos proporciona hacer aquello que queremos hacer voluntariamente, que nos gusta. Hacer turismo es algo que ha ido dejando poco a poco su fundamentación laboral y de descanso para irse abriendo paso en las otras concepciones del ocio. Ello nos lleva a hablar de los nuevos gustos del viajero porque, si decidimos ir y volver a un determinado lugar, no es sólo por el lugar en sí mismo, sino por lo que encontramos en él y por la satisfacción que reporta eso que encontramos. Desde este punto de vista, los nuevos espacios turísticos son foros de encuentro entre las personas y sus aficiones, entre las personas y su capacidad de percepción y satisfacción. El resultado de una vivencia de ocio así entendida no es tampoco ajeno a la sostenibilidad: en la medida que una experiencia ha sido satisfactoria tendemos a repetirla y difundirla entre las personas cercanas y con las que compartimos un mismo tipo de valores.

Un tercer aspecto en el que nos sitúa la sostenibilidad es la referencia a la *calidad de vida*. Hablar de calidad de vida es referirnos a un concepto complejo que, mezclado con los de ocio y turismo, se concreta en cierto modo o, al menos, limita su extensión. Inskeep³²⁴ llama la atención sobre el tema cuando afirma que un turis-

³²⁴ INSKEEP, E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Nueva York, Van Nostrand Reinhold, 1991.

mo sostenible es también capaz de promover calidad de vida tanto en la comunidad que recibe al turista como en la experiencia misma del visitante. El ocio, en cuanto vivencia enraizada en nuestro modo de ser y nuestro mundo de valores, es una actividad que marca parámetros de calidad de vida. Una experiencia turística se reviste de calidad no sólo en función de unos planteamientos cuantitativos externos, como pueden ser el lujo, las atenciones o el consumo, sino esencialmente en función de la satisfacción de unas expectativas, de unos conocimientos previos que resultaron acertados y justos.

Calidad es un término reñido muchas veces con cantidad: ver mucho y superficialmente no es igual a ver poco pero en profundidad. La experiencia de ocio es más intensa en la medida que es selectiva. Una persona que disfruta con la pintura preferirá dedicar el máximo tiempo a ver museos, antes que visitar el último rincón de la ciudad a la que acaba de llegar. Todos los lugares ofrecen posibilidades para vivir un ocio de calidad, pero en la medida que se estudien, encuentren y potencien las opciones posibles, la calidad será más accesible tanto para la oferta como para la demanda.

El nuevo diálogo de la sostenibilidad va más allá de la economía, la cultura y el medio ambiente, para situarnos en unos planteamientos netamente humanos que, como se ha dicho al hablar del proceso temporal, los valores o la calidad de vida, tienen mucho que ver con nuestra personal percepción del mundo y nuestra implicación en la mejora de la acción humana. La aplicación de los principios que inspiran la sostenibilidad no puede ser factible sin un proceso calculado de formación: de los agentes turísticos, de los receptores y del mismo turista.

Con, para y desde la comunidad

De todo lo comentado anteriormente pudiera concluirse que el modelo en el que se hace compatible un desarrollo del turismo y un desarrollo comunitario debiera contemplar el ocio de una y otra parte, es decir, el ocio de habitantes y visitantes. El modelo propuesto se basa en el desarrollo de un entorno centrado en la calidad de vida de los residentes. La apuesta por la calidad de vida actuaría

como motor de desarrollo local y turístico a la vez. El desarrollo de estos objetivos se conseguiría a partir de un plan flexible y pactado con los agentes sociales, en el que se contemplase la negociación con otros niveles externos tales como administración, empresarios, operadores turísticos, etc. El núcleo esencial del modelo de desarrollo comunitario y turístico entrelazados se centra en el cuidado, conocimiento y gestión compartida del capital natural y cultural de la comunidad. Esto resulta imposible sin una concienciación, para la que se necesitaría un plan formativo a largo plazo, con el fin de que la comunidad encontrase objetivos de ocio que se pudiesen compartir con los visitantes.

Desde el municipio se debiera tener en cuenta la importancia de una planificación adecuada, unida a la gestión de ideas y la promoción de una cierta dinámica turística. El plan debiera estudiar los impactos, pero también los procesos implícitos en el desarrollo turístico de cualquier lugar. La idea central de un modelo de gestión relacional es la comunicación entre los diferentes agentes, incluyendo a la comunidad local. Esto haría posible asumir responsabilidades solidarias procedentes de la planificación y gestión que proponemos.

Hablar de un desarrollo turístico local al margen, o sin incluir la participación y el diálogo con la comunidad, resulta imposible; sobre todo si estamos pensando en unir desarrollo turístico y desarrollo comunitario. Esto significa que hay una labor de comunicación, de presentación de las ideas y de educación pausada, que resulta absolutamente necesaria; aunque pueda resultar dificultosa en función de la falta de personas preparadas para llevarla a cabo, por el tiempo escaso con el que a menudo se plantean las inversiones o, en muchos casos, por la dificultad de los consensos. Entiendo que las primeras fases de la práctica son fundamentales; porque si los vecinos no ven directamente el reparto de los beneficios del turismo, resulta difícil pensar que participen en las fases siguientes. Manuel Marchena³²⁵, en el documento preparado para el Seminario sobre Desarrollo Sostenible del Turismo, celebrado en La Habana

³²⁵ MARCHENA, M., «El desarrollo sostenible del turismo: papel del municipio», *Materiales de Trabajo* (Bilbao, Universidad de Deusto, Centro de Documentación en Ocio), 110, 1999.

en junio de 1996, ofrece algunas pautas de acción para llevar a la práctica estas ideas:

- El territorio y los recursos municipales deben ser considerados como capital fijo de su desarrollo turístico, de manera que habrá que establecer una política de protección si se quiere encontrar una fórmula adecuada de atracción turística.
- Las preguntas genéricas que se hace cualquier turista deberían ser estudiadas por la comunidad y, a ser posible, contestadas con la mayor implicación social posible. Las preguntas a las que me refiero son ¿cómo llegar?, ¿dónde alojarse y comer?, ¿qué hacer y comprar? En la medida que estas preguntas se contesten con autenticidad, la respuesta obtenida tiene mayores indicios de ser perdurable. La autenticidad es un punto de vista que lleva a pensar en el turista como ser humano al que no le gusta ser timado ni engañado. La conciencia ajustada, lo que significa tener presente la relación calidad/precio en la oferta que se realiza, siempre debe ser tomada en cuenta.
- Una comunidad no puede desarrollarse desde la dispersión de ideas, sino, al contrario, desde la potenciación de lo que se tiene y la especialización, de modo que conviene establecer un campo de acción, con unas reglas (política pública en este caso) y unas sinergias de realización (apoyo de la iniciativa privada).
- Las oportunidades de negocio tienen que ser armónicas con el bienestar de los ciudadanos y con la sostenibilidad de los recursos.

El mismo documento señala que el turismo local ha de ser biológicamente aceptable, económicamente posible e institucionalmente viable:

1. Biológicamente aceptable, por cuanto la planificación y la gestión del desarrollo turístico debe contemplar mecanismos de zonificación, ordenación y regulación administrativa que garanticen la sostenibilidad.
2. Económicamente posible, por cuanto sólo se podrá mantener desde las plusvalías empresariales del sector privado, es de-

cir, a través de las oportunidades de negocio que se ofrezcan en la localidad a éste.

3. Institucionalmente viable, desde el punto de vista de la regulación municipal de las actividades turísticas sostenibles, la negociación con los operadores e inversores turísticos y el compromiso de que el turismo favorezca el bienestar local.»³²⁶

De manera que puede considerarse que los verdaderos retos del turismo local, desde el punto de vista comunitario, son encontrar el equilibrio entre desarrollo/sostenibilidad y formación, referida al cambio de mentalidad, a la formación y actualización profesional, al cuidado y mejora de recursos, al conocimiento del entorno, los visitantes, etc. A ellos habría que añadir, desde mi punto de vista, la confluencia en el ocio. Porque no se puede hablar de turismo sólo como trabajo, sino también como ocio del turista y, por qué no, ocio de buena parte de la comunidad receptora.

Ana Goytia³²⁷, desde el Instituto de Estudios de Ocio, tratando de contestar a la pregunta «¿cómo llevar los principios de sostenibilidad a la práctica?», en relación con el desarrollo rural del turismo, destaca tres aspectos a considerar:

- I. *Participación en la toma de decisiones.*

«Todos los agentes implicados deben ser consultados y considerados a la hora de tomar decisiones turísticas, asimismo deben ser informados sobre las cuestiones del desarrollo sostenible.»

- II. *Consideración de intereses diversos.*

«A menudo existen conflictos de interés sobre el uso de los recursos, lo cual significa que, en la práctica, se hacen necesarios las cesiones y los compromisos.»

³²⁶ MARCHENA, M., *Materiales de trabajo, op. cit.*, pp. 6-7.

³²⁷ GOYTIA, A., «Turismo y desarrollo rural sostenible. Claves de interpretación desde la Gestión Relacional. El papel de la comunidad local», en *Desarrollo Rural y medio ambiente: El futuro del sector agrario*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda y Medio Ambiente del Gobierno Vasco, 1997, pp. 217-23.

III. *Inclusión de indicadores sociales en el análisis coste-beneficio.*

«El balance entre costes y beneficios de las acciones tomadas en el curso de la acción debe considerar en qué medida los diferentes grupos o individuos ganarán o perderán.» «Es importante satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas, lo cual implica buscar la equidad y la justicia.»

El problema de la sostenibilidad radica en que, aunque los principios teóricos se han consensuado fácilmente, es difícil mantener ese consenso a la hora de llevarlos a la práctica. La interpretación de los principios condiciona tanto acciones y valores como propuestas políticas, modelos de gestión y otros múltiples aspectos concretos de enorme dificultad al poner en marcha cada realidad. El resto es difícil, pero posible; porque no hay duda de que el turismo, en cuanto expresión y ejercicio de derecho al ocio, es fuente de desarrollo personal y comunitario.

Mas allá de la economía y el impacto ambiental, el reto del turismo es su humanización. Individualmente corremos el riesgo de asumir el rol que Krippendorf³²⁸ llama de «vacaciones felices», transformándolas en punto de referencia de las expectativas de todo el año. Socialmente podemos ver en el turista un producto industrial, hecho en serie, un consumidor de superficialidades a quien sólo interesa aquello que puede captar su cámara de fotos. La necesaria humanización del turismo sólo puede venir de las exigencias de una persona consciente de lo que quiere, del alcance real de sus deseos. El turismo moderno es la llave para el encuentro cultural, la ampliación de la mente y el mutuo entendimiento de los pueblos. La verdadera experiencia turística debe descubrir la auténtica vida que existe en cualquier parte; el presente, el pasado y las aspiraciones que cada pueblo receptor de turismo espera realizar. No parece que haya otro modo de evitar nuestras actuales frustraciones, ni las contradicciones que, sin demasiado esfuerzo, podemos encontrar ahora en el turismo vacacional. La búsqueda de un individuo nuevo más consciente y libre, que utilice la crítica

³²⁸ KRIPPENDORF, J., *The Holiday Makers. Understanding the impact of leisure and travel*, Oxford, Heinemann Professional Publishing, 1990, p. 28-29.

constructiva en su experiencia turística, es una tarea relacionada con los Estudios de Ocio.

16. Relación ocio-deporte

El desarrollo del mundo del deporte como fenómeno de ocio viene unido al avance económico y social que se lleva a cabo a lo largo del presente siglo. La historia del deporte es un fiel reflejo de la última etapa de la historia del ocio. Georges Vigarello señala con especial acierto, en *El tiempo del deporte*³²⁹, que el desarrollo del deporte en la segunda mitad del siglo XIX trae como consecuencia la creación de un nuevo tiempo profano, en el que el ocio se separa definitivamente del tiempo sagrado al que había estado unido en épocas anteriores. La aparición paulatina de las competiciones deportivas es la primera gran brecha del ocio en la temporalidad moderna; más adelante vendrán las vacaciones, la jubilación y otras muchas.

La implantación de los calendarios deportivos, marcada por la reagrupación de asociaciones y clubes deportivos y la necesidad de organizar campeonatos y premios, impuso en la sociedad la vivencia de un tiempo de ocio caracterizado, a juicio de Vigarello, por tres notas dominantes: autonomía, ruptura y actividad. *Autonomía* en cuanto se crea un tiempo específico, separado de la vida corriente, con ritmo y manifestaciones propias. *Ruptura*, puesto que es tiempo que se promueve intencionalmente, como oposición al tiempo de trabajo o la actividad intelectual. Recordemos a este respecto el desarrollo del fútbol y su difusión en las sociedades industriales, tanto por los obreros como por la clase cultivada³³⁰. *Actividad*, porque el desarrollo deportivo va unido a un tiempo de actividad intensa, regulado por la precisión y el cronómetro, hasta el punto de que el cronómetro se transforma de medio en fin. El deporte, en cuanto ocio activo, se asocia pronto a sus efectos terapéuticos sobre

³²⁹ VIGARELLO, G., «Le temps du sport», en CORBIN, A., *L'avenement des loisirs. 1850-1960*, París, Aurbier, 1995, pp. 193-194.

³³⁰ CORBIN, A., «Le destin contrasté du football», en A. CORBIN, *op. cit.*, pp. 222-229.

la fatiga nerviosa y, a partir de ahí, se verá como factor de calma y sosiego y elemento necesario de higiene corporal³³¹.

Pero el deporte no sólo ha contribuido a la creación del tiempo de ocio moderno, sino también al desarrollo de su nueva imagen. Los juegos olímpicos de la edad moderna, asociados a la tecnología y la innovación en Exposición Universal de París de 1900, son el símbolo de la revalorización de la imagen del cuerpo, no sólo como fuerza, energía o estética, sino en cada una de sus partes. A partir de ahí se impondrá un estilo de vida y un modo de ser que ha sido origen de la propia imagen del ocio en la actualidad. El deporte, en cuanto actividad de ocio recreada y moderna, inventa un espacio para el encuentro, la identificación, el espectáculo y los nuevos mitos que luego se trasladarán a otros ámbitos del ocio, reforzándose todos ellos gracias al desarrollo de los medios de comunicación.

La asociación ocio-deporte, o viceversa, no se ha desarrollado unida a percepciones semejantes en todos los aspectos. Aun hoy, el deporte tiene una percepción positiva que difiere en muchos casos de la que se tiene del ocio. Sin embargo, la evolución del deporte está unida a las dimensiones del ocio señaladas en la primera parte. Deporte y ejercicio físico, en cuanto práctica, asumen una dimensión lúdica, de descanso y diversión. Luzuriaga, que consideraba la práctica deportiva como el grado superior del desarrollo de los juegos, decía que «el juego no acaba en el niño, sino que dura tanto como la vida del hombre»³³². El deporte sistemático requiere organización y esfuerzo continuados que pueden enmarcarse dentro de un quehacer ético digno de admiración y emulación. En cuanto ocio serio, se transforma en práctica de ocio creativo, en un medio de expresión y superación de uno mismo.

El desarrollo humano deportivo pasa por la asunción de unas normas, y, sobre todo, por la ejecución de un juego limpio, que implica la afirmación de la verdad y la justicia. Desde su realidad de espectáculo se transforma en un ocio festivo, en una experiencia de fiesta con las características propias de experiencia comunitaria, de rito, de afirmación de una identidad colectiva. La dimensión ambiental-ecológica está patente en los ambientes de los campos de

³³¹ TISSIÉ, P., *La fatigue et l'entraînement physique*, París, 1897.

³³² LUZURIAGA, L., *Pedagogía*, Buenos Aires, Losada, 1973, p. 133.

juego, en el deporte al aire libre y en la interrelación que se establece entre la cultura autóctona y la práctica deportiva. Finalmente, la dimensión solidaria tiene su máxima expresión en las competiciones en equipo, en los vínculos comunitarios que se desarrollan en los clubes o en señas de identidad colectiva que se generan en los campeonatos.

Del deporte, como del ocio en general, se puede hacer una lectura desde lo positivo o desde lo negativo. Se puede hablar del deporte como experiencia que ayuda y desarrolla a la persona o como algo que aliena. Lo mismo que el ocio se identifica a veces con la ociosidad, la locura juvenil de los fines de semana o el desarrollo de los más bajos instintos, el deporte también tiene su parte negra cuando genera violencia o, unido al dinero, se convierte en terreno propicio para el desarrollo de las pasiones más bajas.

El deporte como espectáculo

Todavía podemos recordar la ofensiva desatada por distintas cadenas de televisión con el fin de hacerse con los derechos para retransmitir los partidos de fútbol de la Liga española en los próximos años. Era difícil de entender los miles de millones que se ponían sobre la mesa. Incomparablemente más, desde luego, de lo que se estaba pagando en las grandes subastas internacionales por un cuadro de Picasso, Zurbarán o cualquiera de los grandes. Y todos sabíamos que todo ese dinero era una inversión de la que se esperaba sacar mucho más. ¿Quién les iba a decir a maestros y estudiantes de la Institución Libre de Enseñanza cuando introdujeron en España el deporte futbolístico que un siglo después llegarían a plantearse estas situaciones?

Ver la televisión es, como se sabe, la actividad de ocio de carácter mayoritario. Los teóricos del ocio hablan, refiriéndose a ello, de los nuevos hábitos y modos de vida generados a partir del espectadorismo catódico. En la actualidad se constata el crecimiento de la demanda del ocio espectáculo, un ocio barato y cómodo que se consume desde las salas de estar de los hogares, rodeado de la familia, los amigos o, simplemente, de objetos, comidas o complementos especialmente indicados para el caso. Televisión, radio,

prensa y revistas, junto a los modernos medios tecnológicos de diversión tales como vídeo, multimedia o cadenas de alta fidelidad, han convertido a la vivienda moderna en lugar privilegiado de ocio. Los medios de comunicación han trasladado la vida de las plazas y centros sociales a las ventanas electrónicas que nos acompañan en los hogares.

Este fenómeno explica el ascenso creciente de los espectáculos deportivos y su nuevo dimensionamiento social y económico. Junto a ello, las mitomanías de los deportistas, la industrialización del proceso deportivo y la interrelación del deporte con emociones, valores e identidades sociales cargadas de intensidad emocional.

Reflexionando sobre el fenómeno, la profesora Adela Cortina escribía en un medio de comunicación: «Desde el «pan y circo» al «pan y fútbol», pasando por el castizo «pan y toros», hay un hilo sutil de complicidad entre públicos de todos los tiempos. Al público romano le encandilaba el circo; al celtíbero de siglos posteriores, los toros; y al del siglo xx le «coloca» el fútbol como si se tratara de un alucinógeno». El fútbol vende y, como vende, los ídolos del fútbol se convierten de inmediato en héroes nacionales e internacionales y en modelos que imitar para todo niño que se precie. El padre entrena a su hijo y empieza a desear que le vaya mejor en fútbol que en Matemáticas, porque «si es una figura en fútbol —continúa Adela Cortina— vea usted qué futuro se le está abriendo; si es un sabio en Matemáticas, vaya usted a saber cuánto tiempo de paro le aguarda»³³³.

Está claro que el fútbol vende, como venden los seriales televisivos, los actores de moda, las vacaciones, las playas, los viajes o los fines de semana. La diversión ha vendido siempre y seguirá vendiendo. La cuestión es si esta diversión debe ser llamada ocio, como a menudo se le llama, o si el ocio del que tanto se habla en nuestro tiempo debe quedar reducido a esta vertiente.

La dicotomía espectáculo/práctica, propia del mundo del deporte en la sociedad actual, determina que la separación entre el deportista aficionado y el profesional aumente de día en día. Para el profesional el deporte es un trabajo, un trabajo duro y competitivo que

³³³ CORTINA, A., «Sociedades hipócritas», en *Historia de la democracia*, publicación en fascículos de *El Mundo*, 1995, cap. 29, p. 609.

aporta un prestigio social y unos recursos económicos que pueden ser insospechados. El deporte profesional, y más concretamente el deporte de elite, es, como decía antes, una gran industria con sus ventajas y sus inconvenientes. Su desarrollo sería difícil de explicar sin conectarlo a los modernos hábitos de ocio de los ciudadanos, a sus estilos de vida y a la incidencia de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana. Pero las industrias del ocio son industrias con una importante incidencia humana, trascienden a las industrias de los objetos. En el deporte, como en otras muchas industrias del ocio, se generan pasiones, ideologías y signos de identidad. De ahí su referente político y social, tan conocido por dirigentes y líderes sociales.

El deporte como ocio activo

A pesar de que el espectadorismo sea el rasgo más característico del deporte actual, la práctica deportiva es, y debiera seguir siendo, cada vez mayor. Los últimos datos indican que los que practican deporte lo hacen de una forma cotidiana y no sólo, como se hacía antes, durante los fines de semana y las vacaciones. Esta tendencia empieza a notarse también en los espectáculos deportivos. Puede decirse que el deporte se está configurando genéricamente (para el actor y el espectador) como actividad de ocio integrada en la actividad vital diaria, con la consiguiente pérdida de su connotación de ocio festivo.

El deporte, como actividad de ocio, forma parte de nuestro vivir cotidiano de un modo prácticamente universal. Es un tema recurrente de conversación en las jornadas laborales, una práctica escolar de la infancia y la primera juventud, forma parte de los programas sanitarios, de recuperación y belleza y es, ante todo, un instrumento potente de diversión e identificación colectiva. Definido desde las declaraciones internacionales, el deporte es además un medio de desarrollo y un valor a mantener a lo largo de la vida³³⁴. Adelantando mi pensamiento, diré que no veo el deporte como una actividad aislada en la vida de la persona; entiendo que la práctica

³³⁴ Véanse las declaraciones del Consejo de Europa, 1971, y el Congreso para la Cultura y Cooperación, 1966.

deportiva es ocio o motivo de ocio para la mayor parte de la población, pero quisiera destacar, al mismo tiempo, que el sentido del deporte y del ocio forma parte de un sentido unitario, unido al de otras actividades humanas igualmente importantes, como puedan ser el trabajo, la familia o la labor social.

Tradicionalmente el deporte ha sido una práctica de ocio propia de los jóvenes, y así lo siguen señalando las estadísticas³³⁵. De hecho, la oferta deportiva para los jóvenes se multiplica y experimenta grandes cambios, lo que significa que aumenta el interés y que existe un público creciente que la demanda. En una guía de deportes para practicar bajo el sol, publicada por un medio de comunicación, se recogen trece de estos nuevos deportes que, al parecer, han cuajado ya en nuestro entorno³³⁶. He aquí la relación: descenso de cañones, parapente, *rafting*, *surf*, piragüismo y *kayak*, *hidrospeed*, submarinismo, escalada, excursiones a caballo, ala delta, vela, *windsurf* y *puenting*. Se puede decir que el denominador común de todos ellos es la participación activa, la vivencia lúdica, el contacto directo con la naturaleza, el riesgo y la práctica de habilidades muy alejadas de lo que resulta habitual en la vida cotidiana en ámbitos urbanos. Junto a las sensaciones antes citadas habría que considerar la solidaridad y la cohesión grupal que se desarrolla a partir de estas experiencias. Los vínculos sociales y humanos generados a partir de las nuevas vivencias de ocio son, sin duda, un aspecto que irá ganando fuerza en el futuro.

Pero, además del deporte juvenil, hemos de estar muy atentos a un progresivo aumento de los practicantes deportivos en nuevas capas de población. Me refiero, concretamente, a la práctica deportiva de las personas mayores y las mujeres. Ambos casos están relacionados con dos fenómenos históricos recientes: por un lado el aumento del número de jubilados, y por otro la relativa liberalización del tiempo y la condición femenina. La incorporación de estos y otros grupos de población a la práctica deportiva es un proceso en

³³⁵ Véase lo que dice al respecto José Ignacio Ruiz de Olabuénaga en «Ocio y Estilos de Vida», dentro del *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Fundación FOESSA, Madrid, 1994, pp. 1881-2071.

³³⁶ La publicación a la que me refiero es el suplemento *Evasión* del diario bilbaíno *El Correo*, aparecido el 2.V.1996.

aumento que está obligando a redefinir estilos de ocio y modos de vida tradicionales.

Visto desde la práctica, el deporte es una experiencia de ocio en creciente demanda social. Su incidencia se está haciendo notar tanto en la atención política que merece como en los objetos de consumo que se ofertan. Los nuevos estilos de ocio tienen uno de sus arquetipos en el «estilo deportivo», caracterizado por la alta valoración y el tiempo que determinadas personas dedican a la práctica deportiva. Los estudios señalan que el desarrollo de este modo de ocio está determinado por la experiencia en la familia, las vivencias escolares y las oportunidades propias de la clase social a la que se pertenece. La práctica deportiva participa del ámbito educativo del ocio en la medida que es motivo de desarrollo humano, es decir, de mejora de calidad de vida, autoconocimiento, salud, desarrollo moral y buen humor. Visto desde una lectura humanista del ocio, una política deportiva debiera potenciar el deporte para todos desde las distintas dimensiones antes señaladas, es decir, el deporte como expresión lúdica, creativa, festiva, ambiental-ecológica y solidaria. De este modo se puede afirmar que nos encontramos ante una realidad rica y plurivalente en la que, en función del desarrollo y su vivencia creciente como ocio, el deporte pasa a ser una pauta de referencia de modernidad y progreso humano.

La práctica deportiva, relacionada con el ejercicio físico en sus diferentes formas, viene a confluír con el disfrute de la actividad elegida y sus efectos preventivos o curativos propios del mantenimiento físico. La relación entre el deporte como ocio activo y la salud es difícil de deslindar. La práctica de un ocio deportivo nos permite salir de nosotros mismos y entrar en contacto con otra gente y otros problemas, vivir situaciones queridas que facilitan la realización y desarrollo de nuestra personalidad. Jugando aprendemos reglas de comportamiento y convivencia. El trabajo ha ido desterrando la actividad física y el desarrollo de una creatividad significativa, lo que no ha impedido que continúe la tendencia a conservar un nivel de actividad, que los hábitos cotidianos, como ver televisión u oír radio, no colaboran a conseguir. De ahí que tanto el sistema educativo como la sociedad deban intervenir, aunque sólo sea por motivos de salud para todos, fomentando el ocio y la actividad física satisfactoria y sostenible.

Incidencia de la actividad física

Partiendo de esta realidad, que por su presencia se hace necesario asumir, quisiera centrarme en lo que debiera ser el planteamiento del tema de fondo, desde unos parámetros humanistas y educativos. Para ello comentaré unos artículos de Unamuno, a propósito de la gimnasia y la actividad física, que era como se llamaba al deporte hace un siglo, cuando el conocido filósofo escribió sus comentarios. Luego volveré a la relación entre ocio y deporte y la necesidad de un desarrollo educativo adecuado.

Hace unos años, José Antonio Ereño, amigo y compañero en las tareas universitarias, daba a conocer, a través de la revista *Noticias UD* de la Universidad de Deusto, una de las facetas de Unamuno hasta ahora desconocidas, la de gimnasta y defensor de la Educación Física. Tras un breve estudio introductorio, el profesor Ereño rescataba del olvido tres textos de D. Miguel, publicados en 1886, pero prácticamente ignorados hasta el presente, a los que quisiera referirme ahora. Se trata de tres artículos, publicados en la revista *Ilustración Gimnástica*, en tres números distintos del año antes citado, que se agrupan en un mismo epígrafe titulado «Influencia de la gimnasia en la formación del carácter». Cada uno de ellos lleva, a su vez un título diferente: «El valor», «La razón y la imaginación» y «El buen humor»³³⁷.

Antes de seguir, quisiera detenerme en los mismos títulos. Unamuno habla de la importancia de la gimnasia y el ejercicio físico en general y parece que su objetivo está muy claro: quiere hacer ver la relación directa que existe entre lo físico y lo mental, acción y consciencia, actividad y conducta. Se podría decir que sólo con leer los títulos podemos captar la esencia de su mensaje. Un mensaje claramente positivo que habla de interrelación total. La influencia de la actividad física consciente y sistematizada, viene a decir Unamuno a través de los títulos de sus reflexiones, es claramente positiva, incide en el valor, la razón, la imaginación y el buen humor.

³³⁷ Estos artículos se publicaron en la revista *Noticias UD* (Bilbao, Universidad de Deusto), 45, invierno 1995, pp. 21 a 25. Las citas textuales que se recogen a continuación pertenecen a dichas páginas.

El primero de los artículos está dedicado a D. Felipe Serrate, maestro suyo y profesor de gimnasia de la Escuela General de Vizcaya, posiblemente la primera institución oficial española que introdujo la gimnasia en sus currículos formativos. La idea central de Unamuno es el conocido consejo del oráculo de Delfos «conócete a ti mismo». «Los griegos —escribe D. Miguel—, que sabían armonizar el sentimiento de la naturaleza con el arte, se estudiaron con esmero», pero el famoso consejo del oráculo «sólo lo han aprovechado los psicólogos para recomendar al hombre el estudio de sus facultades intelectuales y morales». La reflexión que sigue es la que podemos esperar: el conocimiento de las facultades físicas es tan importante como el de las anteriores. La persona que conoce su vigor físico, dirá Unamuno, «tiene una inapreciable ventaja sobre las demás» y esto sólo se consigue con una educación física adecuada, porque la gimnasia (concepto equivalente a Educación Física o deporte hoy) «no solo da fuerza, la reparte, la regula y nos enseña a conocerla y dirigirla».

En el segundo artículo, «La razón y la imaginación», el entonces joven filósofo centra su argumentación en una idea tomada también del mundo de los griegos, la armonía. «Los griegos, convencidos de la armonía y concordia que deben existir entre el cuerpo y el espíritu, se dedicaron a cultivarlos a la par y produjeron aquellos espíritus serenos, sanos, armoniosos y bien equilibrados». No es eso lo que ocurrió después con los romanos, cultivadores del cuerpo por excelencia, ni la reacción experimentada después en la Edad Media, en la que se cultivó el espíritu olvidándose del cuerpo y su importancia. «Muy a menudo —añade Unamuno— se cita la energía mental que acompaña a los grandes debilitamientos. Yo aseguro que esa energía no será energía sana, reposada y serena de la razón que ve, juzga, compara y se decide, sino la enfermiza exaltación de la potencia imaginativa». De ahí la necesidad del ejercicio físico, la necesidad de armonizar el desarrollo de la mente con el desarrollo del cuerpo, ya que «el cuerpo que no se ejercita es como el espíritu que no se relaciona, se recoge en sí y crea en su interior el fuego fatuo de la imaginación». Nada alivia más las penas, terminará diciendo el pensador, que el sol y el aire libre, «nada regulariza más el espíritu y doma la imaginación que un cuerpo fuerte».

Finalmente, en «El buen humor», Unamuno se fija en la alegría que proporciona el ejercicio físico y, más específicamente, en su dimensión lúdica: «vivir fuerte y con conciencia y dominio de la propia fuerza es más vivir que vivir sin ello». He aquí una sugerente visión de la importancia del ejercicio físico consciente: gracias a él podemos combatir el mal humor o retornar a la dimensión lúdica de la vida, con la consiguiente recuperación de las buenas y agradables emociones. Los textos que siguen hablan explícitamente de estas reflexiones:

«...el mejor remedio para combatir el humor negro, *spleen* o aburrimiento es no solo hacer algo sino hacer algo corporal, distraer la mente y hacer trabajar al cuerpo.»

«...el disponer a diario de unos momentos en que poder correr, saltar, brincar y entregarse al juego corporal es una fuente de buenas y agradables emociones.»

Para Unamuno juego y gimnasia, juego y ejercicio físico organizado y consciente, son partes de una misma realidad. El juego lo considera más apropiado para el niño, pero, en realidad, la educación física organizada es también «un juego como otro cualquiera», sólo que especialmente beneficioso para la persona mayor, ya que somete el espíritu al método. Este ejercicio físico metódico, dirá Unamuno, sólo genera satisfacción y alegría desinteresada, el mismo gozo al que puede conducir (me parece muy significativo el ejemplo) «ganar una partida de ajedrez». Al final terminará diciendo: «La gimnasia da fuerza y destreza y con ellas buen humor y salud, y si hay dones apetecibles sobre la tierra lo son seguramente la salud y el buen humor».

Al destacar sintéticamente estas ideas inéditas de Unamuno, he querido resaltar que sus palabras hacen ver que, más allá de su lenguaje de época, Unamuno supo entender y transmitir un mensaje de siempre que sigue siendo actual. La interrelación entre la educación física y la educación total está presente en la *República* de Platón, donde se formula la meta a la que debe tender el desarrollo físico. Los ejercicios del cuerpo —dice Platón— se propondrán sobre todo aumentar la fuerza moral más bien que el vigor físico, en vez de a la manera de los otros atletas que, fieles observantes de un régimen, sólo se proponen hacerlo robusto³³⁸. Unamuno retoma la

³³⁸ PLATÓN, *República*, 403c-412b.

antorcha de la sabiduría griega y actualiza su mensaje al considerar que las funciones formativas del deporte son tres: conocimiento físico de uno mismo, restablecimiento del equilibrio psicofísico y fuente de alegría y salud.

Leído desde el ocio, este mensaje nos dice hoy que el deporte, en cuanto manifestación física y lúdica de ocio, es un aspecto necesario e imprescindible en una moderna Educación del Ocio. Se puede decir que no es posible hablar de una adecuada Educación del Ocio sin tener en cuenta a la Educación Física y viceversa. Siguiendo las pautas de los textos comentados, la vivencia del deporte como ocio es un medio que nos aproxima a nuestro conocimiento físico y psíquico, es una experiencia necesaria para nuestra armonía de vida y un procedimiento insustituible para tomar consciencia de la vida y recuperar el optimismo que viene unido al buen humor. A mi modo de ver, la clave del mensaje de Unamuno está en la visión holística e interrelacionada de ocio y deporte como práctica organizada y consciente. Educativamente hablando, la reivindicación de la persona, de su dignidad y su desarrollo, ha de ser algo consciente, ligado a la evolución mental y moral; pero al mismo tiempo algo grato, elegido y buscado voluntariamente, en armonía con la naturaleza en general y nuestras propias raíces infantiles y lúdicas en particular.

Ámbito educativo

La consecuencia inmediata que se deduce de estas reflexiones es bien sencilla: ¿podemos pensar que, espontáneamente, seremos capaces, la mayoría de las personas, de llegar a este tipo de vivencias sin ninguna ayuda? Considero que sólo una adecuada Educación del Ocio conduce al ejercicio de un ocio personal, libre y constructivo. Un ocio entendido como expresión personal, desarrollo y ejercicio de libertad, se corresponde con un ideal educativo en el que se defienda el ejercicio del deporte para todos. Su verdadera raíz se inicia en la práctica educativa a nivel escolar, pero su fortalecimiento y permanencia forma parte de un proceso que dura toda la vida.

El ocio se convierte en ámbito educativo en el momento que se considera como desarrollo humano, como vivencia que contribuye

a mejorar la realidad de la persona o de la comunidad. Cuando hablo de mejora me refiero, lógicamente, a mejoras específicamente humanas, tales como conseguir un mayor grado de libertad, ser más autónomos, estar más satisfechos, ser más comprensivos, tolerantes, solidarios, etc. Un ocio que se experimenta desde una vertiente positiva genera energías de ese mismo signo que lo convierten en fuente de mejora y, consiguientemente, en ámbito educativo. El deporte, en cuanto vivencia de ocio, amplía su potencial de desarrollo humano a través de la formación y deja de ser un mero pasatiempo. Pero hemos de tener en cuenta que la verdadera transformación de la persona ocurre cuando participa activamente, no desde el espectadorismo. El deporte como espectáculo es, fundamentalmente, pasatiempo y diversión. El ocio activo, es decir, en el que participo y del que formo parte, puede ser considerado ámbito de desarrollo y, consiguientemente, ámbito educativo.

Reflexión final

De las distintas aproximaciones a la concepción del ocio y de sus rasgos comunes se pueden deducir una serie de incidencias a considerar en un tratamiento del deporte coherente con la realidad actual. Así se puede decir que el ocio, en cuanto deporte, es una vivencia personal y un fenómeno social, un derecho democrático de todos, una realidad multidimensional compleja y un factor de desarrollo individual y comunitario.

La reivindicación del deporte como ejercicio físico voluntario y libre forma parte del derecho al ocio. Pero el ejercicio de este derecho no puede ni debe realizarse de un modo aislado y, por consiguiente, desligado de la realidad. Del mismo modo que no se puede justificar el deporte separado de la voluntariedad, la libertad y la vivencia de ocio, tampoco es posible justificar el ocio como una faceta de la vida separada de las otras experiencias vitales y desconectada de otros procesos de desarrollo humano. El ejercicio del ocio ha de ser un ejercicio armónico con las demás acciones vitales. Su experiencia nos ha de servir para recuperar la alegría perdida y para compensar las frustraciones diarias; pero, sobre todo, para llegar al conocimiento y el desarrollo de nosotros mismos,

porque, como decía Unamuno, viviendo conscientes de nosotros mismos y nuestras posibilidades vivimos más y mejor.

El ocio como derecho es una realidad que se ha ido conformando a lo largo de este siglo. El último decenio del siglo XX se caracteriza por el gran impulso de la accesibilidad y el reconocimiento de la igualdad de oportunidades. El derecho al ocio de las personas discapacitadas es una realidad inimaginable a finales del pasado siglo y, sin embargo, se estima que un 30% de la población está afectada, transitoria o definitivamente, por algún tipo de discapacidad o minusvalía. La celebración de los Juegos Paraolímpicos, el Campeonato Mundial de Deportes para Ciegos o la existencia de una cátedra sobre Ocio y Minusvalías en la Universidad de Deusto, que lleva a cabo acciones de formación, investigación y documentación desde 1994 gracias al patrocinio de la ONCE, son todos ellos signos representativos del cambio que se está produciendo en los últimos años.

No se puede explicar el apogeo conseguido por el deporte, hasta el punto de convertirse en paradigma referencial del ocio moderno, sin el apoyo de los medios de comunicación. El deporte actual es noticia en función de los resultados de encuentros y campeonatos, pero también como proceso, gestación, estilo de vida y creación de buena parte de la mitología moderna. Los medios de comunicación han hecho del deporte, y como consecuencia del ocio en general, un signo de modernidad, de vivencia profunda, de intimidad y, a la vez, de vivencia compartida. Éste es un rasgo que separa nuestra época de cualquier otra de la que nos precedieron.

Pero, al mismo tiempo, y tal vez por la propia inercia de la sociedad consumista en la que estamos inmersos, se ha desarrollado un *ocio equipado*. A los equipamientos e infraestructuras de tipo comunitario, como auditorios, polideportivos, centros culturales o paseos, se han añadido los equipamientos de tipo personal, como equipos audiovisuales, ropas deportivas o alimentos apropiados para cada actividad. Sea como fuere, lo cierto es que el ocio ha dejado de ser una actividad marginal y secundaria para pasar a ocupar un lugar preferente en nuestra vida desde un punto de vista de tiempo, economía o ilusión.

El carácter complejo y la multidimensionalidad de la experiencia de ocio hace necesaria la aproximación interdisciplinar, que recordaba a propósito de las ideas de Elias y Dunning. El deporte es

uno de los grandes temas del mundo moderno y, como cualquier tema de ocio, necesita avanzar a partir de la visión globalizadora que aporta un trabajo en equipo. Lo que vivimos como ocio está relacionado con nuestros gustos y nuestro modo de ser, pero también con nuestra formación, posibilidades, medios, tradiciones, preconcepciones, mensajes de los medios de comunicación, etc. La potenciación del ocio-deporte en la sociedad actual está íntimamente unida a la libertad personal y social; pero también a su concepción profunda y positiva. Toda esta riqueza de posibilidades hace que el ocio-deporte sea, o pueda ser, un medio de desarrollo individual y social. Un espacio en el que cultivar el cuerpo y el espíritu para llevar a cabo una vida mejor y de mayor calidad. Éste es el gran mensaje del ocio humanista.

17. Tiempo libre en la tercera edad

Decir humanidad o persona es hablar de conceptos genéricos, imprecisos en la realidad cotidiana. La sociedad moderna ha ido delimitando grupos de población que, en función de las distintas etapas de la vida, han generado una conciencia grupal de especial trascendencia sociológica, práctica y política. En el siglo XIX se descubrió la infancia, del mismo modo que en el siglo XX hemos descubierto la juventud, la adolescencia o la tercera edad.

El desarrollo de la conciencia social en estos otros grupos de población ha tenido su reflejo y expresión en un modo de vivir el ocio. En el caso de la tercera edad, a quien a partir de ahora llamaré personas mayores, el ocio tiene una función superior a la que tiene en grupos de edades anteriores. Sociológicamente hablando, la generación de los mayores es el resultado del aumento de las expectativas de vida, una existencia con mayor calidad y unas jubilaciones que en épocas pasadas apenas existieron. Reflexionar sobre ocio y tercera edad es, en cierto modo, reflexionar sobre uno de los nuevos grupos de población que deben encontrar un modo de realización en el ocio, o, en todo caso, en un tiempo que socialmente se ha pensado como tiempo de ocio.

Las estadísticas de los países desarrollados coinciden en señalar el aumento progresivo del número de personas mayores. En los pri-

meros años de la década del 90, el Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social (CIRES) señalaba que casi el 30% de los hogares españoles tenía por cabeza de familia a un jubilado³³⁹. El hecho viene a confirmar dos aspectos sobradamente conocidos, el adelantamiento de la edad de jubilación producido por la falta de trabajo y el paulatino envejecimiento de la población española. Si en el año 2000 el número de españoles mayores de 65 años rondaba el 15% de la población total y en algunas comunidades autónomas, como el País Vasco, el índice de envejecimiento era aún mayor³⁴⁰, las previsiones europeas para el 2010 son todavía más llamativas: para esa fecha se espera que se llegue a igualar, prácticamente, la población de mayores (25,2%) y jóvenes (25,7%)³⁴¹.

El crecimiento de la población de gente mayor es un signo de progreso y una conquista nueva de desarrollo humano. Pero, al mismo tiempo, el creciente grupo poblacional plantea a nuestra sociedad cuestiones y demandas que deben ser atendidas desde unos parámetros muy diferentes a los tradicionales. Uno de los temas que deben ser replanteados es el del ocio, algo importante para cualquier persona pero de incidencia especial en la vida de los jubilados. Lo que haga o deje de hacer un 17 o un 25% de la población en su tiempo de ocio, que en este caso es casi todo, no puede resultar indiferente desde un punto de vista económico, social, educativo, psicológico o, por no seguir enumerando, simplemente sanitario.

Hace unos años se decía que las personas que disponían de mayor tiempo libre eran los niños y los jubilados. Es posible que esa afirmación no se pueda mantener ahora y, desde luego, con el adelanto de la incorporación escolar y el aumento de la población de mayores, no tendrá sentido en el futuro. Si por tiempo libre entendemos un tiempo sin la necesidad de realizar una actividad obligatoria como el trabajo o la formación, es probable que sean los jubi-

³³⁹ Me refiero a la presentación de *La realidad social en España 1992-93*, CIRES, junio 1994 y a un titular aparecido en *El Correo* (Bilbao), 17.VI.94, p. 41.

³⁴⁰ Fuente: *Estadísticas Demográficas*, Eurostat, 1988, y *Política de Bienestar Social para Euskadi en la Europa del 93*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Trabajo y Seguridad Social del Gobierno Vasco, 1990.

³⁴¹ CASTRO, A. de, *La Tercera Edad, Tiempo de Ocio y Cultura*, Madrid, Narcea, 1990, p. 63.

lados los que mayor cantidad de tiempo libre disfruten en la actualidad. Pero decir que se dispone de tiempo libre no es decir mucho, es sólo afirmar que se tiene una posibilidad de hacer algo de una manera libre y opcional.

Para muchos jubilados tener tiempo libre no es un don sino un problema, un problema de aburrimiento y de no saber qué hacer. El que no sabe qué hacer en su tiempo libre aspira a llenar el tiempo como sea, a entretenerse en algo «para matar el tiempo». El ocio es algo distinto, es hacer lo que no estás obligado, porque te agrada, porque tiene un sentido. Ya se ha señalado reiteradamente que el tiempo libre se opone al tiempo de trabajo, pero el ocio no, el ocio se identifica con la actividad gustosa que estaríamos dispuestos a realizar sin que nos pagasen nada, porque es un modo de expresión y desarrollo acorde con el ser personal de cada cual. Por eso, el que tiene claro su ocio y lo pone en práctica no desea «matar el tiempo» sino vivirlo. La disponibilidad de tiempo libre es evidente que facilita la práctica del ocio, pero ¿practican realmente el ocio nuestros mayores? ¿Cuáles son la realidad y los condicionantes de su práctica? ¿Qué se puede hacer en esta dirección? Tratemos de seguir respondiendo a estas preguntas.

Tópicos de la jubilación

El fenómeno de la jubilación se plantea muchas veces de forma unilateral y poco objetiva. Para unos puede ser la liberación, el final de una etapa de la vida caracterizada por el esfuerzo, el sacrificio y la realización de actividades obligadas y, en ocasiones, no queridas. Para otros es un momento terrible, que relacionan con la decrepitud, el deterioro o la etapa final de la vida. Ambas maneras de ver o tratar el tema pecan de generalistas y simples; de ahí que puedan considerarse falsas. La experiencia y los resultados de distintos estudios realizados al respecto indican que los que deseaban con anhelo la «edad del júbilo» pronto empiezan a añorar gran parte de lo que hacían anteriormente, y los que pensaban que ya sólo quedaba la muerte empiezan a darse cuenta de que tampoco se encuentran tan mal y que es posible seguir viviendo, incluso con más paz de la que se tenía y con menos preocupaciones en las que pensar.

El modelo tremendista, basado en el concepto de que el declive físico natural se correlaciona directamente con el declive generalizado de la persona³⁴², ha sido superado desde perspectivas humanistas que afirman que el envejecimiento no va emparejado a las limitaciones de desarrollo, mejora, estímulo y conciencia del valor de cada momento de la vida³⁴³. Envejecer es un proceso natural de carácter universal, pero no es igual para todos; forma parte de un desarrollo personalizado físico, psicológico y social. La diferenciación individual es un aspecto esencial en cada envejecimiento. Los diferentes estilos de vida, intereses, objetivos y deseos hacen que cada uno de nosotros viva una situación diferente, permitiendo que sea atractivo para unos lo que para otros es algo sin sentido ni razón.

Aún así y desechando los tópicos que se han comentado anteriormente, la jubilación sitúa a la persona ante problemas específicos que necesariamente debe resolver. Uno de los más importantes tal vez sea seguir viviendo sin la presencia del trabajo.

Vivir sin trabajo

No siempre somos conscientes de que el trabajo es algo más que la manera para solventar los problemas económicos. También nos ayuda a organizar la vida, a relacionarnos, a tener un concepto de nosotros mismos o, incluso, a justificar nuestro ocio, entendido desde una perspectiva de descanso y diversión. No es nada nuevo recordar que se ha ratificado en distintos estudios que la identidad y la conciencia de sí de muchos de nosotros está ampliamente basada en la ocupación laboral. Más aún, para gran parte de las personas que sacralizan el trabajo la existencia del ocio sólo puede ser

³⁴² El modelo deficitario o médico decremental es una manera de tratar y entender a las personas mayores con unas ideas base de carácter negativo. Pilar SANTISTEBAN, en su estudio *Tercera Edad y Ocio Institucional* (Bilbao, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios de Ocio, 1992), hace ver que actualmente todavía hay instituciones que realizan su actividad desde esta concepción.

³⁴³ LEHR, V., *Psicología de la Senectud*, Barcelona, Herder, 1985, así como el libro de R. KALISH, *La Vejez. Perspectivas sobre el desarrollo humano*, Madrid, Pirámide, 1983.

entendida desde la labor realizada, desde la alternancia del tiempo productivo. De ahí que, para estas personas, la jubilación sea un mal que en muchos casos no consiguen superar. Opaschoski constató, en un estudio realizado para identificar el significado dado al tiempo de no trabajo por prejubilados y jubilados, que para un 38% de los casos suponía un problema vital, un 33% lo consideraba tiempo de descanso y recuperación y sólo un 29% daba importancia al ocio y su actividad posible³⁴⁴. En una de las investigaciones realizadas en nuestro Instituto, se preguntó a un grupo de personas mayores de una residencia de Bilbao si volvería a trabajar y el 41% respondió que sí. El hecho nos hizo pensar en la falta de adaptación a la jubilación, junto a un concepto negativo del ocio, que en el 48% de los casos identificaban como actividades para «matar el tiempo»³⁴⁵.

Estos datos confirman que en este grupo de población predomina una concepción específica del ocio entendido sólo como diversión, premio o, simplemente, no hacer nada. El ocio, en cuanto ámbito positivo de desarrollo humano, es fundamentalmente acción. Los jubilados que han vivido con intensidad los valores propios de la cultura del trabajo necesitarán encauzar su acción hacia nuevos roles que mantengan una fuerte aprobación social. Las asociaciones de voluntarios son una respuesta valiente y decidida a múltiples problemas de la sociedad contemporánea; pero, al mismo tiempo, son la ocasión de desarrollar una actividad gozosa y solidaria que, tanto personal como socialmente, afirma y gratifica internamente al que la realiza. El hecho de entender que este tipo de acciones desinteresadas y libres forman parte de la nueva manera de ver el ocio es un avance y también una revolución.

La civilización del ocio que nos está llegando no puede quedarse en un mero aumento de cifras y productos de la sociedad de consumo, sino que ha de responder también al desarrollo y al bienestar humano que no se puede comprar con dinero. Ha de responder a la realización de acciones con significado, acciones creativas y libremente decididas que hagan sentir al que las realice su unicidad como persona y el avance continuo en su capacidad de vivir y percibir.

³⁴⁴ OPOASCHOWSKI, H., *Psychologie und Soziologie der Freizeit*, Oplanden, Leske/Budrich, 1988.

³⁴⁵ SANTISTEBAN, P., *op. cit.*, pp. 91-93.

Las actividades de ocio

Las actividades de ocio pueden ser casi infinitas. El Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social ha publicado unos datos relativos al consumo cultural que, leyéndolos desde el punto de vista de los jubilados y prejubilados, nos dan una serie de pautas sobre el comportamiento de estos grupos de población. Consideraremos como jubilados a los españoles de la muestra con 65 o más años y prejubilados a los comprendidos entre 50 y 64 años³⁴⁶. Partiremos de una visión genérica de las actividades de tiempo libre, para centrarnos luego en las actividades culturales y, especialmente, en los espectáculos, la lectura y la visita a museos y exposiciones.

La actividad que mejor define lo que estas personas hacen durante su tiempo libre es «dedicarse a las personas más queridas». En el caso de los mayores de 65 años alcanza el 44%, en el grupo de edad anterior el 41%. Las actividades que ocupan el segundo y tercer lugar son diferentes en cada grupo. En los jubilados la siguiente actividad es «estar con gente, charlar o tratar con los amigos» (31%), seguido de «dedicarse tranquilamente a sus cosas y aficiones» (26%). En el grupo de prejubilados tiene más importancia «hacer muchas cosas, estar activo, ir de un lado para otro» (32%), seguido de «estar con gente, charlar y tratar a los amigos» (29%). Las actividades menos significativas en ambos casos serían «aburrirse» o «pensar, meditar», seguidas de «pasarlo bien sin hacer nada» (11%), en el caso de los prejubilados, y «hacer asuntos pendientes del trabajo» (9%) en el grupo de jubilados. Estas actividades se suelen hacer de forma improvisada o poco organizada, aunque una de cada tres personas de estas edades dice tener su tiempo libre muy organizado.

Una primera lectura de los datos que acabamos de señalar nos indica que el tiempo libre de nuestros mayores es un tiempo de relación, de sociabilidad y de actividad. Contrariamente a lo que un estudio similar recogía en 1991, el tiempo libre ha dejado de ser, en gran parte, un tiempo de descanso. Según estos datos, se puede decir que la concepción del ocio como actividad gratificante y autó-

³⁴⁶ Boletín CIREs, abril, 1994. Los datos y comentarios que hago se basan en las distintas tablas de «características socioeconómicas» publicadas en dicho boletín.

noma empieza a ser más importante que el concepto de ocio como continuación del trabajo y, consiguientemente, como descanso. Al referirnos a actividades tan genéricas como tener relaciones interpersonales o estar activo, los porcentajes del CIRES ofrecen datos que son significativos. Veamos ahora lo que ocurre al concretar la acción en conductas de carácter cultural. El cuadro que sigue, elaborado a partir del citado estudio, nos da una visión genérica de la situación³⁴⁷.

Porcentaje de entrevistados que ha realizado alguna vez en su vida / en su último año alguna de las siguientes actividades

	50/64 años		65 o más años	
	en su vida	último año	en su vida	último año
1. Visitar un museo	72	15	61	11
2. Visitar una exposición de arte	56	15	43	8
3. Visitar un monumento histórico o artístico	69	17	53	7
4. Visitar un parque natural	62	14	46	8
5. Visitar un parque zoológico	68	7	62	3
6. Visitar un parque de atracciones	57	7	49	2
7. Visitar un parque acuático	29	3	20	1
8. Visitar una Feria del Libro	52	13	40	5
9. Visitar una feria de artesanía	50	13	41	6
10. Visitar una feria comercial	45	10	36	4
11. Asistir a conferencias o mesas redondas	26	6	20	4
12. Asistir a un festival de música o teatro	29	8	23	2

A partir de estos datos se puede decir que nuestros jubilados llevan una vida muy poco cultural: casi no quieren saber nada de

³⁴⁷ *Ibid.*, pp. 24 y 25.

conferencias, festivales, parques zoológicos, de atracciones o acuáticos. Tampoco les interesan las ferias comerciales o de libros, y sólo un grupo reducido ha visitado algún museo, exposición de arte o parque natural. La situación del grupo de ciudadanos entre 50 y 64 años es algo diferente, aunque las cifras sigan siendo bajas. Tienen inquietud por los monumentos históricos o artísticos, visitan más museos y les preocupa más la artesanía, el libro o los parques naturales. En cualquiera de los casos, las cifras de participación siguen siendo bajas, ninguna de ellas llega al 20%. Algo muy diferente a lo que ocurre cuando la lista de actividades se amplía y se recogen las frecuencias de otras acciones relacionadas con la vida cotidiana. Veamos lo que dicen las siguientes tablas³⁴⁸:

**Porcentaje de entrevistados que nunca practican
las siguientes actividades**

	50/64 años	65 o más años
1. Practicar con algún instrumento musical	91	90
2. Ver la televisión	3	3
3. Ir al cine	82	94
4. Ir al teatro	86	94
5. Asistir a actos culturales (conferencias, exposiciones)	80	86
6. Asistir a conciertos, ópera	89	92
7. Leer periódicos	25	46
8. Leer revistas	35	52
9. Leer algún libro general	53	67
10. Leer temas específicos, profesionales	80	88
11. Visitar museos	79	88
12. Visitar galerías de arte	85	92
13. Visitar monumentos	83	89
14. Visitar ciudades históricas	77	87
15. Escuchar la radio	14	19

³⁴⁸ *Ibid.*, pp. 20 y 22.

Evaluación media del deseo de practicar las siguientes actividades

Nada = 0 Mucho = 10

	50/64 años	65 o más años
1. Practicar con algún instrumento musical	2,0	1,4
2. Ver la televisión	6,5	6,8
3. Ir al cine	4,2	3,2
4. Ir al teatro	4,1	3,3
5. Asistir a actos culturales (conferencias, exposiciones)	3,4	2,8
6. Asistir a conciertos, ópera	2,6	2,0
7. Leer periódicos	5,8	4,7
8. Leer revistas	5,0	4,2
9. Leer algún libro general	4,4	3,5
10. Leer temas específicos, profesionales	2,9	2,1
11. Visitar museos	4,2	3,8
12. Visitar galerías de arte	3,8	3,5
13. Visitar monumentos	4,6	3,9
14. Visitar ciudades históricas	5,2	4,2
15. Escuchar la radio	6,8	6,2

De acuerdo con estos datos se puede afirmar que las actividades de ocio más practicadas por nuestros mayores son ver la televisión, escuchar la radio y leer periódicos y revistas. El orden es el mismo para los dos grupos de edad a los que nos referimos, pero la intensidad varía a favor del grupo más activo (50 a 64 años), que escuchan más la radio y leen más periódicos y revistas. Entre las actividades menos practicadas figuran las de salir a los espectáculos (teatro, cine, ópera o conciertos), visitar galerías de arte y practicar con algún instrumento musical. Estos datos vienen a confirmar diferentes investigaciones anteriores realizadas en otros países, como las realizadas por Kelly o Meléndez³⁴⁹, según las cuales el hogar es el centro de la actividad de ocio y recreación de las personas de mayor edad.

³⁴⁹ KELLY, J.R., *Leisure*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1990, y N. MELÉNDEZ, *¿Contribuye la recreación a la satisfacción del envejeciente jubilado?*, Universidad de Puerto Rico, 1991.

La práctica de estas actividades está directamente relacionada con la satisfacción que produce realizarlas, aunque existen pequeñas variaciones. Para el grupo de edad superior a 65 años lo más gratificante es ver la televisión, mientras que, aunque ligeramente, el grupo más joven disfruta más con la radio. El resto de las actividades reseñadas en la tabla no llega a conseguir un disfrute medio de 5 puntos, en el caso de los jubilados, mientras que para los prejubilados se supera esta cifra con la lectura de periódicos y revistas y la visita a las ciudades históricas. Lo que menos agrada, en ambos casos, es practicar con algún instrumento musical, asistir a conciertos de música clásica u ópera y leer libros sobre temas específicos o profesionales.

Nuestros mayores tienen hábitos hogareños y prefieren ver los espectáculos en la televisión de casa antes que salir al exterior. Respecto a su estilo de vida, existe una cierta continuidad entre las prácticas de ocio de los adultos situados en la franja de prejubilación y los jubilados. Esto al menos es lo que podría deducirse de los datos que se acaban de señalar. Aun así, se ve que las diferencias entre los dos grupos de población son significativas en algunos aspectos, no tanto porcentualmente como en cuanto indicadores de un cambio de concepción, de una manera nueva de concebir la actividad de ocio en un futuro inmediato. Mencionaré algunos datos referidos al tema cultural, recogidos igualmente del Boletín CIRES que comentamos³⁵⁰.

Un 42% de la población entre 50 y 64 años considera que la información sobre temas culturales dada por los medios de comunicación es insuficiente. Al mismo tiempo, es el grupo de personas (respecto a la población total española) que tiene un número medio de libros más alto. Su índice de lectura es bajo, pero leen libros y periódicos algo más que los de mayor edad. También visitan más museos que los jubilados, se interesan más por la cultura y, en un 53%, considera que en su localidad de residencia habitual deberían realizarse más actividades culturales. Frente a los jubilados, que disfrutaban especialmente con los toros (32%), las variedades y las revistas musicales (25%), el grupo de prejubilación prefiere el cine (32%) o los espectáculos deportivos (32%). Algo está cambiando en los hábitos de ocio de los españoles. Sin mucho riesgo de equi-

³⁵⁰ Boletín CIRES, pp. 24 y 25.

vocación, se puede afirmar que el grupo de prejubilados no se encontrará satisfecho haciendo lo que ahora hacen los actuales jubilados. Es posible que lo de «matar el tiempo» deje de tener la vigencia que comentaba antes. La nueva generación de jubilados tendrá otra formación, otros medios y un estilo de vida diferente. Los estudios realizados al respecto hacen ver la importancia de la educación, así como la necesidad de tomar conciencia de la relación existente entre práctica de actividad de ocio y satisfacción personal.

Ocio y satisfacción personal

Disfrutar de la jubilación y de la vejez está relacionado con la forma de ser y con opciones concretas, que determinan una manera de ver la vida y las relaciones con los demás. Kalish³⁵¹ considera que la calidad de vida de los mayores se corresponde con una manera de vivir socialmente deseable, con el mantenimiento de las actividades desarrolladas durante la mediana edad, el sentimiento de satisfacción respecto al estatus y la actividad desarrollada y con el sentimiento de felicidad y satisfacción general con la vida de uno mismo. Parece evidente que las personas que hayan sustentado este tipo de acciones y sentimientos en el trabajo tengan que descubrir que la calidad de vida es posible también mediante la realización de roles que siguen abiertos y realizables mas allá del mismo. Ser padre, ama de casa, ciudadano, esposo, voluntario, amigo, miembro de una iglesia, de un partido, etc., es algo que perdura cuando se deja de ser trabajador.

A partir del estudio realizado por Havighurst en 1957 sobre los adultos de Kansas City, se ha venido confirmando la teoría de que existe una relación directa entre la satisfacción de vida de los mayores y su actividad de ocio. John Kelly, Marjorie Steinkamp y Janice Kelly anunciaron en 1987, tras una conocida y laboriosa investigación³⁵², que la actividad recreativa y de ocio es la que más

³⁵¹ KALISH, R., *La vejez. Perspectivas sobre el desarrollo humano*, Madrid, Pirámide, 1983.

³⁵² La investigación se llevó a cabo en la Universidad de Illinois, y los primeros resultados se dieron en 1986, en *Gerontologist*, 26, pp. 531-37. El libro *Later-Life Satisfaction: Does Leisure Contribute?* apareció un año después.

influye en la satisfacción de vida de los jubilados. En los años 90, Nelson Meléndez, desde la Universidad de Puerto Rico, volvía a concluir lo mismo tras la investigación llevada a cabo con los jubilados del área metropolitana de San Juan³⁵³. La hipótesis de trabajo, confirmada en estos dos últimos estudios, fue que la participación en actividades recreativas (de ocio) influía más sobre la percepción de satisfacción de vida que cualquier otro factor de los que se consideraban. Entre las variables estudiadas, en el caso de Meléndez, se encontraban salud, ingresos económicos, educación y tipo de trabajo desarrollado anteriormente.

Desde distintos puntos de vista, los estudios de Brooks y Elliott, Campbell, Flanagan, London y Yankelovich³⁵⁴ comprobaron la importancia de los comportamientos de ocio para el bienestar psicológico y la satisfacción de vida. Del mismo modo, la investigación de Iso-Ahola³⁵⁵ demostró que la actividad de ocio participativa y activa era más positiva para la salud mental que la actividad de ocio no participativa o pasiva. Finalmente referiré, para no seguir con la gran enumeración de investigaciones realizadas, que MacLean ratificó la contribución positiva que el ocio activo aportaba al bienestar físico³⁵⁶.

Hemos ido viendo cómo la práctica del ocio, entendido como participación activa, contribuye al aumento de mayor satisfacción

³⁵³ MELÉNDEZ, *op. cit.*

³⁵⁴ BROOKS, J.B. y ELLIOT, D.M., «Prediction of psychological adjustment at age thirty from leisure time activities and satisfactions», *Human Development*, 14, 1971, pp. 51-61.

—CAMPBELL, A., CONVERSE y ROGERS, W., *The quality of American life: Perceptions, evaluations, and satisfactions*, Nueva York, Russell Sage Foundation, 1976.

—FLANAGAN, J.C., «A research approach to improving our quality of life», *American Psychologist*, 33, 1978, pp. 138-147.

—LONDON, M., CRANDALL, R. y SEALS, G., «The contribution of job and leisure satisfaction to quality of life», *Journal of Applied Psychology*, 62, 1977, pp. 328-334.

³⁵⁵ ISO-AHOLA, S.E., *The social psychology of leisure and recreation*, Dubuque, IA, W.C. Brown, 1980.

³⁵⁶ MACLEAN, J.R., «Leisure and the quality of life», en CRAIG, T.T. (ed.), *The humanistic and mental health aspects of sports, exercise, and recreation*, Chicago, American Medical Association, 1976, pp. 73-75.

vital, así como a un mayor bienestar físico, psicológico y social. Ahora conviene que recordemos lo que se decía al hablar de la práctica actual de ocio de nuestros mayores. Recordemos que las actividades de ocio más practicadas son ver la televisión, oír la radio y leer periódicos y revistas. Sus porcentajes son mucho mayores, el doble que el de aquellas otras acciones que ellos consideran que definen lo que hacen en su tiempo libre, es decir, dedicarse a las personas más queridas, estar con gente y charlar y dedicarse tranquilamente a sus cosas y aficiones. Si este contraste entre necesidad y práctica resulta aún poco significativo, conviene que recordemos de nuevo los bajos índices de participación en la actividad cultural. Estamos ante un problema de mentalización y de desarrollo de habilidades mínimas que hagan que la participación y la acción deseada sean posibles. Estamos, sencillamente, ante un problema directamente unido a la educación y el proceso educativo.

Una educación necesaria

En los últimos años nuestra sociedad ha tomado conciencia de que el problema del tiempo libre de las personas mayores no es un problema cualquiera. Incluso la Constitución española, en su artículo 50, reconoce que los poderes públicos tienen la obligación de promover el bienestar de los ciudadanos de la tercera edad mediante la promoción de servicios sociales que atiendan, además de salud y vivienda, su cultura y su ocio. No se trata sólo de ofrecer alternativas a la televisión o la radio, se trata de que la persona mayor encuentre sentido en lo que se le propone y quiera hacerlo. Que no lo perciba como «algo para matar el rato». En el informe CIRES comentado y en otros muchos estudios realizados antes y después se dice que existe una relación directa entre educación y participación en ocio, especialmente cuando esa participación es de tipo cultural.

Pero la educación no es sólo un factor facilitador de la participación en ocio: es también un factor de prevención muy importante. La persona mayor con más intensa participación en ocio tiene un menor riesgo de enfermedad, una mayor apertura y capacidad de

servicio, una probabilidad menor de conflictividad. Reiteradamente se afirma que la interacción es la base de todo desarrollo humano. Visto económicamente, la participación en ocio reduciría el gasto público en enfermedades, medicinas y atenciones, al tiempo que potenciaría el desarrollo de un grupo de población solidaria, que podría ejercer su acción en los aspectos diversos y beneficiosos para la comunidad.

Si queremos que todas estas ideas se hagan realidad y que los mayores conozcan y valoren las posibilidades que tienen en su tiempo libre, parece necesario que se tome conciencia de la necesaria educabilidad. La diferenciación de intereses, acciones y preferencias de ocio, con relación al sexo, se han ido igualando en las generaciones jóvenes y se irán reduciendo en las próximas generaciones de gente mayor. La incidencia de la educación igualitaria es evidente. Aprender el papel del ocio en la vida es esencial para iluminar la importancia de participar en las actividades de ocio y seleccionarlas con adecuación personal, dentro de un posible y amplio repertorio. De ahí que la educación del ocio sea algo urgente para los jubilados y los que están próximos a su jubilación. Estos grupos de personas debieran ser ayudadas a redefinir su rol, en gran parte sustentado en el trabajo que pierden; pero también necesitan ayuda para descubrir en el ocio un nuevo ámbito de desarrollo humano y una fuente de beneficios y satisfacción. La concepción tradicional del ocio, asociada al descanso y al trabajo, tiene que dejar paso a un concepto más abierto y plurifacético, en el que domine la realización de la «acción gustosa», comprometida e integrada en los valores nucleares de la vida de las personas y las comunidades.

La educación para la jubilación debe ayudar a corregir el desfase que se produce entre las expectativas y lo que realmente es, a reducir miedos, mitos y falsas interpretaciones acerca de ese período de vida. Debe ayudar a recuperar el sentido de los actos, a desarrollar nuevos roles que permitan seguir sintiéndose necesario, a encontrar diversión en otras cosas, a desarrollar la creatividad en un nuevo encuentro consigo mismo y con los otros. Debe ayudar, finalmente, a redescubrir el mundo y el entorno de un modo más sosegado y desprendido, abriendo la posibilidad de seguir recibiendo y seguir dando hasta el final.

18. Confluencia entre trabajo y ocio

A partir de la pasada campaña electoral francesa, en la que Lionel Jospin proponía «Un pacto para el empleo»³⁵⁷, Europa reinició la dialéctica de la reducción del trabajo, interrumpida en Francia quince años atrás. La reducción del horario laboral semanal a 35 horas es un tema que está candente en todos los países desarrollados³⁵⁸. Tras la propuesta se esconde la intención de solventar uno de los problemas más graves de la actualidad, el desempleo. De modo que si experiencias como las de Francia, la German Metal Workers Union o Volkswagen tienen el éxito esperado, la nueva redistribución del tiempo laboral puede ser una realidad cercana. Sus consecuencias serán múltiples, pero una de las más importantes tal vez sea la nueva valoración del ocio.

Actualmente podemos hablar de una nueva civilización del ocio no sólo en función del progresivo aumento del tiempo libre, sino desde otros planteamientos más profundos. No es que el ocio venga a sustituir al trabajo —de hecho, el desarrollo del ocio está trayendo trabajo—, sino que viene a ocupar un puesto que había perdido o, si se quiere, que sólo ocupaba en las clases pudientes. Sin dejar de ser importante, lo que sí ha perdido el trabajo es su carácter de exclusividad. No somos sólo la profesión que ejercemos; para mucha gente, el motivo de identificación, autodesarrollo y autorrealización es el ocio. Porque, mientras el trabajo ha ido evolucionando hacia un recorte progresivo del campo de libertad, el ocio ha ido

³⁵⁷ En el diario *El Mundo del País Vasco*, 24. V. 1997, pp. 4 y 5.

³⁵⁸ Véanse distintos planteamientos actuales de este tema en *Empleo y tiempo de trabajo: el reto de fin de siglo*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Justicia, Economía, Trabajo y Seguridad Social, 1997.

—RIFKIN, J., *El fin del trabajo*, Barcelona, Paidós, 1996.

—AZNAR, G., *Trabajar menos para trabajar todos*, Madrid, Ediciones HOAC, 1994.

—GIARINI, O. y LIEDTKE, P.M., *El dilema del empleo. El futuro del trabajo*, Bilbao, Fundación BBK, 1996.

Es interesante la propuesta que, desde el área de la educación social, hace sobre este problema Peter ALHEIT en «A provocative Proposal. From Labour Society to Learning Society», *Lifelong Learning in Europe* (Helsinki), 2, 1996, pp. 3-5. El autor destaca el nuevo rol de la formación permanente tanto para la actualización como para la formación en ocupaciones sociales sin retribuciones directas.

abriéndose paso hacia situaciones, recursos y posibilidades insospechadas.

El aumento del tiempo sin obligación laboral no ha supuesto la reivindicación de un uso cualificado de esta área de la vida. En la mayor parte de los casos sigue siendo un «tiempo blando» que, a diferencia de lo que ha ocurrido con el tiempo de trabajo, no ha profundizado lo suficiente en la eficacia ni en la calidad, tanto desde el punto de vista del aprovechamiento personal como del del social. En el mundo laboral puede resultar fácil concretar qué se entiende por eficacia, aprovechamiento, utilización o calidad. Pero en el ámbito del ocio «las nociones del buen o mal uso del tiempo aparecen más complejas»³⁵⁹. El aumento del tiempo de no trabajo nos coloca en una situación en la que resulta difícil definir la mayor parte de nuestra vida como mero «pasatiempo». La infravaloración de la experiencia de ocio no está ya justificada por el carácter evasivo y poco serio que se le atribuyó en el momento en el que el trabajo parecía dar razón de la mayor parte de nuestras acciones. El ocio es hoy, como sabemos, motivo de realización e identificación, pero también es un modo de ocuparnos, organizarnos y pasar el tiempo. Ello quiere decir que está llamado a llenar el gran vacío existencial ocasionado por la reducción o la ausencia del trabajo.

La crisis del trabajo

Cada vez hay más gente que define nuestra sociedad como la sociedad del ocio y cada vez es más unánime el lamento mundial ante la escasez del trabajo. El libro de Jeremy Rifkin *El fin del trabajo* no puede ser más explícito y demoledor, y de ahí que, tras argumentar suficientemente el declive del trabajo en su sentido tradicional, el autor entone un réquiem por la clase trabajadora. *El dilema del empleo y el futuro del trabajo*, tema del Congreso Internacional sobre el Empleo, organizado por el Grupo Vasco del Club de Roma y el Centro Unesco de Euskal Herria³⁶⁰, es preocupación

³⁵⁹ SIVADON, P., y FERNÁNDEZ-ZOÏLA, A., *Tiempo de trabajo, tiempo de vivir. Psicopatología de sus ritmos*, Barcelona, Herder, 1987, p. 224.

³⁶⁰ Bilbao, Palacio de Congresos, 9-12 de marzo de 1999.

diaria de analistas, pensadores, políticos y gobiernos. De entre las múltiples propuestas que se apuntan de uno y otro lado, parece que van emergiendo algunas constantes. Junto a la necesidad de un posible reparto del trabajo, cada vez se insiste más en la necesidad de un cambio de mentalidad, de una nueva actitud ante la vida. El resultado de dicho proceso traerá consigo un cambio en la percepción del trabajo y, como ya ocurrió en la transformación industrial, una diferente concepción del ocio.

Con la implantación de la sociedad industrial, la riqueza de las naciones se determinaba por su índice de producción de bienes y el trabajo perdió antiguas formas retributivas, tales como la recíproca comunitaria o el pago en especie, imponiéndose la norma de la remuneración monetaria, relacionada con los bienes y objetos de producción. Todo lo no productivo empezó a no considerarse trabajo o, en todo caso, actividades de carácter secundario, desarrollándose así un modo de entender las cosas que perdura hasta nuestros días.

La llegada de las nuevas tecnologías está cambiando los hechos en pocos años. Frente a las estadísticas del sector productivo, los datos que se manejan oficialmente indican que, en la mayor parte de los países desarrollados, el sector servicios mantiene ocupada a la mayor parte de la población activa, entre el 70% y el 80% según los casos. Esto indica que el enfoque ha cambiado. En una economía de servicios el valor de las cosas no guarda relación directa con sus costes de producción, sino con su rendimiento en el tiempo. En los productos de hoy importa tanto el diseño inicial del objeto como su elaboración, comercialización, uso y eliminación final. Ello quiere decir que, frente al trabajo aislado y concreto, se imponen la coordinación y la visión global de los procesos y ciclos. La producción aparece de este modo paralela al consumo y los productos unidos a pautas de comportamiento de sus futuros usufructuarios. Pero, más allá de la producción de riqueza, el trabajo también ha sido siempre un modo de realización e identificación personal. Somos aquello que hacemos, aquello que la sociedad considera ocupación identificatoria, aquello en lo que se supone colaboramos al bien común. Si tenemos trabajo somos, pero ¿y si no lo tenemos?, ¿y si la ocupación por la que se nos remunera monetariamente no significa nada o significa muy poco para nuestra realización personal? El desarrollo del mundo del ocio ha venido a contrarres-

tar las múltiples tendencias deshumanizadoras a las que nos ha conducido la sociedad industrial.

Rifkin ve como única solución a la crisis del trabajo que sufrimos el cambio cultural, sustituir el valor de la acumulación de lo material por el valor de la vivencia del ocio. Dicho desde una postura educativa, la vida no debiera cifrar su objetivo supremo en tener sino en ser. De este modo, nuestros actos podrían recuperar su condición de proyecto, de praxis, de vida que hemos de ir haciendo cada día, no de algo que se nos invita a consumir como producto acabado.

Independientemente de la crisis del trabajo en sí misma, cada vez la actividad laboral es menos representativa de nuestra acción global, del conjunto de nuestra existencia. El paulatino aumento de la esperanza de vida ha venido unido a un creciente retraso de la incorporación de los jóvenes a la vida laboral, junto a un aumento del tiempo en el que es posible disfrutar de la jubilación. El número de acciones relacionadas directamente con el mundo laboral, visto en su conjunto, decrece al tiempo que aumentan las actividades relacionadas con el ocio. Pensemos que para las sociedades tecnológicas el ejercicio del ocio ha pasado a ser un derecho, una forma inequívoca de autorrealización y un signo de calidad de vida. Éste es un nuevo aspecto que debe tenerse en cuenta considerado en la actual crisis del trabajo.

La relación ocio/trabajo en la era del conocimiento

El cambio en la percepción del ocio se ha reflejado históricamente en cambios paralelos en el concepto de trabajo, aunque no siempre en el mismo sentido. Este proceso no es sólo social sino también personal: lo que pensamos sobre el ocio y el trabajo cambia de una fase de la vida a otra y, mucho más, cambian los hábitos y las conductas. Hay autores que piensan que el atractivo del ocio moderno se debe a la despersionalización del trabajo. Cleeton³⁶¹, un teórico del trabajo de mitad de siglo, decía que «para que el trabajo

³⁶¹ CLEETON, G. V., *Making Work Human*, Yellow Springs, OH, Antioch Press, 1949, p. 10.

sea humano ha de tener diversión, juego y aventura». Estos consejos tardaron en entenderse, pero las nuevas tendencias de gestión de final de siglo vuelven a darle la razón.

La dialéctica sobre la interrelación ocio/trabajo es una disputa anterior a la primera mitad del siglo xx. La manera de abordarla y las posiciones defendidas fueron muy diversas, pero sintetizando la evolución y el proceso se puede decir que existen tres posturas que permiten dar una visión del conjunto: evitar el ocio, ganarlo y vivirlo. A ellas me he referido en la primera parte al hablar de las percepciones del ocio.

El signo más evidente de la transformación del mundo laboral ha sido su reformulación espacio-temporal. El ciclo de los nuevos productos se escapa de una ubicación espacial concreta. Diseño, producción, almacenaje o venta difícilmente coinciden en un mismo lugar. Lo habitual es que ocurra todo lo contrario, los productos que consumimos diariamente pueden venir de cualquier continente o país lejano; el espacio laboral está en continuo cambio. También lo está el tiempo laboral, un aspecto esencial de la era industrial que está siendo cuestionado por las nuevas tecnologías y el teletrabajo. La accesibilidad a los nuevos modos de comunicación permite celebrar una reunión de personas que se encuentran en distintos lugares de la tierra. Ésta y otras muchas formas del trabajo actual interrogan las relaciones laborales, la socialización y hasta la integración social o la realización personal, entendidas del modo que estamos acostumbrados.

En la nueva cultura en que nos hemos introducido se niega un principio esencial de la pasada era industrial. Ya no somos lo que producimos, como se decía antes; la nueva riqueza de los pueblos y las empresas es su «capital intelectual», es decir, la disponibilidad de personas formadas, capaces de transformar la información en conocimientos útiles. Las personas son el principal activo de una empresa porque ellas son las protagonistas y las responsables de su éxito o fracaso. La relación hombre-máquina, que llegó a despersonalizar el trabajo de las fábricas, ha dado paso a la valoración de la labor personal y grupal como núcleo de un nuevo hacer basado en la innovación. En este contexto se empiezan a valorar nuevas capacidades y nuevas actitudes (nivel de motivación, clima institucional, respeto a la diferencia, empatía...).

En el primer capítulo del libro de Daniel Goleman *La práctica de la inteligencia emocional* se le llama a este cambio «el nuevo criterio» y, aunque sea válido para plantear cualquier cuestión relacionada con la nueva cultura, en este caso se refiere a las normas que gobiernan el mundo laboral. El nuevo criterio del profesional actual pasa por valorar «el modo en el que nos relacionamos con nosotros mismos y los demás»³⁶², centrando la atención en otras cualidades personales: iniciativa, empatía, adaptabilidad o capacidad de persuasión. Goleman afirma que el factor más importante de la inteligencia colectiva, de un grupo o equipo de trabajo, no es tanto el promedio de los CI académicos de sus componentes individuales como su inteligencia emocional. En realidad, la verdadera clave del elevado CI de un grupo es su armonía social.

Sobre la «armonía social» se podría decir mucho, pero Robert Stenberg y Wendy Williams, a quienes se les atribuye el concepto de inteligencia grupal, estudiando la eficacia de los grupos en la Universidad de Yale³⁶³ descubrieron que, además de las personas no participativas, incidían negativamente en la labor grupal aquellas que carecen de la capacidad de reconocer lo que es apropiado o no en una relación social. Positivamente el factor más valorado fue la capacidad individual para crear un estado de armonía en el grupo, capaz de propiciar el máximo rendimiento de sus componentes. «En la medida en que los servicios basados en el conocimiento y el capital intelectual vayan convirtiéndose en un factor más decisivo en las organizaciones, la forma en que la gente colabore entre sí irá convirtiéndose también en una auténtica ventaja intelectual»³⁶⁴.

Goleman señala que los mejores trabajadores de una organización suelen ser aquellos que han establecido sólidas conexiones en las redes de comunicación, experiencia o confianza. También son capaces de lograr consenso, de ver las cosas desde el punto de vista de los demás. Promueven la cooperación, evitan conflictos y desarrollan otras habilidades como tomar iniciativas o asumir respon-

³⁶² GOLEMAN, D., *La práctica de la inteligencia emocional*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1999, p. 15.

³⁶³ STENBERG, R. y WILLIAMS, W., *Group Intelligence: Why Some Groups Are Better Than Others*, Intelligence, 1988.

³⁶⁴ GOLEMAN, D., *Inteligencia emocional*, Barcelona, Kairós, 1996, p. 261.

sabilidades derivadas de su trabajo, al tiempo que tienen una alta motivación y autocontrol para usar y organizar el tiempo y el trabajo. El profesional «estrella» de Goleman se caracteriza por dos premisas sencillas. Por un lado el consejo socrático «conócete a ti mismo», que lleva consigo el autoconocimiento de capacidades y limitaciones, así como la asunción de fracasos y críticas. Por otro lado, «conocer a los demás», relacionado con el conocimiento de los otros y la comunicación empática con ellos, a fin de poder satisfacer sus necesidades, aceptar sus diferencias e integrarse activamente en los grupos.

Una conclusión importante es que el éxito de un equipo laboral y su eficacia están relacionados con el hecho de que existan personas capaces de motivarse a sí mismas y de motivar a los otros organizándoles sus redes informales en equipos. Las redes informales hacen referencia a comunicabilidad y confianza entre las personas de un trabajo. En este contexto, estar bien, sentirse bien, es requisito necesario para trabajar a gusto y ser eficiente. Hablando en términos empresariales, se dice que produce mucho más una persona que tiene una actitud positiva y optimista que aquella otra que se limita a cumplir con su obligación. La nueva cultura del trabajo que ahora se recomienda es, o al menos así parece, una cultura más humana, dado que se considera que la persona es la clave para interpretar la información y transmitir un conocimiento en continua renovación.

También en la era del conocimiento el ocio está volviendo a romper sus barreras espacio-temporales, abriéndose a los nuevos horizontes que le ofrecen las nuevas tecnologías. El ocio se abre a diálogos desconocidos y a nuevos horizontes en el espacio digital: parques temáticos, museos virtuales, cine digital, videojuegos. Sofisticados juegos inmersivos introducen a los nuevos usuarios en mundos irreales en los que se elige la forma gráfica deseada, el tipo de héroe, la raza, el sexo y el aspecto físico. La vivencia del deseo cobra una nueva dimensión.

Sin que haya indicios de que vayamos a abandonar las múltiples prácticas de la era que termina, el ocio digital se presenta como el gran protagonista del siglo XXI. Para vislumbrar el nuevo ámbito puede servirnos de ejemplo el caso de los casinos virtuales, que ya han empezado a hacer la competencia a los casinos reales. Los casinos cibernéticos tienen capacidad para organizar su propio

juego, pero también transmiten carreras a distancia, dando la oportunidad de participar en cualquier juego existente en los casinos tradicionales o en las apuestas deportivas.

Espacialmente el ocio ha ido ampliando sus límites en todas direcciones. Dentro de los hogares, el lugar privilegiado es para el televisor, pero también se han abierto un hueco cadenas musicales, equipamientos deportivos, equipos informáticos, etc. En la comunidad se han desarrollado los centros culturales y deportivos, además de parques, zonas verdes, urbanizaciones vacacionales, junto al complejo mundo del turismo con sus múltiples variantes.

El ocio de la era del conocimiento se va a aprovechar de todos los inventos conseguidos hasta ahora, integrándose en nuevos modos de hacer que descubrirán a su vez nuevas posibilidades. Aun así, la transformación radical del ocio en la «era de los concedores» puede estar más en el fondo, en el modo de entenderlo. El ocio que se señala como ideal para el nuevo milenio es un ocio autotélico, libre, capaz de autorrealizar a las personas y dar sentido a sus vidas. Apenas tiene que ver con el ocio identificado con el descanso y el premio al trabajo realizado. El nuevo ocio coincide con el cambio experimentado en el ámbito laboral al ponderar una serie de valores nuevos: satisfacción personal, libre elección, realización individual y social, calidad de vida, etc.

Con distinto recorrido y partiendo de valoraciones bien diferenciadas, la transformación de las experiencias laborales y de ocio ha ido evolucionando hacia unos ámbitos similares en los que se hace necesaria una mayor integración. El trabajo cada vez produce más tiempo libre, mientras que el mundo del ocio ha pasado a ser una cantera de ocupación laboral en continuo aumento. Paradójicamente, los nuevos valores que la Era del Conocimiento considera esenciales para la empresa se relacionan con la inteligencia emocional, algo que siempre fue característico de la experiencia de ocio. La práctica de ocio aparece así como ámbito de entrenamiento y desarrollo de habilidades especialmente valoradas en el trabajo.

En la era que comienza, el trabajo y el ocio se acercan al redefinir sus funciones, negando la separación que les había impuesto la etapa industrial. Y, como no podía ser de otro modo, ambos conceptos se perciben necesarios, complementarios e igualmente importantes. Trabajo y ocio dejan ver que lo importante no son ellos,

sino la vida de las personas de quienes dependen. Esta confluencia se hace nítida en la defensa de una misma escala de valores. Armonía, equilibrio, empatía, optimismo, creatividad y capacidad de elección son valores del trabajador moderno que tradicionalmente se han considerado funciones del ocio. No del ocio entendido como entretenimiento, pasatiempos o diversión, sino del Ocio con mayúscula, es decir, la ocupación gustosa y querida, ejercida por la persona en plena libertad.

Valorar el conocimiento obliga a reconocer que es algo específico del ser humano, que proporciona a quien lo posee habilidades que no se transmiten sin más, como puede hacerse con la información, sino a partir de unos procesos que ocurren en el tiempo. Goleman señala que existe una diferencia esencial entre el funcionamiento cerebral en condiciones de «estrés positivo» (es decir, desafíos que nos movilizan y nos motivan) y «estrés negativo» (amenazas que nos desbordan, nos paralizan o nos desorientan). En este contexto el autor afirma que «cuanto menos conscientes seamos de lo que realmente nos apasiona, más perdidos nos hallaremos»³⁶⁵. No se puede ser conscientes de lo que nos apasiona sin ser conscientes de nuestro ocio. El ocio vive en el mundo de la emoción y tiene su base en la motivación intrínseca. De ahí que necesitemos profundizar en los nuevos modos de interpretar las cosas si queremos entrar coherentemente en la nueva era.

Los trabajos del ocio

Los trabajos del ocio no son todos nuevos, aunque sí renovados. De un modo global parece que habría que admitir como tales aquellas actividades físicas e intelectuales realizadas para producir bienes y servicios relacionados con el ejercicio del ocio. Desde un planteamiento industrial tradicional son los trabajos remunerados monetariamente; pero, desde el propio desenvolvimiento de la actividad, podríamos hablar también de actividades altruistas y de acciones autotélicas, es decir, realizadas por la satisfacción que produce llevarlas a cabo y no por el beneficio que reportan.

³⁶⁵ *Ibid.*, p. 90.

Una forma de captar globalmente la importancia de los trabajos del ocio en la sociedad actual puede ser agruparlos en función de las cinco dimensiones del ocio autotélico, que he tenido ocasión de desarrollar en la primera parte. Desde la dimensión *lúdica* encontramos tareas relacionadas con juguetería, deportes, bricolaje y *hobbies*. Junto a ellas podemos pensar en el trabajo que se desarrolla en los distintos clubes, parques de atracciones y temáticos, o el de los especialistas que ejercen su trabajo en las grandes industrias de la diversión, la televisión, el cine, los juegos electrónicos o el reciente campo de la realidad virtual. Desde la dimensión *creativa* nos asomamos a la cultura como ámbito laboral, a los empleos que se desarrollan en museos, teatros, asociaciones culturales, salas de conciertos y espectáculos, centros juveniles o de tercera edad, coros, orquestas y demás manifestaciones musicales; al mundo de la literatura, la poesía, la novela o las revistas especializadas. En la dimensión *ambiental-ecológica* aparecen los profesionales de los espacios de ocio: plazas de juego, parques, playas, lugares de vacaciones, zonas de paseo, recreo y espacios naturales protegidos. También se contempla aquí el creciente desarrollo de las actividades al aire libre, los nuevos deportes de riesgo, las organizaciones de montaña, el turismo ecológico o el desarrollo del agroturismo.

En la dimensión *festiva* destaca el apogeo de fiestas y celebraciones: bodas, comuniones, cumpleaños y otras múltiples, el resurgimiento de las fiestas tradicionales, los festivales y los grandes eventos. A menudo se olvida la labor que llevan a cabo peñas, comparsas, cofradías y agrupaciones festivas tradicionales. Su acción de ocio genera trabajo para personas y empresas. También es conocido el aumento de contratación laboral en los dos grandes momentos festivos del año, Navidad y vacaciones de verano. Para nuestro consuelo, ésta es una consecuencia positiva del consumismo, del que se benefician parados y estudiantes. Finalmente me referiré a toda la ocupación y servicios que está generando el ocio solidario, del que forman parte grupos y asociaciones de voluntarios que invierten su tiempo libre en la ayuda desinteresada a población desfavorecida, o en la difusión y el desarrollo de ideas altruistas y valiosas, sean de carácter religioso o simplemente cívicas. Este tipo de organizaciones son responsables del 9% del empleo nacional en EE.UU.

Gran parte de los trabajos del ocio se conocen desde hace tiempo, aunque no se haya tenido plena conciencia de su función o, sobre todo, del ámbito profesional al que pertenecen. Sin embargo, existen dos grandes grupos de trabajadores que se están desarrollando en los últimos años. Por un lado están los gestores y organizadores de centros, proyectos y empresas específicas de ocio, entendido el término bajo las denominaciones de cultura, deportes, turismo y recreación. Por otra parte estarían los educadores y pedagogos, personas que se ocupan de enseñar y transmitir los aprendizajes artísticos, deportivos, recreativos o específicos de ocio en sus diversas manifestaciones y siempre desde un prisma didáctico. Su referencia no es tanto la docencia, en el sentido del profesor clásico, sino más bien el rol de animador y guía. A estos dos grandes grupos, de escasa tradición en el pasado, se están uniendo otros profesionales dispersos, aunque con posibilidad de formar un tercer grupo. Son los asesores, orientadores y terapeutas del ocio. Se está accediendo a él desde la formación básica de sociólogo, Ciencias de la Información, Psicología o especialidades del área de la salud. En los dos primeros casos se parte de formaciones básicas múltiples, desde la economía a los más diversos currículos de humanidades.

Las prospectivas que se realizan sobre el trabajo en el siglo XXI coinciden en señalar la importancia del autoempleo, el crecimiento del teletrabajo y la necesidad de una alta cualificación unida a la necesidad de una formación continua. Todo ello en medio de un trabajo repartido y unas jornadas flexibles. También existe coincidencia en señalar que estas nuevas formas de trabajo generarán estilos de vida en los que el ejercicio del ocio será aún más importante de lo que es hoy. La dimensión social de la persona tendrá más posibilidades de desarrollarse en ámbitos de ocio, gracias a los vínculos afectivos que se generan compartiendo *hobbies* y aficiones.

Hablemos de números

Aunque todavía sea un sector disperso y conceptualmente poco consensuado, es evidente que, independientemente de la crisis del trabajo en sí misma, el ocio ha llegado a tener un potencial económico importante. No solamente crea nuevos puestos de trabajo,

sino que transforma la misma estructura del trabajo a largo plazo. La industria del ocio es una industria de vivencias, porque las vivencias de ocio son experiencias vitales en las que la gente busca cada vez más ámbitos de realización. En Alemania se considera que es un sector que reparte el 15% del PIB, pero estas cifras son relativas, en el sentido de que no se cuentan como ocio gran parte de las acciones y tareas que pudieran serlo. En el caso de España, sólo el turismo representa el 11% del PIB, siendo el responsable de setecientos mil empleos directos y quinientos mil indirectos³⁶⁶. En un trabajo elaborado el pasado año por el IESE y Burson-Masteller se concluía que el ocio-turismo es uno de los primeros sectores de futuro y el primero en cuanto a creación de empleo, a juicio de los directivos encuestados³⁶⁷. Muy cerca del tema turístico está el negocio de los parques de atracciones. Tras el éxito de Port Aventura, Valencia y Madrid han optado por invertir miles de millones en nuevos parques que, según estudios potenciales, crearán nueve mil puestos de trabajo en el caso de Terra Mítica y mil quinientos en San Martín de la Vega³⁶⁸.

Resulta difícil de calcular el número de empleos que han creado los gimnasios, otro de los negocios crecientes dentro del sector de las actividades deportivas; aunque se sabe que en España existen cerca de seis mil recintos deportivos que facturan alrededor de ciento veinte mil millones de pesetas. Se estima que el personal mínimo de estos centros suele ser de ocho personas, por lo que, de momento, estamos hablando de una cifra cercana a cincuenta mil, que seguramente será muy superior en la realidad³⁶⁹. Los gimnasios son sólo una parte de la economía desarrollada en los últimos años en torno a la actividad deportiva. También están las competiciones deportivas, los espectáculos, los equipamientos estructurales y los complementos relacionados con la práctica deportiva: calzados, vestidos, gafas, bolsas, etc.

¿Qué decir del trabajo generado en torno al ocio de niños y jóvenes? A la importancia de las industrias jugueteras hay que añadir

³⁶⁶ *El Correo*, 28.I.1999, p. 41.

³⁶⁷ *ABC*, 4.I.98, p. 44.

³⁶⁸ *El Mundo*, 11.I.98, Economía, p. 41.

³⁶⁹ *ABC*, *Nuevo trabajo*, 4.X.1998, pp. 16-18.

hoy otras más recientes con una fuerza indudable. Me refiero al desarrollo de las actividades extraescolares, muchas veces planteadas como aprendizaje y servicios complementarios relacionados con la música, el arte, los deportes, los idiomas o las nuevas tecnologías. Pero también hay que tener en cuenta la proliferación de otras ofertas, como organización de fiestas, ludotecas, granjas-escuela o similares, junto al desarrollo de los campamentos de verano. Todos estos servicios han generado una demanda de trabajo que se va definiendo poco a poco en nuevas titulaciones como Educación o Trabajo Social; aunque, por el momento, carecemos de datos que nos permitan conocer el impacto global³⁷⁰. La preocupación actual de muchas familias españolas se centra, también, en los jóvenes. La industria del disco y de los recintos festivos de los fines de semana es, sin duda, un campo económico floreciente. Pero las familias demandan nuevas propuestas que permitan a los jóvenes llevar a cabo un ocio más sano. Éste es un ámbito en el que queda casi todo por desarrollar.

Es frecuente leer en los diarios que el ocio y la atención social son dos áreas claves en la creación de nuevos empleos³⁷¹, pero el problema surge de la falta de unanimidad ante los conceptos y la imprecisión de las palabras. Gran parte de los empleos del ocio corresponden al campo cultural, a la cultura vivida como ocio. En este sentido hay que recordar el incremento de la venta de novelas, guías turísticas y otras publicaciones relacionadas con el ocio, así como el desarrollo de nuevos hábitos culturales tales como la visita a monumentos, exposiciones y museos, junto al renacimiento de la industria del cine. En un estudio sobre el empleo realizado en Francia³⁷²

³⁷⁰ Un estudio reciente llevado a cabo en la Comunidad Autónoma Vasca, Navarra, Rioja y Cantabria indica que 7 de cada 10 hogares con hijos de 3 a 16 años invierten y participan en actividades extraescolares. El gasto medio es de 7.145 pts. por familia, pero las diferencias según territorio son considerables. En Álava el gasto medio por familia es de 44.600 pts al año, mientras que los hogares de Navarra y Cantabria rozan las 80.000 pts. Véase revista *Eroski*, 210, octubre 1996, pp. 3-9.

³⁷¹ *El País*, 30.VII.95, Suplemento Negocios.

³⁷² SIMONIN, B., BLUM, O., GOMEL, B. y SCHMIDT, N., *Les usages du contrat emploi-solidarité dans le domaine culturel*, París, Ministère de la Culture, Direction de l'Administration Générale, Département des Études et de la Prospective (Observatoire de l'Emploi Culturel), 1996.

se señala que estos nuevos modos de actividad cultural han generado en ese país alrededor de medio millón de puestos de trabajo. Hay que precisar que el estudio considera industrias culturales aquellas que se ocupan de la edición de música, libros o periódicos-revistas, de las actividades cinematográficas, radio, televisión y prensa, así como de las actividades artísticas y de conservación del patrimonio.

El documento sobre la Cultura e Industrias Culturales de la Comisión Europea señala que el empleo en el sector de la cultura y la artesanía ocupa en Europa al 2% de la población activa, tres millones de empleos que equivalen a la cifra del sector agrícola. El crecimiento del empleo cultural en todos los países de Europa ha sido importante a lo largo de la década del 80: en España creció el 24%, en Francia el 37%, en Inglaterra el 34%, etc. Sólo el patrimonio europeo (200.000 lugares y monumentos protegidos, junto a 2'5 millones de edificios de interés histórico) ha posibilitado la creación de 313.000 empleos. El empleo cultural se relaciona también con el turismo, puesto que el 30% del consumo turístico depende del patrimonio. Cada año tienen lugar en Europa ochenta mil conciertos de música clásica y trescientos mil de música pop, que ocupan a más de doscientos mil profesionales. Los festivales europeos, unos seis mil, dan empleo a trescientas cincuenta mil personas. Una característica a señalar es la excesiva estacionalidad e intermitencia del empleo cultural, puesto que en muchos casos se basa en proyectos concretos.

Sin embargo, a pesar del crecimiento evidente del consumo cultural, no existe una preocupación institucional por cuantificar aspectos concretos relacionados con la demanda; aunque parece evidente que el crecimiento del nivel educativo hará crecer los hábitos de consumo cultural. Las áreas de crecimiento del empleo cultural que señala la Comisión Europea en sus líneas de acción estratégica son éstas:

- Desarrollo del empresario cultural, estimulando iniciativas privadas.
- Mejora de la formación.
- Adaptabilidad y métodos organizativos de organizaciones culturales.
- Estrategias de igualdad de oportunidades en el sector cultural.

Uno de los problemas de los florecientes trabajos del ocio es su difícil clasificación, motivada por sus concepciones múltiples, algo que denunciaba hace veinticinco años Nels Anderson en *Sociología del ocio y del trabajo*³⁷³. Sin embargo, hay que considerar que los trabajos del ocio sólo se justifican en la medida que proporcionan ocio a las personas a las que se dirigen. Desde ese punto de vista, la transformación que están viviendo Bilbao u otras ciudades en los últimos años se puede decir que es una opción pensando en el ocio de los ciudadanos. Me pareció muy acertado cuando, hace unos años, un periódico local que publicaba una entrevista realizada al entonces diputado general de Bizkaia, José Alberto Pradera, tomaba como titular una de sus frases, llamando la atención del lector con el encabezamiento siguiente: «Hay que cambiar la cultura del hierro por la cultura del ocio»³⁷⁴. Más allá de una declaración de intenciones, la frase era una manera de concretar en pocas palabras la transformación que estamos viviendo estos años. Las personas que visitan el Guggenheim o cualquier otro museo han optado por ese modo de vivir su ocio; de manera que, en este caso, cultura, turismo, patrimonio, arte y recreación se aúnan en una vivencia que, como otras experiencias de ocio, tiene la característica de ser algo que elegimos hacer libremente.

Ocio y formación

El mundo del ocio traslada al ámbito laboral una dialéctica anterior al desarrollo de la industrialización porque, junto a la remuneración monetaria, se juega con otros valores significativos para el ciudadano actual: la autorrealización y el desarrollo de una ocupación con sentido. Contrariamente a lo que se ha podido pensar en algunos ambientes, el mundo del ocio requiere de profesionales en todos los campos. No se puede responder a las demandas de hoy sólo desde el voluntarismo y la mera espontaneidad. De ahí que se haya generado una necesidad de preparación de estos nuevos profesionales de la que todavía no se tiene suficiente consciencia. El

³⁷³ ANDERSON, N., *Sociología del Ocio y del trabajo*, Madrid, Edersa, 1975.

³⁷⁴ *Deia*, 17.I.1993, Política, pp. 3-5.

problema es que la sociedad no acaba de mirar seriamente hacia el ocio, del mismo modo que en la época industrial le costó prestar una atención humanizada al mundo del trabajo. El ejercicio del ocio es, ante todo, un acto específicamente humano, de modo que no se trata de producir objetos estandarizados, sino de ofertar servicios y productos personalizados. La formación de los nuevos profesionales del ocio pasa por una integración de temas técnicos y humanistas, por un conocimiento de los medios y una reflexión sobre los fines, por un conocimiento de las comunidades a las que se va a servir y un dominio de los recursos y posibilidades a las que se podrá acceder. La formación laboral en temas de ocio no puede estar ajena a hábitos de vida, ni modos de pensamiento. No se puede olvidar que en el ocio buscamos encontrar una vida más humana y feliz, en la que cada uno nos reconozcamos.

La formación en temas de ocio se relaciona con dos campos muy diversos. Por un lado está la preparación y formación de las personas para vivir su ocio, y por otro, muy diferente, la preparación de los profesionales. Se puede decir que, en cierto modo, toda situación educativa favorece el desarrollo de habilidades de ocio en la medida que se incide en la capacidad de elección, el desarrollo de la voluntad o, entre otras muchas facetas, en el desarrollo de la sensibilidad. La Educación del Ocio ha de estar presente siempre que se pretenda poner en práctica una educación integral. Sin embargo, aunque el aumento del tiempo libre y el desempleo de la sociedad actual debieran haber conducido a un replanteamiento del significado de la Educación del Ocio, parece que está ocurriendo todo lo contrario. Se está impulsando un movimiento instructivo cuya única meta es una mayor preparación profesional, un adiestramiento para competir y alcanzar las escasas ofertas del mercado laboral.

Dentro del mundo de los profesionales habría que distinguir entre la llamada preparación específica y la formación complementaria. En la preparación específica incluyo aquellas carreras y titulaciones marcadas directamente por los ámbitos del ocio, como pudiera ocurrir con las artes, la gestión cultural, el turismo, los medios de comunicación, el deporte, etc. Si analizamos la formación de estos profesionales encontraremos que, desgraciadamente, muchos o casi todos sus planes de estudio apenas tienen disciplinas relacionadas con el ocio que permitan encuadrar adecuadamente su

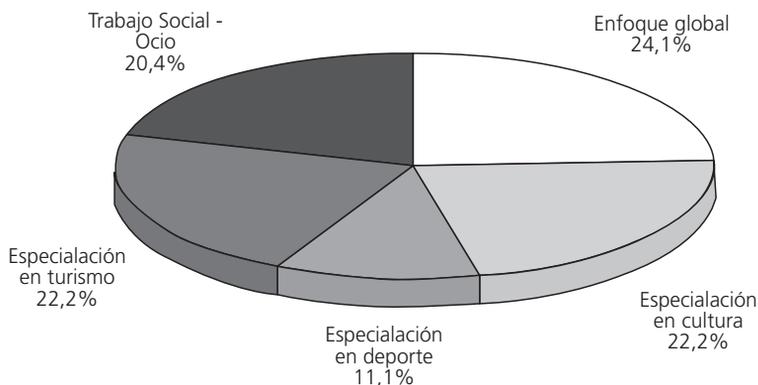
trabajo futuro. Con relación a la formación complementaria, se supone que muchos de los estudios debieran incluir una o varias asignaturas relacionadas con los temas de ocio; tal es el caso de los arquitectos, sociólogos, psicólogos, educadores, etc.

La denominación genérica de Estudios de Ocio se aplica actualmente a una serie de programas universitarios, docentes y de investigación que tienen el denominador común de preparar especialistas en los diversos campos en los que la persona desarrolla su ocio, entendido como actividad libre, gratificante y desinteresada. Su planteamiento es interdisciplinar y su creación reciente. En general se puede decir que su misión es difundir los nuevos conocimientos científicos y técnicos que están desarrollándose en torno al ocio y su empleo. Temas tan actuales como el disfrute de la cultura, la gestión cultural, el fenómeno turístico, la educación del ocio, el deporte no competitivo, los medios de masas, las vacaciones o el desarrollo personal, son algunos de los contenidos específicos de los nuevos Estudios de Ocio. Los currículos de ocio han arraigado en los países más desarrollados dentro de marcos y estructuras diferentes. Por un lado tienden a estudiar el fenómeno global, a nivel mundial; por otro cuestionan las realidades concretas en las que cada comunidad se desenvuelve.

Podemos considerar que los Estudios de Ocio han tenido distinta procedencia según el lugar hacia donde miramos. En Estados Unidos tienen una larga tradición relacionados con la naturaleza, los parques y espacios naturales. También con la pedagogía recreativa y terapéutica. Allí se ha desarrollado una importante línea de estudio que relaciona el ocio con la psicología, la terapia y la rehabilitación. En el caso de Europa existe una tradición filosófica que une el ocio al ejercicio de la libertad y, consiguientemente, al desarrollo de la persona. Gran parte de los estudios europeos surgen a la sombra de la sociología y otras ciencias afines, tales como la política o la economía. W. Nahrstedt, en su estudio sobre los currículos de ocio y tiempo libre en el mundo, señala que, aunque los primeros programas académicos se desarrollan en Norteamérica a principios del siglo XX, la verdadera evolución de los planes formativos hay que buscarla a partir de los años sesenta. Ésta es la época en la que las universidades europeas crean sus primeros departamentos centrados en estas temáticas.

En 1975 existían en Estados Unidos 345 currículos de ocio diferentes, cinco años más tarde la cifra era parecida en Europa. En 1990, el número de currículos formativos en ambos sitios era cercano a los 500. Nahrstedt³⁷⁵ señala que se podrían unir en cinco grupos diferentes: en primer lugar estaría un enfoque global, por el que han optado algunas universidades, como ocurre en la Universidad de Tilburg (Holanda), donde existe una licenciatura a la que se tiene acceso después de un primer curso en Economía, Psicología o Ciencias Sociales. Se trata de una preparación global en ocio que, en muchos casos, culmina con una investigación y unas prácticas de especialización. Tres grandes grupos se corresponden con los ámbitos de mayor expansión global en relación con el ocio: cultura, deportes y turismo. Finalmente un quinto grupo hace referencia al ámbito de los servicios sociales en su relación con el ocio. El gráfico que sigue señala directamente los porcentajes :

**Currículos académicos de ocio.
Distribución de los diferentes enfoques/opciones (%)**



Fuente: Fromme/Kahten 1990 en D'Amours (ed.) 1991: International Directory of Academic Institutions in Leisure, Recreation and Related Fields. Copublicado por WLRA, 2.ª ed. Quebec (1.ª ed. 1986), p. 175.

³⁷⁵ NAHRSTEDT, W., «Training personnel for freetime education, concepts and directions», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995, pp. 94-122.

El movimiento universitario de los Estudios de Ocio tiene un carácter interdisciplinar. Eso explica que se estén impartiendo en universidades y departamentos tradicionalmente poco afines: Educación, Economía, Ciencias Sociales, Deportes, etc. La característica común en los distintos casos es la apertura a una formación diversa, unida al interés por la investigación en temas de ocio y por la mejora de la práctica. Las disciplinas que se estudian habitualmente son Teoría del Ocio, Historia, Geografía, Políticas de Ocio, Sociología del Ocio, Psicología del Ocio y Estilos de Vida. Dependiendo de las especialidades, existen múltiples asignaturas relacionadas con Educación, Márketing, Recreación, Gestión, etc. Debido a su impacto internacional, los Estudios de Ocio se han abierto a programas transnacionales que, en muchos casos, han tenido el apoyo de la Comunidad Europea o de otros organismos y asociaciones internacionales. W. Nahrstedt llega a concluir en su estudio algunos de los aspectos que siguen:

- Hasta la década de los setenta no puede hablarse de un aumento del número de currículos de ocio en casi todos los países europeos examinados. Esto es una prueba de que los países altamente industrializados necesitan profesionales del ocio conforme aumenta el número de profesionales en el sector de servicios.
- Globalmente, el ocio ha pasado a ser considerado un derecho que forma parte de un nuevo mercado de bienes y servicios en el que desempeña un nuevo papel económico y social.
- Los programas de ocio tienen una duración de entre dos y cuatro años, en las escuelas profesionales y técnicas, y de cuatro a ocho años en los currículos científicos de las universidades³⁷⁶.
- En los currículos de ocio de larga duración es importante la orientación investigadora. La investigación internacional es necesaria para garantizar una educación superior de calidad.

³⁷⁶ La Universidad de Deusto, pionera en España en estos temas, ofrece la posibilidad de especialización a través de diferentes másters y cursos de postgrado, además de un programa de doctorado. Los alumnos de las diferentes facultades tienen la oportunidad de poder realizar asignaturas relacionadas con el ocio y complementarias a su formación.

—El enfoque centroeuropeo, estrechamente relacionado con la Pedagogía del Ocio, podría complementarse con temas como liderazgo, gestión o márketing.

W. Nahrstedt propone la necesidad de un modelo curricular integrado. Podría servir de canalizador de novedades, ayudando a transformar gradualmente los actuales currículos de ocio y colaborando a una mayor especialización futura. El modelo estadounidense, basado en currículos de diversos niveles y programas, con una parte central y diferentes opciones, puede servir de referencia. Su aplicación, con los actuales ciclos universitarios, resulta fácil. En cuanto a las opciones (diseño de programas, gestión de servicios, gestión de recursos y recreación terapéutica) el modelo debiera seguir desarrollándose a través de contenidos de ocio tales como cultura, deportes, medio ambiente, turismo, etc., sin que se pierda de vista el ámbito de referencia global de ocio y relacionando estos campos con diferentes estilos de vida y distintos grupos de población.

La formación necesaria en la nueva cultura del ocio es una formación en valores, en el sentido de las acciones, en la libre inversión de nuestro tiempo; lo que es tanto como decir en qué queremos emplear nuestra propia vida. El ocio humanista ha sido, desde siempre, un ocio formativo, es decir, un espacio en el que las personas han tomado las riendas de su propio ser y han salido de sí mismas encontrando espacios de diálogo común tales como el desarrollo del pensamiento, la cultura, las artes, los deportes, las vivencias altruistas o, incluso, las vivencias religiosas.

Intrínsecamente el ocio excluye al trabajo en cuanto elemento productivo, pero no se opone a él, ni excluye el esfuerzo. Trabajo y ocio, en cualquiera de sus dimensiones, conviven en un sentido unitario, en una misma vida. El descanso y la diversión, una vez realizada su función de recuperación del cansancio y la fatiga, conducen a la monotonía, al aburrimiento y al tedio. La tendencia a unificar las dimensiones del ocio en la diversión es un empobrecimiento del concepto. La alternativa trabajo/descanso, o, si se quiere, el ocio considerado sólo como descanso, resulta ser un planteamiento demasiado simplista. El ocio, en cuanto dimensión humana, requiere un conocimiento y una aproximación más profunda, una

comprensión que avance más allá de las etiquetas del entretenimiento, las vacaciones, el consumo y el simple goce de la vida. El ocio se convierte en desarrollo humano cuando se tiene clara la idea del sentido y lo valioso, eso es lo que justificaría la aparición de lo festivo (históricamente unido al culto), lo creativo (relacionado con un modelo de perfección) y lo solidario (que trata de hacer realidad una sociedad más justa). Todo esto indica que la crisis del trabajo nos está abriendo también horizontes que no conviene despreciar.

Reflexiones finales

El pensamiento del Siglo de las Luces impuso la revalorización de la actividad, la exaltación del trabajo y el menosprecio de la ociosidad. Terminado el siglo XVIII, la desaparición progresiva de los ociosos estaba anunciada. Sin embargo, una cosa era lo que ocurría con las clases trabajadoras y otra lo que ocurría con las clases privilegiadas. Algunos miembros de la aristocracia decidieron elegir un oficio o, al menos, una carrera. Pero era habitual que estas carreras y profesiones liberales no se ejercieran directamente, confiando sus tareas a otros. Para ellos, la disponibilidad de tiempo se consideraba indispensable para la construcción armoniosa de la persona; así se produce la paradoja de la existencia de una ociosidad satisfactoria, en medio de una sociedad que exalta la actividad. La disponibilidad temporal es condición de creación, relación y juego. De hecho, la actividad asociada a ciertas profesiones no puede denominarse trabajo. Los altos funcionarios públicos y muchas profesiones liberales tienen una disponibilidad de tiempo comparables a una vida de ocio.

El ocio moderno, consecuencia de la era industrial, ha sido una realidad en continuo desarrollo. No sólo ha aumentando en cantidad y nuevos usos, sino en posibilidad de acceso. Al final del siglo XX, los países desarrollados pueden hablar de la existencia de un ocio democrático y generalizado. Su nacimiento y evolución, a lo largo de más de un siglo, ha supuesto el descubrimiento de nuevos modos de vida que han hecho posible la situación que conocemos. En

este proceso surgió el concepto de tiempo libre, del que emergieron otros ahora populares: fines de semana, vacaciones, jubilaciones y puentes laborales. Espacialmente se descubrieron las playas, los parques de atracciones, los campos de juego, las viviendas de vacaciones y los lugares soñados a los que se podía viajar. Son tiempos y espacios que se han impuesto como ámbitos de vida privada, oponiéndose al tiempo social y al espacio laboral.

El ocio que se ha vivido en el último siglo es consecuencia del cambio que se realizó en el siglo anterior, del mismo modo que el ocio moderno será la base de las vivencias en la nueva era que nos llega. En estas últimas páginas trataré de presentar estas ideas, esbozando la conexión entre pasado, presente y futuro, y planteando algunos de los retos que debemos resolver. En primer lugar me refiero a la situación de la experiencia de ocio en una nueva cultura, pasando luego al análisis de algunas pautas de integración y compromiso social.

La experiencia de ocio en una nueva cultura

Intelectuales de distintos lugares y áreas coinciden en señalar que hemos entrado en la era del conocimiento. Una era distinta que, como todo cambio cultural drástico del pasado, nos obligará a ver las cosas de otro modo. Usando el término acuñado por Ronald Inglehart, se puede decir que se trata de una «revolución silenciosa» que fija su meta en la vida y la autorrealización personal y social. Esta «revolución», que se está produciendo fundamentalmente en los países que han asegurado la satisfacción de sus necesidades de sustento y seguridad, nos está llevando a ver la vida de otro modo.

La idea de un cambio radical en nuestra cultura arranca de fechas cercanas y se hace realidad cada vez más presente. El nuevo rol social de la mujer, la reducción de las jornadas laborales, los nuevos modos de asumir los trabajos por parte de las parejas jóvenes, las prejubilaciones y el aumento de las perspectivas de vida, entre otros, son muestra de nuevos modos de vivir de los que no siempre somos conscientes. El Informe Mundial sobre la Cultura de la UNESCO señala que, en la actualidad, los medios audiovisua-

les, y más concretamente la televisión, son el canal preferente de transmisión e interpretación cultural en este momento. En España, por ejemplo, un 80% de los ciudadanos vemos televisión cada día, mientras el 50% no ha leído un libro en el último año. Son datos de un modo de vida que pronto pertenecerá al pasado.

El año 1998 se conocerá, entre otras razones, por ser la fecha en la que la Red inicia su crecimiento exponencial. Al final de ese año se estimaba en 700 millones el número de páginas *web*. Desde entonces su tamaño se duplica, triplica o cuadruplica anualmente. Las nuevas tecnologías nos han introducido en un cambio cultural sin precedentes en el que todos somos interdependientes. La galaxia Gutenberg emerge otra vez en medio de nuevos códigos y lenguajes, gracias a Internet. El Departamento de Educación de Estados Unidos considera que, para el año 2002, el 15% de sus universitarios seguirán los estudios a distancia. También se habla de una nueva revolución de la demótica, asociada a Internet, donde en el año 2005 podrán estar conectados 5.000 millones de dispositivos.

El advenimiento de la sociedad del conocimiento exige saber más y, sobre todo, actualizar lo que sabemos, aunque sólo sea como medio para sentirnos vivos en el presente. En la construcción de esta nueva sociedad tendrán una importancia excepcional las acciones formativas centradas en la cultura general, el desarrollo de aptitudes para el empleo y la autoformación. Se trata de un nuevo modo de entender el conocimiento, que recuerda bastante al tradicional concepto de sabiduría. La sabiduría es algo común a todas las culturas y civilizaciones, una constante en la historia de la humanidad; pero en la época moderna ha perdido el sentido que tuvo en sus formas tradicionales, habiendo sido sustituida por la tecnocracia. Panikkar afirma que «la imagen de la sabiduría moderna es la de una dama rica, bella y culta, que reparte obsequios, que nos acoge cómoda y hospitalariamente, que distribuye información y nos enriquece. El precio que hemos de pagar por estos privilegios es la complicación de nuestra existencia»³⁷⁷.

Etimológicamente la palabra *sabiduría*, en griego *sophia* y en latín *sapientia*, indica experiencia, habilidad y gusto; de ahí que

³⁷⁷ PANIKKAR, R., *Invitación a la sabiduría*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1998, p. 24.

una primera aproximación nos lleve a afirmar que la sabiduría hace referencia a una cierta experiencia integral que afecta a todas las facetas de nuestra vida. Este punto de vista se enfrenta a los planteamientos de las ciencias modernas, que avanzan en profundidad pero a través de saberes fragmentados que difícilmente nos permiten tener una visión global de la realidad. Panikkar afirma que este tipo de conocimiento no es sabiduría, comparando la situación con la del niño que, destrozando su juguete y descomponiendo sus piezas, se aleja cada vez más de la posibilidad de jugar con él. «Ya no somos capaces de jugar, porque estamos demasiado ocupados en el análisis de las diversas partes en que hemos descompuesto la realidad»³⁷⁸.

Hemos de pensar que la actividad lúdica, una parte importante de la vivencia del ocio, ha cambiado desde hace tiempo y para todos. Niños y mayores seguiremos jugando, pero de otro modo. Muchos juguetes tradicionales son ya piezas de museo; pero jugar sigue siendo una salida de la realidad, la realización de lo imposible, la vivencia de lo soñado. La última década de este siglo ha dado un paso gigante para hacer realidad lo que sólo nos había sido posible imaginativamente, a través del juego. Junto al desarrollo de los grandes centros de la fantasía, crece también el mundo de la realidad virtual. La expansión de los videojuegos, llevada a cabo desde 1993, marca una nueva pauta en los futuros hábitos de diversión. A partir de ellos se puede hablar del desarrollo de un ocio futuro de inminente incidencia en nuestras vidas, desde un punto de vista tanto conductual como económico y global; su repercusión es difícilmente previsible.

En la era del conocimiento el ocio ha vuelto a romper las barreras espaciotemporales que lo limitaban, abriéndose a los horizontes que le ofrecen las nuevas tecnologías. Se habla del ocio digital: de los parques temáticos a los nuevos museos virtuales, del cine digital a los videojuegos. Sofisticados juegos inmersivos, propiciados por los sistemas Virtuality, han empezado a comercializarse a partir de 1990. Videocascos y mandos, unidos a complicados aparatos electrónicos, introducen a sus usuarios en mundos irreales en los que se experimentan excitantes vivencias de inmersión. Grupos de jugado-

³⁷⁸ Idem, p. 29.

res se sumergen en juegos de rol, eligiendo la forma gráfica que desean, desde el tipo de héroe a la raza, el sexo y el aspecto físico. La vivencia del deseo, de la irrealidad, cobra una nueva dimensión.

Potentes empresas comercializan los llamados «juegos de plataforma», caracterizados por ofrecer la vivencia virtual a partir de cápsulas cerradas, montadas sobre plataformas hidráulicas controladas por ordenador, desde donde se accede a realidades proyectadas en el entorno. La Virtual World Entertainment ha abierto múltiples centros del nuevo ocio en diferentes países. Paramount Pictures y Spectrum Holobyte tiene previsto abrir muchos centros más. Evans and Sutherland e Iwerks Entertainment han empezado a comercializar, desde 1994, simuladores de viajes marinos. En los próximos años se romperán las barreras que separan unos sistemas de otros y será más sencilla su comercialización. Se prevé que el mayor crecimiento y expansión de la realidad virtual, a corto plazo, se llevará a cabo en el campo del ocio. Así se puede entender la competitividad desatada entre las grandes compañías como Sega, Hitachi, Atari, Panasonic y otras muchas. Sólo en el periodo de 1985 a 1987, las industrias del ocio en EE.UU. pasaron de un rendimiento de 58 miles de millones de dólares a 300 mil millones.

El ocio digital se presenta como el gran protagonista del espectáculo en la sociedad del siglo XXI. Los casinos virtuales empiezan a hacer la competencia a sus «hermanos mayores», «la Red se ha convertido en un inmenso casino en el que 14,5 millones de jugadores apuestan su dinero al caballo ganador, al *quarterback* más certero, al dado afortunado y a la carta mágica»³⁷⁹. En la Red se pueden encontrar 700 casinos y lugares de apuestas de deportes que operan en 47 naciones en las que el juego electrónico está permitido. En la actualidad se estima que es un negocio de 1.500 millones de dólares, pero se cree que para el 2005 llegará a diez mil millones. Una cantidad todavía pequeña si se compara con los más de ocho billones de pesetas que mueven los casinos y apuestas en Estados Unidos.

Los casinos cibernéticos transmiten carreras de caballos a distancia, pero también la oportunidad de participar en cualquier juego existente en los casinos tradicionales o en las apuestas propias

³⁷⁹ CUNA, F., *El Mundo*, 13.X.1999, p. 74.

de la liga de fútbol. La polémica está servida nuevamente, porque ¿qué procedimientos pueden ayudar a los ludópatas? ¿Qué pasará si los niños juegan con las tarjetas de sus familiares?

En la prensa se anuncian cursos telemáticos que animan a «asistir a clase sin moverse de casa». Es el nuevo mundo de la informática introducido en el hogar. La docencia basada en redes informáticas y correos electrónicos forma parte de los nuevos métodos de gran número de centros educativos punteros. Su incidencia tampoco se hará esperar en el mundo del ocio. Las modernas autopistas de la comunicación permitirán encontrar amigos e intercambiar aficiones en cualquier parte del mundo. En EE.UU. es famosa, entre otras, la llamada red Barter, caracterizada por el intercambio de mercancías. Gracias a ella, una persona que disfrute con la jardinería puede practicar su *hobby* en el jardín de un vecino, mientras el vecino, a su vez, le arregla el televisor.

Los modernos medios electrónicos nos están obligando a redefinir un nuevo concepto de espacio y tiempo, que es tanto como decir un nuevo modo de entender el mundo. Hoy, más que nunca, podemos hablar de mundialización. La tierra, unificada culturalmente, está sometida a procesos de homogeneización en las nuevas prácticas de ocio. Pero homogeneización no será lo mismo que masificación y uniformismo. Los nuevos servicios de ocio buscan, cada vez más, un mercado segmentado, dirigido hacia estilos de vida y necesidades nacientes. Unas veces son grupos de población, otras grupos de edad o, en ocasiones, grupos formados por afinidades varias. Los sistemas de demarcación cultural van a ser cada vez más precarios. De modo que, frente a la homogeneización propuesta por grandes empresas, multinacionales y grupos de presión económica, existirá una reivindicación constante de la diferencia personal y de la identidad grupal y comunitaria.

La sabiduría no lleva a simplificar artificialmente la vida, reduciéndola a análisis, clasificaciones o leyes, sino a ser conscientes de que estamos en el centro de la realidad y somos capaces de acercarnos a ella como experiencia integral, teórica y práctica. Porque la necesidad de conocer no es independiente de la existencia. La sabiduría no es, por tanto, un valor exclusivamente intelectual, sino que tiene su fundamento en la experiencia, la comprensión y la actuación en los distintos campos.

Un tercio de los trabajadores de Estados Unidos son «trabajadores del conocimiento», su productividad está orientada al aumento del valor de la información, pero depende de la coordinación de los esfuerzos de un equipo. Esto hace que, al ser el equipo la unidad de trabajo de la sociedad presente y futura, las habilidades que fomentan la armonía entre las personas sean de gran importancia para el mundo laboral. En este contexto surgen como valores emergentes conceptos tales como bienestar y calidad de vida. Pero lo cierto es que bienestar y felicidad son términos difíciles de explicar. Es más fácil razonar el malestar, en función de causas físicas, psíquicas o incluso hereditarias. El bienestar guarda relación con la personalidad de cada cual, con las actitudes, la capacidad de comunicar sentimientos... en definitiva, con el optimismo y la extraversión, que a su vez se relacionan con las emociones positivas y la estabilidad emocional.

La naciente realidad que nos rodea ha aumentado nuestras posibilidades de elección exponencialmente, de manera que la calidad no se consigue con tener más o gastar más, sino optando por aquello que nos haga sentirnos mejor con nosotros mismos y nuestro entorno. En la era del conocimiento debemos aprender a vivir en un nuevo contexto que, aunque ya sea realidad diaria, no tiene precedentes en la historia de la humanidad. En este nuevo contexto deberemos redefinir trabajo y ocio, espacio y tiempo; en él la sociedad deberá integrar los nacientes hábitos de ocio en un todo con sentido.

Un nuevo modo de entender el tiempo

Diferentes estudios sobre empleo del tiempo hacen ver que gran parte de la población tiene tensiones serias en su relación temporal: es lo que se denomina genéricamente estrés temporal. El estrés temporal no es sólo cuestión del trabajo, también afecta al ocio. Y es que el ocio ofrece tantas posibilidades que el deseo de vivir se nos acrecienta induciéndonos a una dinámica diaria que actúa contra nosotros mismos y nuestro propio bienestar. Theodore Zeldin³⁸⁰

³⁸⁰ ZELDIN, T., *Historia íntima de la humanidad*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1998, p. 372.

compara esta situación con el dilema de la pulga de agua, que si está en una temperatura de 8 grados centígrados puede vivir 108 días, mientras que si calentamos el agua a 28 grados, su duración no será más de 26 días. En ambos casos los latidos del corazón llegan a quince millones. Zeldin piensa que el «pulso rápido» que nos impone la vida actual nos impide sentir lo mucho que hacemos cada día, provocando en nosotros la sensación de que la vida avanza demasiado deprisa. En el ámbito laboral cada vez es menor la sensación de relajación frente al tiempo, y esto influye de manera decisiva en el modo de vivir el ocio.

Ante esta situación caben dos reacciones o posturas contradictorias, pasividad y rebeldía. La pasividad ante el ocio no creo que necesite demostración, los índices de televisión son un elemento a tener en cuenta. También forman parte de esta misma vivencia las interminables migraciones humanas a las playas del Mediterráneo. El grupo de los rebeldes está formado, sobre todo, por gente joven. Puede ser una causa que explique el éxito del turismo y los deportes de aventura y riesgo en sus múltiples variables. Zeldin señala que al 68% de los franceses de entre 20 y 25 años le gusta lo inesperado. Junto a los jóvenes, el segundo grupo de población que lucha contra la monotonía es el de las mujeres. Lo inesperado y sorprendente gusta a una de cada dos mujeres, frente a uno de cada tres hombres³⁸¹. Hay que considerar, por tanto, que las nuevas tendencias de ocio tienen mucho que ver con los hábitos que vayan adoptando estos grupos de población.

Sin dejar de considerar estas reflexiones, tampoco hay que olvidar que los rebeldes no son grupos estables que se mantienen en el tiempo. Los deseos de llevar una vida trepidante se alternan o cambian por hábitos de vida ordenada y realista. El ejemplo de la pulga de agua no es el ideal de nadie. No obstante, sí parece cierto que el incremento de la presión temporal ha creado la necesidad de elaborar nuevas lógicas temporales en las que resulta de sumo interés la invención de otros usos del tiempo. La tensión, que se acrecienta con la racionalización y tecnificación del trabajo, además de acrecentar la fatiga, plantea paralelamente una mayor necesidad de diversión y tiempo privado, un tiempo para sí.

³⁸¹ Idem.

El tiempo del ciudadano normal de comienzos del siglo XIX era un tiempo poroso, relativamente lento y manejable. Era un tiempo ocupado en actividades varias, pero abierto a la interrupción de las actividades recreativas y marcado por las fiestas. Poco a poco se fue cambiando en un tiempo calculado, previsto, ordenado, en un tiempo lineal. Esto es lo que creó la necesidad de un tiempo para sí. Un tiempo que puede llegar a ser un tiempo vacío, amenazado por el aburrimiento, pero, paralelamente, un tiempo abierto a la distracción y al desarrollo personal. Es el tiempo-mercancía de los primeros clubes de vacaciones, que difiere del tiempo moderno en la ausencia del trabajo. Es un tiempo dionisiaco propio para la fiesta, la tragedia, la diversión o la catástrofe.

A lo largo del siglo XX se diferencia, cada vez más, entre tiempo de trabajo y ocio. La disciplina horaria se instala en las fábricas y oficinas, produciéndose un crecimiento del ritmo temporal. Pero el ocio sigue dependiente del trabajo y considerado como tiempo de recuperación de fuerzas. El ocio se relacionará también con religión, fiesta y juego, que siguen estrechamente unidos. El tiempo libre aparece así como tiempo peligroso, amenazado por el aburrimiento y, aparentemente, anárquico. Como consecuencia del cambio industrial, Inglaterra y Estados Unidos elaboran una nueva cultura popular de la diversión ciudadana. En 1852 Charles Morton abre el primer *music-hall* en Londres y, en esa década, se diseñan el Bosque de Bolonia y el Central Park.

El ocio moderno, independizado del trabajo, se ubica en un tiempo libre social que se transforma poco a poco en tiempo privado, personalizado, en un tiempo para sí mismo. El tiempo para sí lleva a una separación de los otros tiempos, a crear un espacio propio en el que sea posible la expresión por el cuerpo, los sentimientos, los sentidos y el espíritu. Es un planteamiento de tiempo libre diferente, contrario a la comercialización del placer. Un tiempo de re-creación, no de la fuerza del trabajo sino de sí mismo. Implica una disponibilidad para desear, para la aventura y para formas inéditas de construcción de la identidad.

El tiempo para sí, en cuanto idea, le debe mucho a la antigua concepción del ocio cultivado, heredado de la antigüedad. Es un tiempo regido por la satisfacción y en el que se favorece la expresión y realización de cada uno en la espontaneidad. Esto hace que

se separe del tiempo de los otros. El tiempo para sí hace posible la expresión del cuerpo, los sentimientos, los sentidos y el espíritu. Es un planteamiento de tiempo libre diferente, contrario a la comercialización del placer. Es el tiempo propicio para vivir el ocio de una nueva cultura. Las instituciones políticas y educativas deben asumir el reto y propiciar el cambio.

Necesidad de integrar la experiencia de ocio. El compromiso institucional

En las últimas décadas se ha desarrollado la relación entre ocio y bienestar. Bienestar es calidad, vivir con calidad en todos los sentidos. Los diferentes planes de intervención llevados a cabo por muchos gobiernos lo concretan. El bienestar se relaciona con holismo (equilibrio físico/mental/espiritual/social), auto-responsabilidad (cada cual es capaz de determinar su nivel de bienestar), humanismo (desarrollo de la persona y lo personal), estilo de vida (esencial en el bienestar deseado), etc. Cuando nacemos tenemos una capacidad para desarrollar una conciencia de ocio y sus experiencias de placer, satisfacción..., pero, desgraciadamente, no estamos dotados de unos intereses, actitudes o habilidades de ocio suficientes para tener un nivel de bienestar adecuado. De hecho, mucha gente vivencia su «tiempo libre» con los mismos parámetros del tiempo de trabajo («tener que», prisa, estrés...).

El bienestar en ocio es la expresión de cómo estamos preparados para asumir y mantener responsablemente experiencias estéticas y satisfactorias, contemplativas o dinámicas. También es un barómetro para entender nuestras relaciones con el entorno, de manera que la diferencia entre «lo que estoy haciendo» y «lo que me gustaría hacer» en ocio puede ser un excelente reto para el desarrollo.

Los beneficios y funciones del ocio aparecen de diferentes maneras complementando o constituyendo una razón importante de la vida, de modo que su conocimiento es importante como predictor de la satisfacción vital. Pero que el ocio sea más importante de día en día no significa que estemos preparados para realizarlo de forma satisfactoria. En Japón las estadísticas hablan de un 65% de la población que no está satisfecha con su ocio; en Norteamérica, en

1976, era un 42%³⁸². El hecho de que la sociedad de consumo haya generalizado el ocio como tiempo, mercancía o dinero no significa que se vivencien experiencias de ocio. No hablamos de experiencias superficiales sino de experiencias profundas; porque la calidad debiera ser el primer determinante de una experiencia de ocio. Para que esto sea así se necesita tener conciencia de lo que el ocio es y representa para cada uno de nosotros, así como su relación con el bienestar, la satisfacción vital y nuestra propia identidad.

Cuando el ocio se ve de un modo etéreo es difícil de experimentar. De hecho, también es difícil pensar que alguien que goza viendo fútbol o bebiendo cerveza tiene conciencia de autorrealización y de los beneficios que estas experiencias reportan. El ocio de masas es lo que los *mass media* venden como ocio, una especie de dogma que a menudo degrada, más que engrandece. Lo cierto es que vivimos en una cultura dominada por el tiempo, el dinero, el trabajo y el consumo. Sólo la formación puede llevarnos, a cada uno, a decidir en qué sentido y con qué estilo de vida queremos vivir. Tenemos que optar entre una vida más racional o más placentera y decidir si queremos más tiempo o más dinero, más cosas o menos amor, más dinero o más responsabilidad, etc.

Una visión de conjunto de las implicaciones que tienen los distintos temas que hasta aquí se han señalado hace pensar en ciertas necesidades y carencias que la sociedad tendrá que afrontar en el desarrollo de su ocio futuro. Si el cambio de concepción del ocio se reafirma y su práctica deja de ser elemento secundario y de segunda categoría, tal como señalan las estadísticas de muchos países, los temas de ocio deberán ser tratados con mayor seriedad que hasta ahora, más profundamente y desde una visión global. Pero siendo imprescindible el estudio, la formación y la investigación en estos temas, el desarrollo del ocio en el futuro necesitará también hacer patente su nueva concepción a través de políticas de acción conjunta, que aborden el tema desde las interrelaciones comunes y las particularidades de sus temáticas y estratos de actuación. En esas políticas de diseño, planificación y acción conjunta debieran estar implicados tanto las instituciones privadas como las públicas, tanto las fuerzas sociales como los centros de excelencia que pro-

³⁸² Datos tomados de C.F. McDOWELL, *op. cit.*, p. 11.

mueven el estudio y la investigación. El futuro desarrollo de la «actividad gustosa», que promueve la nueva concepción del ocio, puede caminar hacia una sociedad hedonista y egocéntrica, o hacia una sociedad solidaria y altruista.

El reto del ocio para la nueva ciudadanía es que, junto al descubrimiento de su necesidad, utilidad y beneficios, debe entender que su práctica está sujeta a dos variables decisivas: preparación y disponibilidad de medios; lo que es tanto como decir educación y la gestión adecuada de los medios disponibles. Nos detenemos a continuación en dos aspectos que determinan las variables mencionadas en el ámbito comunitario, las políticas de ocio y el compromiso de las instituciones educativas.

Políticas de ocio

Hablar de políticas de ocio todavía es algo poco habitual. Y, sin embargo, todos sabemos que los ayuntamientos se preocupan, en mayor o menor medida, de las fiestas, la juventud y sus hábitos, la urbanización de espacios de recreo, el turismo, las actividades de la tercera edad, etc. Un retrato robot sobre la actuación de los ayuntamientos en materia de ocio nos indicaría que es mucho más de lo que parece a simple vista y, lo que es aún más importante, la intervención aumenta de día en día. Los ayuntamientos se preocupan de la cultura, la diversión y los espectáculos. Se preocupan de la música, el deporte y, en muchos casos, de las actividades extraescolares. Fomentan exposiciones, recuperan patrimonio y crean museos.

La foto a la que antes me refería destaca también que el aumento de la acción municipal no ha venido unido a un tratamiento coherente del tema del ocio en su conjunto. No siempre existe coherencia entre lo que se hace para niños y jóvenes, o jóvenes y personas mayores. Apenas se hace algo para las familias. No existe coordinación entre lo que se hace en deportes y cultura, en turismo y espectáculos, entre lo que se realiza en la escuela o se fomenta desde el ayuntamiento, etc. Puede haber excepciones, pero lo normal es una falta de visión unitaria.

La falta de actuación global no impide, sin embargo, el avance de concepciones teóricas globales. En los últimos años han gana-

do aprecio los relacionados con la propuesta de «mejorar la calidad de vida». El modelo de la mejora de calidad de vida es, en principio, un modelo global que mira hacia dentro, es decir, hacia el desarrollo de la ciudad y de los propios ciudadanos. Implica saneamiento, transporte y urbanización; pero, muy especialmente, la construcción de parques y zonas verdes, la creación de infraestructuras culturales y deportivas, así como la puesta en marcha de programas culturales, recreativos y sociales. También se han añadido otras reivindicaciones, como la integración de las personas con minusvalías en la vida de la ciudad o el fomento de propuestas de integración e inclusión participativa de los distintos grupos de población.

La intención de realizar estos modelos de mejora ha beneficiado a nuestras ciudades de distintos modos: recuperación de teatros y zonas históricas, realización de programas sociales y culturales, etc. Pero, como señalaba antes, se sigue notando la ausencia de un modelo global de ocio que proponga una mejora a largo plazo y piense en el verdadero desarrollo del entorno. El ocio de una ciudad tendrá en cuenta su desarrollo comunitario en la medida que contemple aspectos teóricamente importantes para el caso³⁸³. Entre sus objetivos se debieran considerar éstos:

- Promover la mejora social
- Propiciar la participación de la población
- Favorecer el desarrollo y cuidado de recursos
- Actuar sobre la mejora cultural de la comunidad
- Planificar la acción comunitaria a largo plazo
- Generar cambios actitudinales y de comportamiento positivos (tolerancia, ayuda mutua...).

Resumiendo, se puede decir que una política de ocio que piense en el desarrollo comunitario se vivencia en dos aspectos: en la mejora de calidad de vida (en todos los sentidos: económica, cultural, social...) y en una acción consciente, planificada y coordinada, capaz de producir cambios importantes en las vivencias de ocio.

³⁸³ Véase al respecto NOGUEIRAS, L. M., *La práctica y la teoría del Desarrollo Comunitario. Descripción de un modelo*, Madrid, Narcea, 1996, pp. 44-50.

En un estudio realizado por el Instituto de Estudios de Ocio³⁸⁴, destinado a proporcionar ideas para la mejora de la calidad de vida de dos distritos de Bilbao, se constató que la cultura de los barrios está muy determinada por sus vivencias de ocio; de modo que resulta conveniente plantear procesos de mejora a partir de las experiencias comunitarias de tipo expresivo, en las que prime la cultura como medio para la comunicación, el conocimiento y la mejora. El ocio y la cultura, entendidos como proceso comunitario, colaboran al desarrollo y el acrecentamiento de identidades, mientras que vistos como resultado fomentan la producción de bienes y servicios, colaborando a la descentralización.

En el caso que refiero se vio la necesidad de desarrollar una política cultural urbana que implicase a todos los agentes (políticos, técnicos, profesionales y voluntarios) y potenciase la doble direccionalidad enmarcada en los conceptos de democracia cultural y democratización de la cultura, buscando un equilibrio entre centralización/descentralización espacial y la coherencia con los recursos humanos, económicos y materiales que se poseían. Los cinco objetivos que se propusieron en el diseño del plan de mejora de calidad de vida de los barrios fueron los que siguen:

- Considerar la intervención como un conjunto estructurado.
- Reforzar la toma de decisiones en la intervención.
- Implicar agentes no públicos en la intervención.
- Articular la intervención.
- Y delimitar el contenido de la intervención.

Estos objetivos, que formaban parte de la primera meta, se completaban con cuatro metas más y sus correspondientes objetivos y acciones. El estudio precisaba que es imposible entender un proceso cultural en un barrio al margen de las demás realidades cercanas. La consideración de los múltiples aspectos que se anali-

³⁸⁴ Instituto de Estudios de Ocio, *Cultura y Barrios: La ciudad de Bilbao. Estudio de caso de los barrios de San Pedro y Bilbao La Vieja*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1995. Este estudio se realizó por encargo del Ayuntamiento de Bilbao y del Consejo para la Cooperación Cultural del Consejo de Europa, División de Acción y Política Cultural.

zan desde una aproximación global de ocio son una ayuda excelente para la proyección de un plan de mejora a largo plazo.

El compromiso de las instituciones educativas

El compromiso que la sociedad tiene con el desarrollo del ocio futuro no afecta sólo a nivel político. También las instituciones, y especialmente las educativas, tienen la necesidad de responder a estos nuevos planteamientos y, por ello, múltiples motivos de ocupación. He aquí algunos de los cometidos que entiendo forman parte de esta nueva orientación.

1. *Conocer y profundizar en los nuevos estilos de vida y su relación con la ocupación mayoritaria del tiempo libre y el disfrute del ocio.*

La educación perderá su sentido si no forma parte de la cultura vital, porque la cultura es el mejor medio de insertar al ser humano en la vida. Ello explica la necesidad de ampliar el criterio tradicional de la cultura humanista. Tres líneas actuales de fuerza (las máquinas, las masas y la universalidad) nos han situado en una situación absolutamente nueva y distinta a las anteriores. La introducción de planteamientos humanistas en las nuevas formas de vivir el ocio sólo traería beneficios y aumento de su calidad. Como indica Fumaroli, la banalización de la cultura no tiene otra alternativa que un «ocio estudioso», entendido éste no como privilegio ni excepción sino como «saber bien lo que hay que saber, amar bien lo que se ama y hacer bien lo que se hace»³⁸⁵. La educación tiene en el ámbito del ocio un espacio lleno de posibilidades para iluminar el quehacer humano.

2. *Defensa y promoción de ocios humanizadores, aunque sigan siendo minoritarios.*

Un ejemplo concreto de esta misión sería la promoción y el fomento de la lectura. Decía Paul Valéry que el hombre que

³⁸⁵ LAINE, P., «Hipótesis prospectivas del tiempo libre», en *Tiempo libre. Los grandes problemas que plantea a nuestra civilización*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1970, p. 69.

no consigue consagrar al menos una hora diaria a la lectura irá disminuyendo su cultura y negando su verdadera libertad de espíritu. Ya he comentado antes los índices de lectura de los españoles y el contraste con la audiencia de los programas televisivos y las de horas que pasamos delante de la televisión. Como ha escrito Ángel García Galiano «da mucho que pensar una sociedad que invita al hombre a olvidarse de aquello que lo hace más humano, sus actos gratuitos, los que realiza no por interés, sino por amor, y entre ellos, la meditación, la poesía, la literatura en fin»³⁸⁶. La lectura gratuita de un libro hace posible el placer de explorar un mundo más allá del nuestro. Sus consecuencias inmediatas, el ejercicio de la imaginación y el desarrollo del espíritu.

La lectura, las artes y otros ocios minoritarios relacionados con los saberes humanistas deben enseñarse adecuadamente, a fin de que su ejercicio sea gratificante para quienes los practican y les ayude a fortalecer su condición humana. Lectura, música, artes..., he aquí otra misión concreta de las ciencias humanas en tiempo de ocio.

3. *Responsabilidad formativa*

Relacionada con el punto anterior, la tercera ocupación debe ser colaborar en la formación específica de y sobre ocio. La Educación del Ocio, más que ninguna otra, debe formar parte de la formación continua. El ejercicio del ocio está limitado por la edad, la época y otras múltiples circunstancias que es necesario conocer y para las que se necesita estar preparado. Los modelos de generaciones pasadas no nos sirven. La transformación del tiempo libre en ocio no es tarea que se realice de modo espontáneo.

La mayor disponibilidad de tiempo libre y de posibilidades de diversión ha abierto nuevos cauces para el desarrollo personal y, consiguientemente, para la aplicación y el avance de las Ciencias Humanas. La proliferación de centros y casas de cultura, el apoyo institucional al disfrute de la cultura y el acceso al saber a través de las nuevas tecnologías son algu-

³⁸⁶ GARCÍA GALIANO, A., «Un elogio a la lectura», *Noticias UD* (Bilbao, Universidad de Deusto), 33, 1992, pp. 20-22.

nos de los fundamentos sobre los que habrá que apoyar la evolución futura. En los próximos años vamos a asistir al incremento de la educación no formal, a la presencia de nuevas ofertas educativas que ayuden al ciudadano a replantear su ocio de un modo más satisfactorio. Se va a necesitar la formación humanística y técnica de los nuevos profesionales del ocio. Se percibe también una mayor personalización del consumo cultural, un redescubrimiento cultural del entorno y la incorporación a círculos cultivados de sectores tradicionalmente separados de ellos.

Hacia una visión integrada

La profundización en estos temas y la respuesta a los múltiples problemas que nos plantea la realización del ocio en la sociedad actual no puede hacerse aisladamente. La clarificación de los interrogantes de nuestro ocio debiera ser el resultado de una labor aunada de equipos de personas, formadas en diferentes disciplinas tradicionales, que traten de responder a un mismo problema. El problema del ocio de nuestro tiempo no es sólo un problema de carácter personal, de que cada cual se lo pase bien: es además un problema comunitario, social, cultural, ético y político. No es suficiente la respuesta del sociólogo o del psicólogo, debemos conocer también qué piensa el educador, el economista, el pensador o el político. Esto hace que, a mi modo de ver, el ocio se convierta en un tema especialmente moderno y novedoso. Aquí no encaja la especialización aislada del conjunto, como ha ido ocurriendo en el progresivo desarrollo e independencia de las disciplinas académicas tradicionales. El ocio como reflexión académica es una llamada a la globalidad, una vuelta a la visión integral del mundo en relación con la persona y la comunidad en la que vive, es una vuelta al humanismo.

En el ocio de la era del conocimiento se aprovecharán todos los inventos conseguidos hasta ahora, integrándolos en nuevos modos de hacer que abrirán a su vez otras oportunidades. Eso hará que nuestra capacidad de elección aumente cada día, convirtiéndose en reto y conocimiento necesario el saber elegir. Aún así, la transformación del ocio que viene debiera ir más al fondo, al modo de en-

tenderlo. El ocio ideal para el nuevo milenio es un ocio autotélico, capaz de autorrealizar a las personas y dar sentido a sus vidas, es un ocio inteligente para los que sepan elegir. El nuevo ocio seguirá la misma dirección marcada por los valores emergentes en el ámbito laboral: satisfacción personal, armonía, equilibrio, empatía, optimismo, creatividad y capacidad de elección. Pero hay que recordar que éstos han sido valores tradicionalmente atribuidos al ocio; no al ocio entendido como entretenimiento o mera diversión, sino como ocupación gustosa y querida, ejercida por la persona en plena libertad.

Uno de los retos que nos plantea el ocio del siglo XXI es saber si seremos capaces de hacer realidad este concepto de ocio, que sería el idóneo en una sociedad del conocimiento. Para eso es necesario que descubramos el potencial de desarrollo humano que se esconde en las acciones que nos resultan satisfactorias. Si la génesis de un nuevo ocio es consecuencia de un cambio de deseos, importa mucho analizar si el ocio que nos llega es coherente con la concepción de la vida y el mundo hacia el que debemos caminar.

Bibliografía

- ADOZ, «El desarrollo sostenible del turismo: papel del municipio», *Materiales de Trabajo*, núm. 110 (Bilbao, Universidad de Deusto, Centro de Documentación en Ocio), 1999.
- ALHEIT, P., «A provocative Proposal. From Labour Society to Learning Society», *Lifelong Learning in Europe* (Helsinki), 2, 1996, pp. 3-5.
- AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M. L., «El arte ámbito del ocio. La vivencia de la poesía en Juan Ramón Jiménez», *Letras de Deusto*, 54, 22, 1992, pp. 253-271.
- AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M. L., «El arte en el ámbito del Ocio: su aportación a la Educación del Receptor», *Revista de Ciencias de la Educación*, 165, enero-marzo 1996, pp. 63-85.
- ANDERSON, N., *Sociología del Ocio y del trabajo*, Madrid, Edersa, 1975.
- ANG, I., *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen, 1985.
- ÁNGEL, R. de, *Una teoría del Derecho*, Madrid, Cívitas, 1993.
- ARANGUREN, J. L., *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, Madrid, Tecnos, 1992.
- ARANGUREN, J. L., *La juventud europea y otros ensayos*, Barcelona, Seix Barral, 1968.
- ARGAN, G. C., *Historia del arte como historia de la ciudad*, Barcelona, 1983.
- ARISTÓTELES, *Política*.
- ASCARZA, U.F. y SOLANA, E., *Cuestiones pedagógicas* (primera serie), Madrid, El Magisterio Español, 1912.
- AZNAR, G., *Trabajar menos para trabajar todos*, Madrid, Ediciones HOAC, 1994.

- BERLOLINI, P., *Educación y Escultismo*, Barcelona, Sucesores de Juan Gili, 1960.
- BOGART, L., *The Ame of Television*, Nueva York, Frederick Vngar, 1956.
- BOLLNOW, O.F., *Filosofía de la existencia y pedagogía*, 1959.
- BORNEMANN, E., «Psychologie der Ermüdung», en *Psychologie und Praxis*, Munich, 1956.
- BOURDIEU, P., *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988.
- BRAMWELL, B., GOYTIA, A. y otros (ed.), *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*, ATLAS, Tilburg University Press, 1998.
- BREGHA, F.J., «Leisure and freedom re-examined», en Goodale, T.A. y Witt, P.A. (eds.), *Recreation and leisure: Issues in an era of change*, State College, PA, Venture Publishing, 1985, pp. 35-43.
- BRIGHTBILL, C.K. y MOBELTY, T.A., *Educating for leisure-centered living*, Nueva York, John Wiley, 1977.
- BROOKS, J.B. y ELLIOT, D.M., «Prediction of psychological adjustment at age thirty from leisure time activities and satisfactions», *Human Development*, 14, 1971, pp. 51-61.
- BULL, C. N., «One mesure determining a leisure activity», *Journal of Leisure Research*, 2, 3, 1971, pp. 120-126.
- CAILLOIS, R., «Unité du jeu, diversité des jeux», *Diogenè*, 19, julio 1957, pp. 117-144.
- CAILLOIS, R., «La Fiesta», en HOLLIER, D. (ed.), *El Colegio de Sociología*, Madrid, Taurus, 1982, pp 303-332.
- CAMPBELL, A., CONVERSE y ROGERS, W., *The quality of American life: Perceptions, evaluations, and satisfactions*, Nueva York, Russell Sage Foundation, 1976.
- CARO BAROJA, J., *El Carnaval (Análisis histórico-cultural)*, Madrid, Taurus, 1979.
- CARO BAROJA, J., *El estío festivo (Fiestas populares de Verano)*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1992.
- CARRIER, H., *Lexique de la culture. Pour l'analyse culturelle et l'inculturation*, Louvain-la-Neve, Desclée/Tournai, 1992.
- CASTILLA, A., y DÍAZ, J.A., «Ocio y Tiempo Libre en la actualidad», en *Ocio, trabajo y nuevas tecnologías*, Madrid, Fundesco, 1988, pp. 13-41.
- CASTRO, A. de, *La Tercera Edad, Tiempo de Ocio y Cultura*, Madrid, Narcea, 1990.
- CIRES, «La cultura como consumo», *Boletín Cires*, Madrid, abril 1994.
- CLEETON, G. V., *Making Work Human*, Yellow Springs, OH, Antioch Press, 1949.

- CORBIN, A., *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*, Barcelona, Mondadori, 1993.
- CORBIN, A., *L'avenement des loisirs. 1850-1960*, París, Aurbier, 1995.
- COROMINAS, J. y PASCUAL, J.A., *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*, II, Madrid, Gredos, Madrid, 1984.
- CORTINA, A., «Sociedades hipócritas», en *Historia de la democracia*, publicación en fascículos de *El Mundo*.
- COTTA, A., *La société ludique. La vie anvahie par le jeu*, París, Bernard Grasset, 1980.
- CSIKSZENTMIHALYI, M., *Beyond boredom and anxiety*, San Francisco, Jossey-Bass, 1975.
- CSIKSZENTMIHALYI, M., *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la innovación*, Barcelona, Paidós, 1998.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. e I.S., *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo de la conciencia*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1998.
- CUENCA, M., «El Ocio, un nuevo marco para el desarrollo de las humanidades», *Letras de Deusto*, 54, mayo-junio 1992, pp. 235-251.
- CUENCA, M., *Ocio y formación: Hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación del Ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1999.
- CUENCA, M., *Temas de Pedagogía del Ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1995.
- CURTIUS, E.R., *Literatura europea y Edad Media Latina*, I, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1976.
- CUSHMAN, G., «Concepts and directions for Leisure Education in the school systems», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995, pp. 14-22.
- DATTILO, J. y MURPHY, W.D., *Leisure Education Program Planning. A Systematic Approach*, State College, PA, Venture Publishing, 1991.
- DE GRAZIA, S., *Tiempo, trabajo y Ocio*, Madrid, Tecnos, 1966.
- DELLE FAVE, A. y MASSIMINI, F., «La modernización y los contextos cambiantes de flujo en el trabajo y el ocio», en CSIKSZENTMIHALYI, M. e I.S., *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo de la conciencia*, Bilbao, Desclée de Brouwer, 1998, pp. 191-209.
- DEWEY, J., *El arte como experiencia*, Méjico, Fondo de Cultura Económica, 1949.
- DÍEZ BORQUE, J. M., *Historia de la literatura española*, II, Madrid, Guadiana, 1975.
- DIMOCK, H., *Rediscovering the Adolescent*, Nueva York, 1941.
- DRAGOSKI, G. y PÁEZ, J., *Fiesta y ceremonias tradicionales*, Centro Editor de América Latina S.A., Buenos Aires, 1972.

- DRIVER, B.L., BROWN, P.J. y PETERSON, G.L. (eds.), *Benefits of leisure*, State College, PA, Venture Publishing, 1991.
- DUBIN, R., «Central life interests», *Pacific Sociological Review*, 22, 1979, pp. 405-425.
- DUMAZEDIER, J., *Hacia una civilización del ocio*, Barcelona, Estela, 1964.
- DUMAZEDIER, J., «La importancia oculta del crecimiento del tiempo libre en la metamorfosis de la civilización», *Boletín ADOZ*, 15, pp. 10-20, 1998.
- DUMAZEDIER, J., *Revolution culturelle du temps-libre 1968-1988*, París, Méridiens Klincksieck, 1988.
- DUMAZEDIER, J., «Significación del Ocio en una sociedad industrial y democrática», en JUIF, P. y LEGRAND, L., *Grandes orientaciones de la Pedagogía contemporánea*, Madrid, Narcea, 1980.
- DURKHEIM, E., *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, París, 1912.
- ECHIVARRÍA, J., *Cosmopolitas domésticos*, Barcelona, Anagrama, 1995.
- ELIAS, N. y DUNNING, E. (ed.), *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, Méjico, Fondo de Cultura Económica, 1988.
- ELZO, J., ALORZA, M.A. y LAESPADA, M.T., *Alcoholismo juvenil. Reflexiones y sugerencias de actuación ante una realidad contrastada*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1994.
- ELZO, J., y otros, *Los valores en la comunidad autónoma del País Vasco y Navarra*, Vitoria-Gasteiz, Secretaría General de Análisis y Comunicación del Gobierno Vasco, 1996.
- EMERY, F., «Alternative futures in tourism», *International Journal of Tourism Management*, 47, 1981, pp. 241-255.
- Empleo y tiempo de trabajo: el reto de fin de siglo*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Justicia, Economía, Trabajo y Seguridad Social, 1997.
- EQUIPO DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN OCIO, *El Ocio en el Área Metropolitana de Bilbao*, Bilbao, Universidad de Deusto-Ayuntamiento de Bilbao, 1992.
- FLANAGAN, J. C., «A research approach to improving our quality of life», *American Psychologist*, 33, 1978, pp. 138-147.
- FLOR, F. R. de la, *Atenas castellana, Ensayos sobre cultura simbólica y fiestas en Salamanca del Antiguo Régimen*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 1989.
- FLYNN, R.J. y NITSCH, K.E. (eds.), *Normalization, social integration and community services*, Baltimore, University Park Press, 1980.
- FORD, P. y BLANCHARD, J., *Leadership and Administration of Outdoor Recreation*, State College, PA, Venture Publishing, 1993.
- FRIGOLÉ, J., «Inversió simbólica i identitat ètnica: una aproximació al cas de Catalunya», *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 1980.

- FUMAROLI, M., *L'État culturel. Essai sur une religion moderne*, París, Editions de Fallois, 1991.
- FUNDACIÓN FOESSA, «Ocio y Estilos de Vida», en *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Madrid, Fundación FOESA, 1994, pp. 1985-86 .
- GARCÍA GRACIA, M.I., y otros, *La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al P.I.B.*, Madrid, Fundación Autor, 1997.
- GIARINI, O. y LIEDTKE, P.M., *El dilema del empleo. El futuro del trabajo*, Bilbao, Fundación BBK, 1996.
- GIL CALVO, E., *Estado de Fiesta*, Madrid, Espasa-Calpe, 1991.
- GOLEMAN, D., *Inteligencia emocional*, Barcelona, Kairós, 1996.
- GOLEMAN, D., *La práctica de la inteligencia emocional*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1999.
- GÓMEZ GARCÍA, P., «Hipótesis sobre la estructura y función de las fiestas», en *La fiesta, la ceremonia, el rito*, Granada, Universidad de Granada, Casa Velázquez, 1990.
- GONZÁLEZ, J. A., «Territorio y ruido en la fiesta», en *La fiesta, la ceremonia y el rito*, Universidad de Granada, 1990.
- GOODALE, T. y GODBEY, G., *The evolution of Leisure*, State College, PA, Venture Publishing, 1988.
- GORBEÑA ETXEBARRIA, S., «Beneficios del Ocio», *Minusval* (Madrid), 103, 1996, pp. 19-20.
- GOYTIA, A., «Turismo y desarrollo rural sostenible. Claves de interpretación desde la Gestión Relacional. El papel de la comunidad local», en *Desarrollo Rural y medio ambiente: El futuro del sector agrario*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda y Medio Ambiente del Gobierno Vasco, 1997, pp. 217-23.
- HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, M.V., *La religiosidad popular en Tenerife durante el siglo XVIII (Las creencias y las Fiestas)*, Universidad de La Laguna, 1990.
- HOULAND, C.I., LUMSDAINE, A.A. y SHEIFFIELD, F.D., «Short Time and Long Time Effects of an Orientation Film», en W. SCHRAMM (ed.), *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, IL, University of Illinois Press, 1960.
- HOYOS, L. y N., *Manual del Folklore*, Colegio Universitario/Ediciones Istmo, Madrid, 1985.
- HUIZINGA, J., *Homo ludens*, Madrid, Alianza, 1987.
- IBRAIM, H. y CORDES, K. A., *Outdoor Recreation*, Dubuque, IA, Brown and Benchmark, 1993.
- INSKEEP, E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Nueva York, Van Nostrand Reinhold, 1991.

- INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO, *Cultura y Barrios: La ciudad de Bilbao. Estudio de caso de los barrios de San Pedro y Bilbao La Vieja*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1995.
- ISO-AHOLA, S.E., «Basic Dimensions of Definitions of Leisure», *Journal of Leisure Research*, 1, 11, 1979, pp. 28-39.
- ISO-AHOLA, S.E., *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque, IA, W.C. Brown, 1980.
- JANSEN-VERBEKE, M., «The inner city as a leisure product», *Word Leisure and Recreation*, 2, 27, 1985.
- KAIERO, A. (ed.), *Valores y estilos de vida*, Bilbao, Universidad de Deusto, 1994.
- KALISH, R., *La vejez. Perspectivas sobre el desarrollo humano*, Madrid, Pirámide, 1983.
- KAPLAN, M., *Leisure in America: a social inquiry*, Nueva York, Wiley, 1960.
- KELLY, J.R., *Leisure, Identities and Interactions*, Londres, George Allen and Unwin, 1983.
- KELLY, J.R., «Work and leisure: a simplified paradigm», *Journal of Leisure Research*, 1, 4 1972, pp. 50-62.
- KELLY, J.R., *Leisure*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1990.
- KERENYI, K., *Vom Wesen des Festes*, I, Leipzig, Paideuma, 1938-40.
- KOPP, F., *Fundamentos de Didáctica*, Madrid, Dirección General de Enseñanza Media, 1967.
- KRIEKEMANS, A., «La Educación del empleo de los ocios», en *Pedagogía General*, Barcelona, Herder, 1973.
- KRIPPENDORF, J., *The Holiday Markers. Understanding the impact of leisure and travel*, Oxford, Heinemann Professional Publishing, 1990.
- KUNZ, H., *Die anthropologische Bedeutung der Phantasie*, Basilea, 1946.
- LAÍN ENTRALGO, P., *Crear, esperar, amar*, Barcelona, Círculo de Lectores-Galaxia Gutemberg, 1993.
- LAÍN ENTRALGO, P., «El Ocio y la Fiesta en el pensamiento actual», en *Ocio y Trabajo*, Madrid, Revista de Occidente, 1960.
- LAINE, P., «Hipótesis prospectivas del tiempo libre», en *Tiempo libre. Los grandes problemas que plantea a nuestra civilización*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 1970.
- LANFAND, M.F., *Sociología del ocio*, Barcelona, Península, 1978.
- LEE, LL. y MOBILILY, K.E., «The NTRS philosophical position statement and a concept of three freedoms», *Journal of Expanding Horizons in Therapeutic Recreation*, 3 (3), pp. 41-46.
- LEGRAND, L., *Grandes orientaciones de la Pedagogía contemporánea*, Madrid, Narcea, 1980.

- LEHR, V., *Psicología de la Senectud*, Barcelona, Herder, 1985.
- LEITNER, M.D. y LEITNER, S.F., *Leisure Enhancement*, Binghamton, Hawthorth Press, 1989.
- LEVY, J., «Educating personnel for Leisure in the post-modern 21st Century», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995, pp. 79-93.
- LINDEMAN, E.C., *Recreation*, en GALLOWAY, G.B. (ed.), *Planning for America*, Nueva York, 1941.
- LONDON, M., CRANDALL, R. y SEALS, G., «The contribution of job and leisure satisfaction to quality of life», *Journal of Applied Psychology*, 62, 1977, pp. 328-334.
- LÓPEZ DE LETONA, J. A., «¿Hacia una nueva aurora «cultural» del turismo?», *Estudios Turísticos*, 106, 1990.
- LÓPEZ QUINTÁS, A., *El secreto de la filosofía*, Barcelona, Iberia, 1947.
- LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, Madrid, Cátedra, 1977.
- LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad*, 3.^a ed., Madrid, Rialp, 1998.
- LÓPEZ QUINTÁS, A., *La cultura y el sentido de la vida*, Madrid, PPC, 1993.
- LÓPEZ QUINTÁS, A., *La formación por el arte y la literatura*, Madrid, Rialp, 1993.
- LUZURIAGA, L., *Pedagogía*, Buenos Aires, Losada, 1973.
- MACLEAN, J.R., «Leisure and the quality of life», en CRAIG, T.T. (ed.), *The humanistic and mental health aspects of sports, exercise, and recreation*, Chicago, American Medical Association, 1976, pp. 73-75.
- MANNELL, R.C., ZUZANEK, J. y LARSON, R., «Leisure states and «flow» experiences: Testing perceived freedom and intrinsic Motivation Hypotheses», *Journal of Leisure Research*, 4, 20, pp. 289-304.
- MARCHENA, M., «El desarrollo sostenible: papel del municipio». *Materiales de trabajo*, núm. 110. Centro de Documentación en Ocio, Universidad de Deusto, Bilbao, 1999.
- MARTIN, A. R., «Leisure and our inner resources», *Parks and Recreation*, marzo 1975, pp. 1a-16a.
- MARTÍNEZ KLEISER, L. (comp.), *Refranero General Ideológico Español*, Madrid, Hernando, 1982.
- MAY, R., *El hombre en busca de sí mismo*, Buenos Aires, Central, 1976.
- MAZZACANE, L., *Struttura di Festa*, Franco Angeli, Milano, 1985.
- MCDOWELL, C.F., «Leisure: Consciousness, Well-Being and Counseling», *The Counseling Psychologist*, 9.3, 1981, pp. 3-21.
- MEADOWS, P., «Dynamic Technology and Psychic Passivity», *American Journal of Economics and Sociology*, 2, 4, 1955.

- MELÉNDEZ, N., *¿Contribuye la recreación a la satisfacción del envejeciente jubilado?*, Universidad de Puerto Rico, 1991.
- MELÉNDEZ, N., *Los centros comerciales y el tiempo libre: nuevos usos de los espacios urbanos*, Puerto Rico, Universidad de América, Centro de Estudio del Tiempo Libre, 1986.
- MENCHEN, F., DADAMIA, O.M. y MARTÍNEZ, J., *La creatividad en la educación*, Madrid, Escuela Española, 1984.
- MENDIA, R., «Claves para elaborar una Historia de la Animación Sociocultural en Euskadi», en *Encuentro sobre animación sociocultural*, Vitoria-Gasteiz, Departamento de Cultura y Turismo del Gobierno Vasco, 1987.
- MINISTERIO DE CULTURA DE ESPAÑA, *Cultura y Desarrollo*, Madrid, 1995.
- MUNDY, J. y ODUM, L., *Leisure Education Theory and practice*, Nueva York, Wiley, 1979.
- MURPHY, J.F., *Recreation and leisure Service. A humanistic perspective*, Dubuque, IA, W.C. Brown, 1975.
- NAHRSTEDT, W., «Training personnel for freetime education, concepts and directions», en RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995, pp. 94-122.
- NEGRE, P., *El Ocio y las edades*, Barcelona, Hacer, 1993.
- NEULINGER, J., *The Psychology of Leisure: Research approaches to the study of leisure*, Springfield, IL, Charles C. Thomas, 1974.
- NIRJE, B., «The normalization principle», en FLYNN, R.J. y NITSCH, K.E. (eds.), *Normalization, social integration and community services*, Baltimore, University Park Press, 1980, pp. 36-44.
- NOGUEIRAS, L. M., *La práctica y la teoría del Desarrollo Comunitario. Descripción de un modelo*, Madrid, Narcea, 1996.
- OPOASCHOWSKI, H., *Psychologie und Soziologie der Freizeit*, Oplanden, Leske/Budrich, 1988.
- ORTEGA Y GASSET, J., *Unas lecciones de metafísica*, Madrid, Alianza, 1970.
- PANIKKAR, R., *Invitación a la sabiduría*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1998.
- PARKER, S., *The future of work and leisure*, Nueva York, Preager, 1971.
- PETTERSON, C.A. y GUNN, S.L., *Therapeutic recreation program design: Principles and procedures*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1984.
- PIEPER, J., *El Ocio y la vida intelectual*, Madrid, Rialp, 1974.
- PIEPER, J., *Una teoría de la fiesta*, Madrid, Rialp, 1984.
- PRAT, J., «Aspectos simbólicos de las fiestas», en *Tiempo de fiesta*, Editorial Tres-catorce-dieciséis, Madrid, 1982.

- QUINTANA CABANAS, J. M., *Pedagogía estética*, Madrid, Dykinson, 1993.
- RACIONERO, L., *Del paro al Ocio*, Barcelona, Anagrama, 1983.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de autoridades*, Madrid, 1732. (Edición facsímil: Madrid, Gredos, 1963.)
- RIFKIN, J., *El fin del trabajo*, Barcelona, Paidós, 1996.
- RODRÍGUEZ BECERRA, S. (dir.), *Guía de fiestas populares de Andalucía*, Sevilla, Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, 1982.
- ROIZ, M., «Fiesta, comunicación y significado», en *Tiempo de Fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*, Madrid, Tres-ca-torze-diecisiete, 1982, pp. 96-150.
- RUIZ BAUDRIHAYE, J., «El turismo cultural: sombras y luces», *Estudios Turísticos*, 134, 1998.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I., *La juventud es liberta. Género y estilos de vida de la juventud urbana española*, Bilbao, Fundación BBV, 1998.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I., «La ciudadanía del Ocio», en EQUIPO DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN OCIO, *El Ocio en el Área Metropolitana de Bilbao*, Bilbao, Universidad de Deusto-Ayuntamiento de Bilbao, 1992.
- RUSKIN, H., «Health promotion through leisure agencies», en *Papers VII ELRA Congress*, Bilbao, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios de Ocio, 1992, p. 10.
- RUSKIN, H. y SIVAN, A., *Leisure Education. Towards the 21st century*, Provo, UT, Brigham Young University, 1995.
- RUTTENFRANZ, J y GRAF, O., *Gesundheit und Leistungsfähigkeit im Kinder und Jugendalter*, Stuttgart, 1960.
- RYBCZYNSKI, W., *Waiting for the weekend*, Nueva York, Penguin Group, 1991.
- SÁNCHEZ MARTÍN, R. (ed.), *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*, Pamplona, AEISAD, 1996.
- SANTISTEBAN, P., *Tercera Edad y Ocio Institucional*, Bilbao, Universidad de Deusto, Instituto de Estudios de Ocio, 1992.
- SCHILLER, *Cartas sobre la educación estética del hombre*, Madrid, Aguilar, 1969.
- SCHULTZ, U., *La Fiesta. Una historia cultural desde la antigüedad hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1993.
- SETIÉN, M.L., «El Ocio en la vida de los españoles», en CESC, *España 1994. Una interpretación de su realidad social*, Madrid, Fundación Encuentro, 1995.
- SETIÉN, M.L., *Indicadores sociales de calidad de vida*, Madrid, CIS-Siglo XXI, 1993.

- SIMONIN, B., BLUM, O., GOMEL, B. y SCHMIDT, N., *Les usages du contrat emploi-solidarité dans le domaine culturel*, París, Ministère de la Culture, Direction de l'Administration Générale, Département des Études et de la Prospective (Observatoire de l'Emploi Culturel), 1996.
- SIVADON, P. y FERNÁNDEZ-ZOILA, A. *Tiempo de trabajo, tiempo de vivir. Psicopatología de sus ritmos*, Barcelona, Herder, 1987.
- SNOW, C.P., *Las Dos Culturas*, Madrid, Alianza, 1976.
- SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES, *Informe sobre los hábitos de consumo cultural en España*, Madrid, SGAE, 2000.
- SOUICY, C., «Consumo, sexualidad, tiempo libre», en *Tiempo Libre*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 1970.
- SPRANGER, E., *Perspectivas pedagógicas*, 1958.
- STEBBINS, R.A., *Amateurs, Professionals and Serious Leisure*, Montreal y Kingston, McGill-Queen's University Press, 1992.
- STEBBINS, R.A., «Social World, Life-style, and Serious Leisure: Toward a Mesostructural Analysis», *World, Leisure and Recreation*, 1, 35, primavera 1993, pp. 23-26.
- STENBERG, R. y LUBART, T., *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*, Barcelona, Paidós, 1997.
- STENBERG, R. y WILLIAMS, W., *Group Intelligence: Why Some Groups Are Better Than Others*, Intelligence, 1988.
- SUE, R., *Le Loisir*, París, Presses Universitaires de France, 1980.
- SUE, R., *Vers une société du temps libre?*, París, Presses Universitaires de France, 1982.
- SUREDA, J., *Guía de la Educación Ambiental. Fuentes documentales y conceptos básicos*, Barcelona, Anthropos, 1990.
- THAMER, H.U., *La Fiesta. Una historia cultural desde la antigüedad hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1993.
- TISSIE, P., *La fatigue et l'entraînement physique*, París, 1897.
- TOALSON, R. y MOBLEY, T., «The 21st century», *Parks and Recreation*, mayo 1993, pp. 56-61.
- TOFFLER, A., *El cambio del Poder*, Barcelona, Plaza y Janés, 1991.
- TOFFLER, A., *The third wave*, Nueva York, Benton, 1981.
- TOMLINSON, A., «Culture of Commitment in Leisure: Notes towards the Understanding of a Serious Legacy», *Word, Leisure and Recreation*, primavera 1993, pp. 6-9.
- TROPP, A., *The Study of Leisure in Great Britain*, Stresa (Italia), 4.º Congreso Mundial de Sociología, 1959.
- TURNER, V., *El proceso ritual*, Madrid, Taurus, 1988.
- URRY, J., *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage Publications, 1990.

- VALDÉS, R., «Teatro y fiestas populares», *Extra Ajoblanco*, 13, 1979.
- VASAK, K., «Le droit international des droits de l'homme», en *Collected courses of the Hague academy of international law*, 140, IV, Leyden, A.W. Sijthoff, 1974, pp. 335-415.
- VELASCO, H. M. (Ed.), *Tiempo de Fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*, Madrid, Tres-catorce-dieciséis, 1982.
- VETTER, A., *Die Erlebnisbedeutung der Phantasie*, Stuttgart, 1950.
- VIGARELLO, G., «Le temps du sport», en CORBIN, A., *L'avenement des loisirs. 1850-1960*, París, Aubier, 1995, pp.193-194.
- VILLALAIN, J.L., BASTERRA, A. y VALLE, J.M., *La sociedad española de los 90 y sus nuevos valores*, Madrid, Fundación Santa María, 1992.
- VV.AA., *Educación ambiental: Situación española y estrategia internacional*, Madrid, Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo, 1989.
- WEBER, E., *El problema del tiempo libre*, Madrid, Editora Nacional, 1969.
- WORLD LEISURE AND RECREATION ASSOCIATION, «International Charter for Leisure Education», *ELRA (European Leisure and Recreation Association)*, verano 1994, pp. 13-16.
- YANKELOVICH, D., «The new psychological contracts at work», *Psychology Today*, 11, 12, 1978, pp. 46-50.
- YBÁÑEZ BUENO, E., «Respuestas españolas a las diversas fases del fenómeno turístico», *Estudios Turísticos*, 133, 1997.
- ZELDIN, T., *Historia íntima de la humanidad*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1998.
- ZUZANET, J. y MANNELL, R., «Work leisure relationship from a sociological and social psychological perspective», *Leisure Studies*, 2, 1983.

Documentos de Estudios de Ocio

Durante el siglo xx la humanidad ha experimentado importantes cambios, y el ocio es un indicador significativo para poder comprobarlo. Sin embargo, a pesar de la importancia del fenómeno del ocio en nuestros hábitos de vida y en la marcha de la sociedad en general, apenas se ha percibido como experiencia unitaria, con una base común. A ese ámbito común se le llama en este libro experiencia de ocio. Los contenidos están agrupados en tres partes diferenciadas. La primera se centra en la reflexión del significado de la experiencia de ocio y sus dimensiones. La segunda se detiene en la fiesta, en cuanto vivencia extraordinaria de ocio. Finalmente, se realiza una aproximación a las manifestaciones del ocio en la sociedad actual, basada en propuestas que nacen de la investigación experimental. El conjunto de los epígrafes presenta un boceto con los rasgos diferenciales del fenómeno del ocio como experiencia humana, elemento unificador y clave para entender su sentido.



Universidad de
Deusto

Deustuko
Unibertsitatea

