



Estudios de Ocio
Aisialako Ikaskuntzak
Deusto

Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio

Manuel Cuenca Cabeza (Coordinador)

Documentos
de Estudios de Ocio
núm. 31



The background features several large, thick, gray rings of varying sizes and orientations, some overlapping. The text is centered in a black serif font.

Aproximación
Multidisciplinar
a los Estudios de Ocio

Manuel Cuenca Cabeza (Coordinador)

Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio

2006
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 31

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.

La publicación de este libro es posible gracias al patrocinio del Grupo Santander a través de la financiación de la Cátedra Ocio y Conocimiento.

Dirección

Manuel Cuenca

Consejo de Dirección

M.^a Luisa Amigo

Cristina de la Cruz

Susana Gorbeña

Roberto San Salvador del Valle

M.^a Luisa Setién

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.

© Publicaciones de la Universidad de Deusto

Apartado 1 - 48080 Bilbao

e-mail: publicaciones@deusto.es

ISBN: 978-84-9830-458-9

Índice general

Introducción , por <i>Manuel Cuenca Cabeza</i>	11
Estudios de Ocio	11
Aproximación Interdisciplinar	13
Sobre el concepto de ocio	14
Las dimensiones del ocio autotélico	16
El Programa Ocio y Potencial Humano	17
Contenido del libro	18
Capítulo 1. Economía del ocio , por <i>Marta Álvarez Alday</i>	21
¿El título es una provocación para un economista?	21
¿Qué se desprende de la realidad?.	22
¿A qué deberíamos aspirar?.	22
¿Qué se entiende por Economía del Ocio?	23
Significación económica del ocio.	24
El Tiempo de Ocio.	27
¿Cómo se usa?.	28
Avances cuantitativos del impacto económico en las tres ramas clave. . .	30
Turismo.	30
Cultura.	33
Deporte.	35
¿Cuál es la aportación del ocio a la economía?.	36
Bibliografía	38

Capítulo 2. Estética del ocio , por <i>M.^a Luisa Amigo Fernández de Arroyabe</i>	41
La experiencia del ocio	42
¿Qué es una experiencia estética?	42
La experiencia estética y la experiencia de ocio	44
Dimensión lúdica: ficción, juego y libertad	47
Ficción: representación de una forma	47
Un ámbito de gratuidad y de juego	48
Un horizonte de libertad	49
El juego como modelo de experiencia participativa	50
La dimensión creativa: la participación, creatividad y gozo del receptor . .	52
La participación del receptor.	52
Creatividad del receptor	54
Reflexión final.	56
Bibliografía	57
Capítulo 3. Una lectura ética sobre la incidencia del ocio en nuestra so- ciudad , por <i>Cristina de la Cruz Ayuso</i>	59
Introducción	59
El ocio, desde la teoría	60
Diferentes concepciones del ocio	62
Un baño de realidad: de la teoría a la práctica	65
Relación entre el ocio y la ética	69
Algunas precisiones éticas	74
Conclusión.	79
Bibliografía	80
Capítulo 4. Pedagogía del ocio, una aproximación global , por <i>Manuel</i> <i>Cuenca Cabeza</i>	83
Aproximación histórica y bibliográfica.	84
Pedagogía del tiempo libre	85
Educación para el ocio	87
Pedagogía/Educación del ocio	89
La Pedagogía del Ocio y sus Áreas.	92
La educación personal del ocio	92
La educación comunitaria del ocio	93
La educación de profesionales del ocio.	95
Función y espacios de intervención	96
Bibliografía	99

Capítulo 5. Marketing de Organizaciones de Ocio , por <i>Almudena Eizaguirre, María García y Jaione Yabar</i>	103
¿Qué es el Marketing?	103
Las organizaciones de ocio y el enfoque marketing	105
El proceso de adquisición de un servicio	107
Características diferenciales de los servicios	110
Los servicios son esencialmente intangibles.	110
Los servicios son inseparables de quien los presta	110
Los servicios son perecederos. No hay stocks en la prestación de servicios	111
Los servicios son altamente variables	111
Las «8ps» en el marketing de servicios.	112
<i>Product</i> . Elementos del producto de ocio	112
<i>Place</i> . Distribución en tiempo y lugar.	113
<i>Process</i> . El proceso de prestación	113
<i>Productivity and quality</i> . Equilibrio entre la productividad y la calidad	114
<i>People</i> . Las personas implicadas.	114
<i>Physical evidence</i> . Evidencia física	115
<i>Price</i> . Precio y otros costes	115
<i>Promotion</i> . Promoción del servicio y educación del usuario	115
Conclusiones	120
Bibliografía	120
Capítulo 6. Psicología del ocio , por <i>Susana Gorbeña y Silvia Martínez</i>	123
Orígenes de la psicología del ocio	123
Aproximaciones psicológicas a la definición de ocio como experiencia subjetiva o estado mental	124
John Neulinger	124
Seppo E. Iso-Ahola	126
Mihalyi Csikszentmihalyi	127
Otras aproximaciones a la definición de ocio	129
Determinantes psicológicos de la experiencia de ocio	129
La libertad percibida	129
La motivación intrínseca.	133
Actitud hacia el ocio	136
Los beneficios de ocio.	138
Bibliografía	140
Capítulo 7. Derecho al Ocio , por <i>Yolanda Lázaro Fernández</i>	143
Aproximación al concepto de Derecho.	143
Evolución de los Derechos	144
El Ocio y su relación con el Derecho	147

El Derecho al Ocio en la normativa internacional	149
El Derecho al Ocio en la normativa estatal.	151
A modo de conclusión.	152
Algunos apuntes bibliográficos.	154
Bibliografía	155
Capítulo 8. Ocio y salud, por Juan Francisco López Paz.	157
Introducción	157
Concepto de salud.	158
Salud bajo denominación subjetiva.	159
Salud bajo denominación objetiva	160
Perspectiva biopsicosocial del ocio y su entronque con la salud	161
La perspectiva multifactorial de un comportamiento saludable	163
La necesidad de un comportamiento saludable.	165
El contexto de la salud y la enfermedad	166
Concepción social de la salud	167
La importancia de la Medicina Comportamental ante los estados de salud y enfermedad	169
Ocio como estrategia de prevención y promoción de la salud y bienestar	173
Bibliografía	175
Capítulo 9. Las Políticas de Ocio como objeto de estudio, por Roberto San Salvador del Valle Doistua.	179
Los Estudios sobre Análisis de Políticas.	180
Los Estudios sobre Políticas de Ocio	183
Aproximaciones integrales	184
Aproximaciones fragmentadas	188
A modo de conclusión.	197
Bibliografía	200
Capítulo 10. Sociología del Ocio, por María Luisa Setién Santamaría	201
La sociología del ocio; nacimiento, antecedentes y desarrollo	202
Resultados obtenidos y problemas pendientes de la sociología del ocio . .	203
El ocio actual. Cambios y tendencias recientes	205
El tiempo medio de ocio está disminuyendo.	206
La distribución del tiempo de ocio es muy desigual.	207
El ocio es un valor en alza.	210
Existe asimetría en las actividades de ocio	212
Bibliografía	216
Autores.	217

Introducción

Manuel Cuenca Cabeza

Estas páginas introductorias tienen la finalidad de explicar al lector el sentido y encuadre de este libro, que viene a engrosar una nutrida colección dedicada a difundir teorías, reflexiones e investigaciones sobre el ocio, entendido como experiencia personal y fenómeno social. El propio título indica los dos aspectos claves del mismo, a los que me refiero en las siguientes líneas: Estudios de Ocio y Aproximación Multidisciplinar.

Estudios de Ocio

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, considerado 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 se desarrollan 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 entretenimiento de masas, las vacaciones o los hobbies, son algunos de los contenidos específicos de los Estudios de Ocio.

Se puede considerar que los Estudios de Ocio tienen distinta procedencia según el lugar hacia donde miremos. En Estados Unidos se vinculan tradicionalmente con la naturaleza, los parques y espacios naturales. Tam-

bién 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. 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 del pasado siglo. Ésta es la época en la que las universidades europeas crean sus primeros departamentos centrados en temas de ocio.

El movimiento universitario de los Estudios de Ocio tiene un carácter interdisciplinar. Eso explica que se manifieste en universidades y departamentos tradicionalmente poco afines: Educación, Economía, Ciencias Sociales, Deportes, Turismo 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 imparten 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 algunos casos, han tenido el apoyo de la Comunidad Europea o de otros organismos y asociaciones internacionales.

El modelo estadounidense, basado en currículos de diversos niveles y programas, con una parte común de formación troncal y diferentes opciones de especialización, puede servir de referencia para la introducción de estos Estudios en las nuevas reformas universitarias. Sus opciones (diseño de programas, gestión de servicios, gestión de recursos y recreación terapéutica) debieran seguir desarrollándose a través de contenidos de ocio tales como cultura, deportes, medio ambiente, turismo, etc., sin perder de vista el carácter global de ocio, relacionado con ámbitos diferentes, como estilos de vida y distintos grupos de población.

Junto a ello, la nueva cultura del ocio exige una formación en valores, en el sentido de las acciones y en la libre inversión de nuestro tiempo. Desde este planteamiento, el objeto del ocio humanista ha sido, desde siempre, un ocio formativo, es decir, un ocio en el que las personas han tomado las riendas de su propio ser y han salido de sí mismas encontrando espacios de diálogo común. Entre ellos el desarrollo del pensamiento, la cultura, las artes, los deportes, las vivencias altruistas o, incluso, las vivencias religiosas.

Aproximación Interdisciplinar

Un rasgo esencial de los Estudios de Ocio es la aproximación global al ocio, que, al ser entendido como experiencia de la persona y fenómeno de la sociedad, difícilmente puede ser abarcable desde el conocimiento de una sola de las disciplinas académicas tradicionales. Esto hace que, desde su inicio, los Estudios de Ocio hayan optado por conceder una importancia especial tanto a la multidisciplinariedad como a la interdisciplinariedad o la transdisciplinariedad.

En realidad se puede decir que el ideal de unos Estudios de Ocio actualizados es la transdisciplinariedad. Lo que se pretende es comprender y mostrar la vivencia y el fenómeno del ocio en el mundo presente. Pero esto sólo se puede conseguir a través de unas personas formadas multidisciplinariamente y con un entrenamiento práctico interdisciplinar. Más allá de toda disciplina, la transdisciplinariedad se ocupa de hacer preguntas y dar respuestas globales, comprensibles para el ciudadano. Preguntas y respuestas que, abordadas desde la investigación y la reflexión multidisciplinar, sean capaces de conectar con la persona no especializada, responder a interrogantes que se plantea en su quehacer cotidiano.

El lector que siga esta colección, Documentos de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, sabrá la preocupación de nuestro Instituto por la interdisciplinariedad. La mayor parte de los volúmenes anteriores se plantean así. Nunca nos ha importado trasvasar métodos de una disciplina a otra, hacer reflexiones sobre datos o aportaciones científicas desde campos y planteamientos diferentes a las que se encuadraban las investigaciones del momento.

Nuestra transdisciplinariedad ha ido permeando al profundizar en un determinado concepto de ocio, al tiempo que se nos ha ido esclareciendo desde un punto de vista humanista. También en la medida que hemos ido trabajando en equipo de modo interdisciplinar y multidisciplinar. La investigación disciplinar se refiere a un nivel de la realidad que no excluye los otros, sino que los complementa. De modo que disciplinariedad, multidisciplinariedad, interdisciplinariedad o transdisciplinariedad son distintos modos de aproximación que, sin excluirse, enriquecen y nos acercan al mismo conocimiento.

Como se hace explícito en el título, este libro es una aproximación multidisciplinar al ocio que estudiamos e investigamos a partir de un programa de formación concreto, el Doctorado en Ocio y Potencial Humano. Esto me obliga a explicitar algo del concepto de ocio que lo permea y del programa que lo encuadra, antes de referirme, finalmente, al contenido del libro.

Sobre el concepto de ocio

En el Instituto de Estudios que Ocio de la Universidad de Deusto entendemos el ocio como una experiencia integral de la persona y un derecho humano fundamental. Una experiencia humana integral, es decir, total, compleja (direccional y multidimensional), centrada en actuaciones queridas (libres, satisfactorias), autotélicas (con un fin en sí mismas) y personales (con implicaciones individuales y sociales). También como un derecho humano básico que favorece el desarrollo humano, como la educación, el trabajo o la salud, y del que nadie debería ser privado por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, nivel de salud, discapacidad o condición económica. Un derecho reconocido jurídicamente por distintas legislaciones.

Con el fin de investigar, reflexionar y profundizar en este concepto, trabajamos el fenómeno de la ocio desde unas coordenadas y dimensiones que recuerdo a continuación.

El ocio se presenta ante nosotros con un abanico casi infinito de posibilidades en las que resulta necesario orientarse, especialmente cuando lo queremos abordar desde un planteamiento humanista. Para llevar a cabo esta orientación necesaria hablamos de las coordenadas del ocio, constituidas por diferentes áreas de acción en las que el ocio se muestra de un modo diferenciado. Desde este punto de vista, el ocio puede manifestarse en cuatro coordenadas diferentes: Autotelica, Exotelica, Ausente y Nociva. Cada una de estas coordenadas tiene su área de acción y un tipo de vivencia de ocio diferente que se relaciona con experiencias de ocio autotélico, exotélico, ausente y nocivo.

El ocio autotélico se corresponde con las experiencias de ocio que se realizan de un modo satisfactorio, libre y por sí mismas, sin una finalidad utilitaria. Es el ocio desinteresado desde el punto de vista económico, el que nos proporciona la autorrealización y la calidad de vida. El ocio exotélico ve en su práctica un medio para conseguir otra meta y no como fin en sí mismo. Es evidente que las actividades de ocio pueden ser un modo de trabajar, negociar, relacionarse con un determinado entorno social, educar, rehabilitarse, mantener la salud y un largo etc. Cuando lo importante es cualquiera de estas metas y el ocio sólo es un medio para conseguirlas, estamos hablando de experiencias de ocio exotélico. Entiendo por ocio Ausente la carencia de ocio, una vivencia 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. Quien siente miedo ante la llegada de un fin de semana, de unas vacaciones o de la jubilación,

está teniendo una sensación desagradable que seguramente preferiría haber evitado. Finalmente, llamamos ocio nocivo a las experiencias de ocio deficiente, que carecen de uno o varios aspectos esenciales en el ocio autotélico y, por ello, tiene unas consecuencias negativas, individual o socialmente.

Las coordenadas del ocio permiten afirmar que no es lo mismo tener experiencias de ocio o dejar de tenerlas, que no es igual practicarlos 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 avanzar en el autoperfeccionamiento que nos proporciona. La dinamicidad del ocio implica la ausencia de estatismo y, consiguientemente, el hecho de que la práctica de ocio 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.

El ocio autotélico y el exotélico se caracterizan por ser experiencias marcadas por una clara direccionalidad positiva, por lo que se convierten en referencia de desarrollo. Los beneficios del ocio autotélico, aunque pudieran tener trascendencia social, son específicamente individuales, al ser consecuencia de una vivencia subjetiva gratificante. En los beneficios del ocio exotélico domina el carácter social, en la medida que se pretendan conseguir objetivos relacionados con el servicio a la comunidad. La direccionalidad positiva del ocio nos conduce a prácticas del ocio con sentido que se oponen al ocio nocivo y el ocio ausente, marcados por una direccionalidad negativa. La direccionalidad negativa incide insatisfactoriamente en el desarrollo humano, individual o social. En el caso del ocio ausente el perjuicio es esencialmente individual, puesto que hablamos de vivencias subjetivas, mientras que la incidencia del ocio nocivo es primordialmente social, en la medida que sus consecuencias afectan a la comunidad en general o a una parte de ella.

Las coordenadas del ocio y su direccionalidad sirven para orientar y clasificar las acciones de ocio, siendo esenciales para organizar la intervención humanista. Desde un punto de vista formativo el punto de referencia no puede ser otro que el desarrollo humano, por lo que el ocio humanista tiene su núcleo en el ocio autotélico o, si no fuera posible, en el exotélico. Respecto a la direccionalidad negativa, la educación del ocio tiene una enorme tarea, tanto en el ámbito preventivo como en el terapéutico, consecuencia de la ausencia de ocio o de su vivencia nociva. En ambos casos la intervención tratará de contrarrestar la acción negativa e impulsar prácticas de ocio gratificante, capaces de generar desarrollo humano.

Las dimensiones del ocio autotélico

Las coordenadas del ocio señalan áreas de acción diferenciada que permiten una primera identificación de las experiencias de ocio; pero, a su vez, cada área se concreta en manifestaciones específicas a las que reconocemos por unos rasgos propios y a las que denominamos Dimensiones del ocio. Las dimensiones del ocio se relacionan con distintos modos de vivir el ocio y con diversos ámbitos, ambientes, equipamientos y recursos. Se pueden localizar en cualquiera de las coordenadas del ocio, pero, en la medida que el ocio humanista busca el desarrollo humano, nos interesa conocer las dimensiones de ocio exotélico y profundizar en las dimensiones de ocio autotélico que, como ya se ha dicho, es el horizonte de la acción educativa.

Las dimensiones más conocidas del ocio exotélico son: productiva, educativa, terapéutica y distintiva. La dimensión productiva se refiere a las prácticas de ocio que buscan, ante todo, la utilidad, el negocio, en cualquier sentido. Como indica Roberto San Salvador del Valle, el ocio entendido como producto o como servicio participa de las fases de cualquier actividad económica: producción, comercialización, distribución... La importancia de la dimensión productiva del ocio y, en general, el desarrollo de un ocio útil ha hecho posible la aparición del ocio como nueva área de profesionalización. La dimensión educativa del ocio se centra de la educación como medio para la formación personal y comunitaria. En este caso el ocio desempeña una función motivadora y metodológica, pero no contempla entre sus objetivos la mejora del ocio personal o comunitario.

En la dimensión terapéutica la meta de referencia es la salud, ya sea como recuperación de posibilidades perdidas a través de procesos de rehabilitación, ya sea como prevención de enfermedades posibles. En ambos casos el ocio actúa también como medio y procedimiento. Finalmente la dimensión distintiva busca en el ocio la diferenciación y la distinción social. Es una dimensión cercana a la personalidad o a la identidad y, aunque sea un rasgo unido a las prácticas de ocio desde siempre, entendemos que puede transformarse en ocio exotélico en el momento que este aspecto domina sobre la satisfacción del ocio en sí mismo. Todo análisis de ocio realizado desde un punto de vista general y social tiene más de ocio interesado que de ocio autotélico. El ocio autotélico, fin en sí mismo, es, sobre todo, una visión que parte de la subjetividad, de una vivencia personal.

Sobre el ocio autotélico se ha dicho anteriormente que es, en realidad, el único ocio que existe, individualmente hablando, el único que se hace realidad en la vivencia de cada uno de nosotros. El ocio autotélico es una importante experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano que parte de una actitud positiva que induce a la acción y descansa en tres pilares esenciales: libre elección (al menos como percepción), fin en sí mismo y

sensación gratificante. A todos los demás ocios a los que se ha ido haciendo referencia se les puede denominar de otro modo: negocio, consumo, educación, vicio, ociosidad... El ocio autotélico se manifiesta en cinco dimensiones fundamentales: Lúdica, Ambiental-ecológica, Creativa, Festiva y Solidaria. He desarrollado lo que entendemos por estas dimensiones en otros estudios de esta misma colección a los que remito al lector interesado (Cuenca, 2000, 2005).

Tanto las coordenadas como las dimensiones del ocio autotélico que se acaban de recordar son puntos de referencia para el desarrollo personal y comunitario. No son ámbitos ni parcelas excluyentes, sino todo lo contrario. 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 personas o comunidades en las que no estén presentes 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.

El Programa Ocio y Potencial Humano

He señalado anteriormente que este libro tiene su sentido en el Programa de Doctorado «Ocio y Potencial Humano», un programa de formación que se puso en marcha, en la Universidad de Deusto, hace diecisiete años. Nunca hubiéramos imaginado que se impartiría, ininterrumpidamente, durante tanto tiempo y, mucho menos, que iba a ser un referente internacional en los programas formativos de investigadores. Como suele ocurrir en estos casos, el hecho de que la realidad haya superado las expectativas iniciales, tiene múltiples razones. Una de ellas, y no la más pequeña, es el esfuerzo continuado de un generoso equipo interdisciplinar de profesores que no ha cesado de superarse a sí mismo.

Durante los dos primeros años estuvo unido al Master Internacional del mismo nombre, que fue un proyecto conjunto de la Universidad de Deusto y el Politécnico de Leeds (UK), uno de los centros pioneros en el desarrollo de los Estudios de Ocio en Europa. Posteriormente, a petición del Director del Tercer Ciclo de la UD y con el fin de adecuarse a la legislación española, ambos programas se separaron, aunque nunca dejaron de tener una parte académica común y una comunicación fluida. El programa de doctorado siguió llamándose «Ocio y Potencial Humano» y el Máster pasó a ser «Master Degree in European Leisure Studies», denominación con la que se mantuvo durante diez años. En la actualidad se ha desglosado en el Master en Dirección de Proyectos de Ocio y el Master Europeo de organización de Congresos y Eventos. La Comunidad Europea consideró

al *Master in European Leisure Studies* uno de los mejores programas europeos de los años 90.

En el programa se consideró, desde su inicio, que, puesto que el planteamiento internacional es una de las características específicas de los Estudios de Ocio, este aspecto debía ser uno de sus rasgos distintivos. Este horizonte se llevó a cabo a través de los contenidos, los equipos docentes y el intercambio o la convivencia de estudiantes en foros internacionales. Los alumnos de las primeras promociones tenían la oportunidad de realizar parte de sus estudios en las universidades: Libre de Bruselas, Tilburg University (Holanda) y, por supuesto, en el Politécnico de Leeds. Con el paso de los años estas posibilidades se han ampliado a otras universidades de Alemania, Francia, Reino Unido, y Holanda. Muchos de ellos han aprovechado esta oportunidad, que ha contado con el apoyo de fondos de Bruselas.

El programa surge en un momento en que se revisa el quehacer universitario de la Universidad de Deusto para adecuarlo a la realidad. Se considera que la universidad no puede ignorar el interés de los nuevos enfoques interdisciplinares del conocimiento, ni la necesidad de personas debidamente cualificadas, capaces de responder a las nuevas demandas sociales con una preparación innovadora y actual, y desde distintos ámbitos. Ocio, calidad de vida y cultura eran y siguen siendo, cada vez más, temas de importancia capital en el desarrollo del potencial humano, individual o social. Así se evidencia en los análisis de las nuevas demandas sociales y las planificaciones políticas e institucionales.

Contenido del libro

El libro que se presenta aquí es una consecuencia de todo lo anterior. Los capítulos que siguen se han escrito con la finalidad de servir de introducción a las áreas de aproximación interdisciplinar al ocio, que se imparten en el programa de doctorado antes referido, pero somos conscientes de que pueden ser de gran ayuda para cualquier investigador, profesional o persona interesada en los Estudios de Ocio. La razón está en que no existe precedente de publicación similar en español que recoja tantas visiones disciplinares diferentes del ocio y, al mismo tiempo, desde el horizonte común que suponen pertenecer a un mismo equipo de docencia e investigación.

La colección Documentos cuenta con múltiples trabajos realizados por uno o varios autores, con un enfoque único o múltiple. En Estudios de Ocio dominan los planteamientos sociológicos, psicológicos y pedagógicos. Sin embargo, este libro nos abre un horizonte mucho más allá, asomándonos a diez áreas de conocimiento diferentes. Cada capítulo se aproxima al fe-

nómeno del ocio desde una intencionalidad y un punto de vista disciplinar distinto, específicamente diferenciado: Derecho, Economía, Estética, Ética, Marketing, Pedagogía, Política, Psicología, Salud y Sociología.

Estos temas no son todos los que se estudian en el Programa de Doctorado, ni todos los que pueden abordarse en la investigación, pero permiten dar una visión general de su objeto de estudio y aproximarnos a él. Como se plantean de un modo similar y se les otorga la misma importancia, se ha optado por ordenarlos según el orden alfabético de sus autores. No existe, por tanto, un orden lógico para su lectura. El objetivo fundamental de este libro es aproximarnos, desde el conocimiento y la contribución que se realiza en las distintas disciplinas, a los Estudios de Ocio. Sin ser una aproximación definitiva, los capítulos que siguen indican un camino recorrido y por recorrer, señalando unos hitos iniciales especialmente significativos.

Capítulo 1

Economía del ocio

Marta Álvarez Alday

¿El título es una provocación para un economista?

Desde el punto de vista de la ciencia económica, recuerdo cómo me impactó la lectura del maestro José Luis Sampedro (1959), cuando centraba el problema económico en su libro de *Realidad Económica y Análisis estructural*, aseverando que hablar de economía es hablar de hambre en el mundo. De hecho, el problema económico básico, del que no puede escapar ninguna sociedad, es la asignación de recursos *escasos* a la producción de bienes y servicios —algunos autores añaden «que hacen posible la vida»—, y su posterior distribución entre los miembros de la sociedad. Se trata, en definitiva, de decidir qué necesidades se cubren y cuales no y de quiénes. Bajo este planteamiento parece claro, que hablar de economía del ocio es un lujo, que en principio solo se pueden permitir las sociedades o los individuos que han cubierto sus necesidades básicas. Realmente, en las sociedades opulentas del mundo desarrollado: «El ocio se está convirtiendo en el nuevo centro de nuestra economía» (Stynes, Godbey and Kraus, 2005:1).

Desde una perspectiva más amplia, sin embargo, el objeto de estudio de la economía estaría acotado por las leyes sociales que rigen la producción y la distribución de los medios materiales que sirven para satisfacer las necesidades humanas (Álvarez, 2003). Esta aproximación, al poner de relieve el carácter social de la economía por referirse a leyes sociales y a necesidades humanas, incluye al ocio dentro de su objeto de estudio. Ya un clásico como Lipsey (1977) en su *Introducción a la economía positiva* planteaba, entre otras aportaciones, que la economía es una ciencia que estudia las conductas humanas y que abarca a todas las actividades que puede

realizar la persona, incluyendo lógicamente su actividad cultural, deportiva o viajera.

¿Qué se desprende de la realidad?

El ocio hoy es uno de los aspectos clave de las economías capitalistas modernas. Se aprecia en la economía real una creciente relación entre comercio, ocio, entretenimiento, cultura ó turismo. La evolución, por ejemplo, del concepto de Centro Comercial, ha hecho que el peso del ocio se haya duplicado en porcentaje en el total de superficie comercial en apenas quince años¹. Se prevé que hacia el 2015 los negocios orientados al ocio, desde los bares a los teatros de ópera, supondrán el 50% del PNB de los Estados Unidos (Molitor, 1999 y 2000^a). Los conglomerados industriales de «*big entertainment*» como el cine, la televisión, editoriales, música, hoteles y parques temáticos, serán la clave de este sector. Y para esta fecha se espera, que como media, las personas del mundo desarrollado podrían disfrutar del 50% de su vida en tiempo de ocio².

Se aventura una «Economía del Ocio» con nuevas actitudes y nuevas actividades en las que las personas tenderán a comprar experiencias en vez de bienes materiales, lo que redundará, en particular, en el crecimiento de las empresas que ofrezcan aventura y riesgo. El ser humano querrá conocer otras partes del planeta de primera mano y ya se ha estimado que China se convertirá para el 2020 en el primer destino turístico del mundo. «El tiempo libre será empleado por algunos para el desarrollo de sus capacidades personales. Otros lo emplearán en el ámbito espiritual, siguiendo la ancestral búsqueda del sentido de la vida. Sin embargo, una gran mayoría, emplearán este tiempo en actividades deportivas y otros entretenimientos» (Molitor, 2000^b:89).

¿A qué deberíamos aspirar?

Quizá debiéramos plantearnos el reto de considerar si el ocio, con su importante trascendencia económica, como trataremos de exponer, puede ser el catalizador que nos haga pasar de ser grupos humanos esclavizados

¹ En la Comunidad de Madrid se ha abierto el mayor Centro de estas características de Europa con, 240 tiendas, 30 restaurantes, 15 salas de cine, pista artificial para esquiar y circuito de karts, entre otras actividades, en un total de 134.000 metros cuadrados, con 7.500 plazas de parking y la esperanza de atraer 25 millones de visitas en un año.

² Por reducción del número de semanas de trabajo al año y por reducción del número de horas de trabajo a la semana; por las cada vez más numerosas —y con tendencia a ser más largas— vacaciones a lo largo del año y la jubilación a edades más tempranas.

en aras de la eficiencia —con poco tiempo para nosotros y nuestros allegados pero desbordados de bienes y servicios que quizá no sean esenciales— a sociedades que persiguen la satisfacción de sus necesidades —meditadas y elegidas— y de manera que se contemple y garantice la cobertura de las necesidades básicas de todas las personas del planeta de ésta y de las generaciones venideras.

¿Qué se entiende por Economía del Ocio?

En el ámbito económico parece haber existido una cierta resistencia o dificultad, a la hora de reconocer la importancia del impacto económico del ocio. En realidad, ello se debe a que somos herederos de la *revolución industrial* y nuestra prosperidad económica arranca de unos años de fuerte acumulación de capital, que permitieron a nuestras economías lanzarse a la producción industrial y aumentar la cantidad de bienes producidos, la renta y el empleo de manera sostenida en el tiempo. Así, toda nuestra concepción económica gira en torno a una economía en la que el sector industrial era clave. El ocio se definía como *tiempo de no trabajo* y se utilizaba como una forma de recuperarse para volver a trabajar.

El afianzamiento económico de los últimos años nos ha permitido ser testigos, como ya vaticinaron economistas de la talla de Galbraith (1957) en su descripción de la sociedad postindustrial, de cambios estructurales en los que la industria ha recortado su participación a favor de los servicios. El crecimiento de las industrias del ocio ha supuesto una parte importante de transición a esta economía post industrial (Bell, 1973).

La economía del ocio se refiere en una primera aproximación al impacto económico de todas aquellas actividades que se realizan en el tiempo de ocio. Sociedades con alto stock de capital físico y humano, donde la productividad es elevada y por lo tanto, en términos macro se puede producir más en menos tiempo o con menos horas de trabajo, han generado un aumento global del tiempo de *no trabajo* que han permitido una explosión de este sector, aunque su reparto no parece estar siempre equilibrado. Asistimos hoy a la concentración de horas de trabajo en determinados grupos, que han dado lugar al desarrollo de términos como *work alcoholic* u obras como *the overworked american* de Juliet Schor. La adición al trabajo ha atrapado a muchas personas en un ciclo de trabajo intensivo en detrimento de su tiempo de ocio y para muchos en un empeoramiento de su calidad de vida.

Desde una perspectiva bibliográfica resultan de obligada cita Dumazaudier (1964) y autores que colaboran con asiduidad, como Gratton y Taylor (2000) que abren la tradición anglosajona de búsqueda del impacto económico del entretenimiento y del deporte. En el ámbito sectorial, el turismo es

el primero en ser estudiado con profundidad por su contribución al PIB y a la generación de divisas. Se distinguen sus impactos directos e indirectos, incluso inducidos, aplicando la metodología aportada por *Leontieff* y sus «tablas input-output», para resaltar su efecto de arrastre sobre el conjunto de la economía. En el ámbito de la Europa Comunitaria se ha ido desarrollando la cuenta satélite del turismo (CST) que pretende dar una visión de su importancia económica global.

En el mundo del deporte (Heinneman, 1998 y Gratton, 2000 y 2004) aparece como protagonista, casi en exclusiva durante años, el football profesional. Las olimpiadas y los grandes eventos deportivos se estudian como ejemplo de inversión en infraestructuras y como motor de recuperación urbana e incremento de ingresos, con un efecto de arrastre brutal a través de la construcción de grandes equipamientos e infraestructuras, que a su vez reclaman la mejora de otras como aeropuertos, autovías u hoteles; la regeneración de amplias zonas industriales depauperadas —donde había ruinas se construyen puertos deportivos—, y un largo etcétera.

La cultura ha sido quizá la dimensión que más se ha resistido a su cuantificación económica (Thosby, 2001), porque tradicionalmente el arte o la creación se han revelado ante su posible vinculación con el negocio. Sin embargo, su trascendencia económica ha llevado a los gobiernos de los países desarrollados a buscar un consenso sobre su valoración y así se han ido desarrollando metodologías específicas. Por ejemplo, en España el Ministerio de Cultura optó desde 1995 por elaborar una publicación, «Cultura en Cifras», con metodología homogénea a la del resto de la Unión Europea, y que, por lo tanto, permitirá la comparación y agregación de los datos de los distintos países.

Significación económica del ocio

Es difícil identificar la importancia del impacto económico del ocio³. En principio no está recogido dentro de ninguna de las categorías que se utilizan para describir la actividad económica, ni existen estadísticas na-

³ Uno de los intentos de cuantificación de la Economía del Ocio más detallado es el llevado a cabo por la GREATER LONDON AUTHORITY (GLA) (2003): *Spending Time: Londons Leisure Economy*. Bajo una descripción de la economía del ocio en cinco capítulos (restaurantes, bares, espectáculos, deportes, apuestas y turismo), cuantifican el empleo en actividades de ocio en Londres en 300.000 personas, estiman que una quinta parte del gasto familiar es en aspectos relacionados con el ocio, llegando a la conclusión de que el sector del ocio en esta ciudad es una de las partes de mayor crecimiento de su economía. Un mercado de 9.5 billones de libras que supone en torno al 6 a 8 por ciento del total de la economía de Londres.

cionales bajo este epígrafe. Es un campo tan amplio que abarca actividades como el entretenimiento, el deporte, la recreación, el turismo, la cultura, la ropa para la práctica de actividades de ocio, la medicina deportiva, el calzado deportivo, los hoteles, los viajes, los centros deportivos o los centros comerciales, porque ocio se define como las actividades que se hacen durante el tiempo de «no obligación» con fines de deporte, entretenimiento o turismo (Gratton y Taylor, 2000).

Su importancia económica se trata de medir a través de aproximaciones a las cifras de empleo y gasto derivadas del sector. Se trata de estimaciones, pues como veremos, dependen de las actividades que se entiendan computadas en cada caso concreto, a falta de una única definición general y de la información disponible en cada caso. Así, por ejemplo, el Departamento de Comercio de EE.UU. incluye en el ámbito del ocio, los gastos en electrónica para el hogar, radio y televisión, música, juguetes, jardinería, libros y revistas, y equipamiento para el ocio, de tal forma que resulta ser un componente principal del gasto de los consumidores. Desde este punto de vista del *gasto*, el sector del ocio se ha convertido en una actividad económica fundamental. Las dos quintas partes más ricas de la humanidad dedican una proporción mayor de su gasto al ocio que a la comida en la medida en que, gracias al proceso de innovación⁴, al crecer los salarios y bajar los precios de los productos básicos, las personas, se comportan como predijo Maslow (Heartfield, 2000). Existen estimaciones como que los estadounidenses gastan alrededor de un tercio de sus ingresos en ocupaciones de ocio (Stynes *et al.*, 2005) o que para la economía de Londres el gasto relacionado con el ocio se sitúa en una quinta parte del total de gasto familiar.

En relación con el *empleo* en el sector del ocio, se podría considerar que hay algún empleo ligado al ocio en prácticamente todos los sectores de la economía. Se estima que en EE.UU., el empleo en el sector del ocio está entre cinco y veinte veces el generado por la industria del automóvil, dependiendo del tipo de medida que se emplee.

Sin embargo, la significación económica del ocio va mucho más allá de estas medidas de gasto o empleo *en* ocio. Podríamos considerar de una mayor trascendencia económica la dedicación y *utilización de nuestro tiempo de ocio*. De hecho, es de mucha mayor relevancia el que la mayor parte del gasto de los consumidores ocurra *durante su tiempo de ocio*. Incluso, se podría afirmar que la *compra por puro placer* se ha convertido en una de

⁴ La innovación tecnológica afecta a la industria del ocio, no solo a través de la liberación de tiempo y dinero que se dedicará a aumentar su demanda sino que también transforma el propio uso del tiempo de ocio. Así por ejemplo, el cine, la televisión, el video los canales por satélite y ahora digitales, compiten entre sí.

nuestras más populares actividades de ocio (considérese la proliferación de *shopping malls* en Europa con unos cuantos años de retardo respecto de su generalización en EE.UU.). En realidad, todavía los estadounidenses dedican entre tres y cuatro veces más de tiempo al año en este tipo de compras que los europeos.

Estos «grandes centros comerciales y de ocio» cada vez más se asientan como el punto de encuentro de adolescentes, de personas mayores para hacer ejercicio y en todo caso, un sitio agradable para estar y en definitiva, pasar el tiempo. Convendría precisar además, que los centros comerciales no son los únicos que utilizan el ocio para vender sus productos. Empresas de todo tipo nos venden o anuncian sus productos durante nuestro tiempo de ocio, utilizando en muchos casos precisamente nuestros propios intereses en ocio. Sirvan como ejemplos la publicidad en los partidos, en el cine, o en los periódicos.

El tiempo, se podría considerar nuestro bien más escaso. La calidad de nuestras vidas está determinada, en gran medida, precisamente en cómo utilizamos nuestro tiempo. El incremento de productividad y eficiencia nos permitiría producir lo mismo que hace cincuenta años en la mitad de tiempo (o sea que podríamos haber optado por trabajar seis meses al año o cuatro días a la semana) y lo que hemos hecho es aumentar —¿¿sin límite??— la cantidad de bienes y servicios, producidos y consumidos —aunque esto parece más bien una imposición de las empresas que de los trabajadores—. Robinson y Godbey (1999), en sus estudios, llegan a estimar que la mitad de los trabajadores de EE.UU. estarían dispuestos a trabajar un día menos reduciendo su salario. Lo cierto es que aunque hay cada vez más historias personales de renuncia a ingresos por tiempo, de momento su implantación a gran escala está relativamente lejos.

¿Qué hay de fondo? Un aumento en el tiempo de ocio exigiría un cambio en nuestra forma de vida que implica una reducción de los gastos, incluidos los gastos en ocio, con consecuencias económicas de extraordinario calado. Por un lado, se recorta la disponibilidad de renta para futuras posibles demandas de bienes y servicios, pero por otro lado, afecta directamente a la estructura productiva, con menos necesidades de empleos, especialmente en los servicios que cubrían la demanda de aquellas personas que dejaban de hacer determinadas actividades porque estaban trabajando⁵.

⁵ Esto sería especialmente notable en Estados Unidos donde se estima que el gasto en restaurantes es casi el triple por unidad familiar frente al de Francia o Alemania. Considérense en este sentido, no sólo el empleo relacionado con restaurantes y cafeterías sino también el de los servicios de limpieza, lavandería, o cuidado de niños y enfermos, por ejemplo.

Se podría admitir que la comercialización del ocio se hace a costa de sus valores intrínsecos como son la libertad, la creatividad, el aprendizaje, la socialización o el desarrollo personal. Se ha forzado un ocio que debe producirse masivamente, comprarse, venderse y consumirse en grandes cantidades para ser significativo en términos económicos porque el producto nacional bruto (PNB) y otros indicadores económicos, tal como están concebidas nuestras Contabilidades Nacionales, solo registran las transacciones de bienes y servicios en el mercado. De momento, aquellas experiencias de ocio que proveemos nosotros mismos y que pueden ser terriblemente enriquecedoras no aumentan la riqueza oficial de nuestras economías. Es más, poner una fábrica donde había un parque aumenta el PNB de cara a su valoración económica.

El Tiempo de Ocio

En su concepción general, se entiende como aquel tiempo no dedicado a actividades de carácter obligatorio, o que es necesario hacer, como el trabajo, el cuidado de la casa, los negocios, la educación, el comer o el dormir. Se le denomina tiempo libre en este sentido de haber cumplido con todas las obligaciones (aunque esto es relativo, puesto que muchas de ellas se pueden hacer por placer o por su utilidad en el largo plazo). Es un concepto que arranca a finales del siglo XIX, con el aumento de la productividad ligado al proceso de industrialización que sufre occidente. Este aumento de productividad continuado ha ido generando bolsas de desempleo que históricamente se morían de hambre, emigraban o malvivían de la caridad. Después de la segunda Guerra Mundial se propuso como solución una expansión del tiempo de ocio (Jenkins y Sherman, 1979 y Gorz 1982), pero quedó en utopía por el peso insoportable para las finanzas públicas y por el impacto negativo en la disciplina para el trabajo. Ya en los 80, en las sociedades desarrolladas aparece la polarización de la clase trabajadora, entre las familias con doble ingresos trabajando los dos para aumentar sus niveles materiales de vida y los que no tienen empleo.

Podríamos considerar que la revolución más importante, probablemente, se está fraguando en el largo plazo y es la distribución del tiempo de ocio en la sociedad, directamente ligada a la distribución del tiempo de trabajo, no solo afectada por las condiciones estructurales del mercado laboral sino por nuestros propios valores. En el mundo capitalista marcado por la cultura calvinista y la ética del trabajo protestante solo está bien visto el ocio activo (la práctica de deportes o los viajes) o el pasivo en tiempo de vacaciones como pueda ser el descanso al sol. Sin embargo, existe un concepto negativo del ocio inactivo, sin considerar

la situación financiera de quien lo realiza. Surge el fenómeno, ya comentado del *work alcoholic*, que bien se podrían definir como el que trabaja más de lo que necesita; que prefiere trabajar a dedicar tiempo al ocio o a la socialización⁶.

Deberíamos desarrollar planteamientos imaginativos, que permitan evitar que parezca más rentable en la cuenta de resultados sobrecargar a los que están empleados, que contratar más personal, porque se constata que volcarse en un trabajo, abandonando el tiempo de ocio, puede suponer un grave desequilibrio individual, familiar y en último término social.

¿Cómo se usa?

La utilización del tiempo de ocio en el mundo industrializado implicaría al menos tres aspectos (Schor, 1991):

1. Nuestra *actitud hacia el tiempo*. Nuestra ética, más o menos generalizada, de consumo sin límite de bienes y servicios se ha hecho efectiva en el consumo de experiencias, convirtiendo el tiempo en el bien más escaso. La consideración de la eficiencia como valor máximo en nuestra cultura, ha supuesto que muchas de nuestras actividades de ocio se hagan con la misma actitud de ahorro de tiempo que en el trabajo, eliminando de esta manera gran parte de su placer. Así, el tiempo se ve como un recurso a utilizar de forma eficaz y eficiente, más que como un recurso a utilizar para mejorar la calidad de nuestras vidas. El concepto de la antigua Atenas del ideal de ocio como *estar libre de la necesidad de estar ocupado*, no es comprendido por la mayoría de las personas que en la sociedad vertiginosa de nuestros días consideran la contemplación como una pérdida de tiempo; en realidad en nuestras sociedades, estar ocupado se ha convertido en lo más importante para muchas personas. De fondo está la ética puritana que concibe el juego y la diversión como enemigos de la productividad social, cuando está demostrado que el trabajo y la diversión no solo son compatibles, sino que divertirse es necesario para rendir más.
2. La *distribución del tiempo libre a lo largo de nuestra vida* puede ser sometida a revisión. En la actualidad estamos concentrando la

⁶ Algunos se ven forzados a sacrificar su tiempo de ocio para no perder su puesto de trabajo o para crecer en la jerarquía de las grandes corporaciones, que casi nunca ofrecen como reconocimiento más tiempo libre sino más sueldo, mas responsabilidades o cometidos.

práctica totalidad del tiempo libre en la jubilación y en la adolescencia. Sin embargo, la pareja de padres trabajadores con hijos, prácticamente no dispone de tiempo. Cabría plantearse una redistribución de este tiempo libre en la sociedad a través de permisos de maternidad / paternidad largos, trabajo flexible, jornadas parciales, u otras fórmulas imaginativas, porque sí parece conveniente repensar el uso de *nuestro tiempo* pensando en la sociedad del futuro⁷.

3. El deterioro sufrido en los países industrializados en relación con la *educación para el empleo provechoso del tiempo de ocio*. Quizá el mayor problema se refiere a la falta de preparación para el empleo de este tiempo de ocio. El enfoque hacia la productividad y la eficiencia han llevado a que el tiempo libre se invada de aprendizaje de habilidades para el trabajo, incluso la educación ha ido recortando su faceta literaria y artística, además de la filosófica, a favor de la ciencia y de la técnica. No se trata solo de que no haya suficientes bibliotecas, museos o parques, sino de que la población no tiene una sensibilidad desarrollada y una formación adecuada para su disfrute. En general, se podría afirmar que el ciudadano medio pasa la mayor parte de su tiempo libre comprando en un mall o viendo un *dvd* o una cadena de televisión.

La cuestión es, por lo tanto, si sabremos hacer un buen uso de ese tiempo libre que se espera vaya en aumento. Desde el punto de vista psicológico (Godbey, 2005), parece que su mejor dedicación es a aquellas actividades en las que se pueden ir asumiendo retos en la medida en que se desarrollan las habilidades y destrezas (el ajedrez, la escalada o el piano, por ejemplo). Pero, de nuevo, esto requiere no solo una adecuada preparación sino el desarrollo previo de una sensibilidad.

Se constata además, que el destino de ese tiempo a la compra masiva de bienes y acumulación ávida de experiencias, a la que han accedido una gran parte de la población de los países desarrollados, no se ha traducido en una mayor felicidad. El profesor de economía de la *London School of Economics*: Layard (2003), investigó la capacidad que tiene el ser humano a adaptarse a las mejoras rápidamente. De sus investigaciones dedujo que una vez mejorada la situación de *todos*, el individuo no percibe ya su mejora: lo que importa es la comparación. Se podría argumentar que la felicidad no reside solo en bienes materiales.

⁷ Pensemos, por ejemplo, cómo esta utilización del tiempo hoy, condiciona la educación de nuestros hijos, que cada vez ven más televisión, hacen menos deberes y están menos con sus padres y que son la sociedad del mañana.

Avances cuantitativos del impacto económico en las tres ramas clave

La cuantificación de la importancia económica del ocio se ha venido realizando a través de sus tres ámbitos principales, como se expone a continuación, aunque esta separación resulta cada vez más difícil porque las sociedades avanzadas, aún situando al turismo en un lugar preferente entre las opciones para pasar el tiempo libre, lo han hecho por motivaciones como son el descanso, la cultura, la religión, la salud o las prácticas deportivas. Y la interrelación entre las distintas actividades de ocio es fuerte y creciente.

Turismo

La Comisión de Estadísticas de Naciones Unidas define el turismo como «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos» (IET, 2004:3).

Se trata de la primera actividad en ser cuantificada desde el punto de vista económico. Sabemos que el año 2004 ha alcanzado la cifra récord de 763 millones de llegadas de turistas internacionales con el mayor índice de crecimiento de los veinte últimos años, lo que supuso un nuevo máximo en la cifra de ingresos derivadas del turismo internacional: 622.000 millones de dólares de los EE.UU. (OMT, 2005).

El World Travel & Tourism Council (2005) prevé un empleo para 2013 de casi los 250 millones de personas en el mundo y una demanda de casi 6.000 (en billones de dólares EE.UU. a precios constantes de 1990).

En la aproximación a la evaluación de la importancia del turismo en España, hay que destacar que la aportación de las actividades turísticas al producto interior bruto supera el 12% y proporciona empleo a cerca de 1.500.000 personas, lo que representa una tercera parte del empleo en los servicios, excluido el comercio. Por ello, el turismo constituye una de las actividades económicas de mayor calado en el panorama nacional, llegando a constituir la principal fuente de generación de renta en algunos municipios españoles. Desde el punto de vista microeconómico, el indicador más revelador es el referido a la disponibilidad de oferta de alojamiento. En conjunto, desde 1970, se han triplicado las plazas disponibles en hoteles. Paralelamente se han ido desarrollado otras propuestas como la acampada, los apartamentos y cada vez con más fuerza el turismo rural. Desde la perspectiva empresarial se elevan a más de 450.000 empresas las diversas ramas de actividad que componen el sector turístico.

En los años más recientes, España ha ido afianzando su posición en el panorama mundial y ocupa el segundo lugar entre las preferencias de los turistas, por detrás de Francia y superando en el ranking a EE.UU. En el ejercicio 2003 llegaron a España algo más de 52 millones de turistas extranjeros (el 7,5 % del mercado mundial). Estos visitantes generaron ingresos por valor de 37 miles de millones de euros (lo que sitúa a España en el segundo puesto mundial, en este caso detrás de EE.UU. y seguida de Francia).

La aportación de divisas turísticas continúa resultando una ayuda importante con la que compensar el tradicional déficit comercial español: el saldo de la sub-balanza de turismo y viajes del ejercicio 2003 permitió una tasa de cobertura del 78%, contribuyendo en definitiva, al desarrollo económico y a la modernización del país.

El turismo es un sector de actividad transversal en el que conviven servicios y negocios de diversa índole como la restauración, el transporte, los servicios relacionados con el ocio, las empresas deportivas, e incluso el sector comercial y la construcción. La relevancia económica asociada a los servicios turísticos, su complejidad intersectorial y su fuerte implicación con el territorio, son razones que han llevado a realizar investigaciones y estudios que van fundamentalmente en estas líneas. Así, *Papeles de Economía Española* ha editado un monográfico, el n.º 102 de 2004: «El turismo: Retos y posibilidades de un sector estratégico», en el que se recogen las líneas de investigación más importantes con relación a instrumentos de medida cuantitativos y cualitativos que ayuden a conocer el peso real de la economía turística y los nuevos retos a futuro del sector.

SU CUANTIFICACIÓN

Al tratarse no de la producción de bienes y servicios sino del gasto de un determinado tipo de consumidor (turista o excursionista, residente o no) en bienes y servicios, no está clasificado como actividad económica. El Instituto de Estudios Turístico (IET) es el propulsor, en primera instancia, de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) que se presenta como la herramienta más adecuada para la cuantificación de los impactos económicos del turismo. Su objetivo es la medición macroeconómica del turismo siguiendo las recomendaciones de los organismos internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), la OCDE y el Eurostat, dentro del marco de la Contabilidad Nacional de España⁸.

⁸ Los organismos que interviene en su elaboración son el Instituto Nacional de Estadística, el Banco de España y el Instituto de Estudios Turísticos. Se encuentra disponible la serie contable 1995-2003.

Tres grandes magnitudes recogen el impacto económico del turismo: el consumo, la oferta de bienes y servicios y el empleo.

El consumo: siguiendo a la OMT (1991) se trata de: «Todo gasto efectuado por el visitante o por su cuenta durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino». Los motivos turísticos que considera la OMT son el ocio, los negocios, visitas de familiares y amigos y tratamientos de salud⁹.

La oferta de bienes y servicios: La elaboración de la CST exige la previa construcción de las tablas Input-Output, porque se trata de estimar la parte de producción de determinadas ramas de actividad destinada a cubrir la demanda turística. Ante la dificultad de encontrar una rama de actividad exclusivamente turística, para su estimación se identifican servicios incluidos en el paquete turístico como transporte, restauración, alojamiento y otros; se estima una renta ficticia a segundas residencias de uso turístico; y se tratan de conocer los bienes inmuebles vinculados, desde la doble perspectiva de actividad de construcción y de bienes de capital producidos.

El mercado laboral interesa no solo en cuanto a número de empleos sino en cuanto a su calidad. En España se estudia desde el lado de la oferta definiéndose como el conjunto de actividades que total o parcialmente producen bienes y servicios que son adquiridos por los turistas, lo que supone dejar fuera el empleo indirecto. Destacan como principales limitaciones, el hecho de que se incluye el gasto de residentes locales en esos epígrafes y se excluye el gasto de turistas en actividades no características.

Como rasgos básicos del empleo, cabe señalar su estacionalidad, un empleo vinculado al nivel de actividad (contratos temporales y a tiempo parcial), una rotación de personal elevada (baja productividad y calidad del servicio prestado) y el empleo de jóvenes y mujeres por su precariedad.

TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO

Como ya se ha expuesto, desde el punto de vista de su impacto económico, se valora su capacidad de generación de producción, empleo y renta, su efecto positivo en la balanza de pagos, el efecto de arrastre que tiene sobre otros sectores y la posibilidad que ofrece de diversificación a la economía. Los países pobres han visto, por ello al turismo, como una solución a corto plazo para salir de la pobreza y a largo, como una promesa de crecimiento económico por las posibilidades de diversificación. La con-

⁹ Se trata no sólo de cuantificarlos sino de conocer su composición en cuanto a la unidad realizadora del gasto: hogares (residentes y no residentes; dentro y fuera del territorio económico nacional); empresas (gastos por cuenta de las empresas) y administraciones públicas (viajes de sus funcionarios pagados por la Administración Pública).

trastación real después de diversas experiencias sugiere, sin embargo, que sin una planificación estratégica coherente, el resultado probable son unas infraestructuras deterioradas, una inestabilidad política y social, un control y dependencia externas y un bajo efecto de arrastre sobre sus propias economías (Díaz y Galindo 2001; Álvarez, 1999). Si el país receptor permite una sobreexplotación de su ecosistema, el deterioro de su medioambiente llevará a una pérdida de calidad del entorno y, por lo tanto, de su producto turístico.

Una de las líneas más trabajadas en la actualidad, que se presenta como una alternativa al turismo de masas, bajo diferentes enfoques como ecoturismo, turismo sostenible, turismo rural, o turismo natural, lo que promueve, es el respeto al ecosistema, la recuperación de la pequeña dimensión de los negocios, el equilibrio en la distribución geográfica y una alta participación local. Se trata de «Buscar un turismo consistente con los valores sociales, de la Naturaleza y de la comunidad que permiten al que llega y al que vive compartir el entorno» (Eadington y Smith, 1992:3). Subyace a todo ello un planteamiento de *sostenibilidad social y medioambiental y la satisfacción de todos* los implicados donde el turismo aparece como el catalizador del desarrollo económico sostenible. En esta línea se pronuncia recientemente el World Travel and Tourism Council, al defender un nuevo turismo sobre la línea del «equilibrio entre el negocio económico, las personas, el medioambiente y la cultura, que promueva la prosperidad y el crecimiento a largo plazo» (WT&TC, 2005: 3).

Cultura

La construcción de la economía de la cultura no ha procedido del mundo de los «estudios de la cultura» ni tampoco de las principales escuelas económicas. Sin embargo, las reflexiones que algunos economistas destacados han dedicado a la economía del arte han permitido establecer los escalones para una aproximación en este campo. Siguiendo a García, Fernández y Zoffo (2001), en la tradición anglosajona, la primera, la economía de la cultura no se dirigió al estudio de las industrias culturales, quizá por considerarse que las mismas caían dentro de la competencia de la economía industrial.

El análisis actual de la cultura y el ocio desde una perspectiva económica presenta una relevancia creciente que ha dado origen a una disciplina propia dentro del análisis económico. Se reconocen sus peculiaridades (Baumol y Bowen, 1966; Frey, 2000) en cuanto a *bienes de producción y consumo*, al tratarse de una oferta escasa, una demanda que se manifiesta de forma colectiva y sin presentar exclusión ni disminución en la cuantía

disponible y su valor institucional, debido al interés público que les caracteriza al generar elevadas externalidades; o bien como *mercancías* al intercambiarse en mercados masivos.

A la hora de delimitar la *industria de la cultura* y el ocio el referente habitual es la definición aportada por Bustamante y Zallo (1998) como conjunto de ramas y actividades auxiliares, productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.

La delimitación y valoración económica de esta industria, debe abarcar así tanto su oferta privada como la provista por el sector público. García, Fernández y Zoffo (2001:19) distinguen dos subsectores:

- a) Actividades culturales de mercado realizadas por el *sector privado*, que a su vez se dividen en tres tipos: tipo I o directas, que son aquellas sujetas a copyright y, por lo tanto, susceptibles de generar derechos de copyright; tipo II o indirectas, que se asocian a la distribución de las creaciones culturales y de ocio y las tipo III, también indirectas, pero que representan vehículos de transmisión indispensables para los bienes y servicios culturales y de ocio.
- b) Las actividades culturales de *ámbito público*, que exigen considerar los distintos sectores institucionales que realizan estas actividades, así como el tipo de actividad que realizan. Por institución se agrupan, en el caso de España, en tres bloques según sean llevadas a cabo por el Estado, las Comunidades Autónomas o las Corporaciones Locales.

Por la naturaleza de la actividad, siguiendo los criterios de la Contabilidad Nacional, se pueden clasificar en dos: actividades culturales que se corresponden con la provisión sin ánimo de lucro de bienes y servicios de un marcado carácter social (como una biblioteca) y el sector público empresarial cuyas actividades se corresponden con un perfil mercantil, por lo que su valoración se realiza conjuntamente con la del sector privado al estar sujetas a tributación.

En resumen, su impacto económico se desdoblaría en dos: el de ámbito privado en el que se incluye la actuación empresarial del sector público; y las actividades culturales realizadas por el sector público-administraciones públicas-función 4.5 dentro de la producción de bienes públicos de carácter social —recogido en los presupuestos de las diversas administraciones: estados, comunidades autónomas y corporaciones locales—.

La dimensión económica de la industria de la cultura es cada vez mayor en unas sociedades desarrolladas en las que la demanda de productos

culturales y de entretenimiento crece al instalarse en los hábitos de consumo de los ciudadanos. La dificultad radica en «acertar» con una definición de actividades suficientemente válida y en disponer de información fiable y homogénea. El sector cultural y del ocio se sitúa hoy entre uno de los más dinámicos de la economía Española, pudiendo prever una mayor expansión en el futuro dado la demanda potencial aún no satisfecha plenamente por el mercado. De las investigaciones de García, Fernández y Zofío (2001), se constata que la industria de la cultura y el ocio se encuentra entre las seis primeras actividades productivas en España. Supuso en 1992 el 3.1% del PIB en términos constantes alcanzado el 4.5% en 1997 (4.2% sector privado y 0.3% sector público). Los datos para EEUU son del 5, 62 y 6,53% respectivamente.

Deporte

El interés por el análisis económico del deporte profesional ha crecido desde 1990, reflejándose en diversos artículos en revistas especializadas y libros (Downward, 2004).

El deporte supone un motor de crecimiento económico y debe ser considerado como un yacimiento de empleo, como ya reconoció la Comisión Europea en su *Libro Blanco* sobre el crecimiento, la competitividad y el empleo. En los últimos años hemos asistido al despegue del deporte, no sólo como actividad humana lúdica y saludable, sino como deporte espectáculo, deporte negocio y como hecho social de relevancia. Este cambio supone, además, el descubrimiento del potencial del deporte, tanto para los medios de comunicación como para las empresas que buscan en el patrocinio su estrategia de marketing. Señalar, por último, que requiere importante financiación porque la nueva realidad hace que la competición se traslade desde el ámbito deportivo al económico, siendo cada vez más necesarios los recursos financieros para mantener el interés del espectáculo.

El deporte así considerado, se ha convertido en un fenómeno cultural y representa una importante industria de ocio. El desarrollo económico ha propiciado un mercado del deporte en el que se pueden encontrar una gran diversidad de actividades deportivas que satisfacen los gustos y necesidades de una población altamente heterogénea. El impacto económico del deporte ha aumentado por la aparición de nuevos mercados que Heinemann (1998) agrupa en cinco:

- El deporte realizado con carácter lucrativo como gimnasios o campos de golf.
- La práctica informal de deportes como el esquí o el montañismo.

- El material deportivo y equipamiento de deportistas.
- Los contenidos deportivos para medios de comunicación: «el deporte espectáculo».
- Y el deporte como mercado de patrocinio y otras actividades de marketing.

Todos estos segmentos están creciendo de forma importante en el mundo desarrollado, sin olvidar los grandes acontecimientos deportivos, como pueden ser los Juegos Olímpicos¹⁰. Su conexión con la imagen del país /ciudad y su efecto de arrastre sobre la industria turística¹¹ es tal, que es frecuente la pugna por celebrar torneos internacionales de golf, juegos olímpicos o torneos de tenis, por ejemplo. Sin embargo, el impacto económico de los grandes acontecimientos deportivos está empujándose a estudiar no pudiendo garantizarse aún sus resultados (Gratton *et al*, 2000).

¿Cuál es la aportación del ocio a la economía?

Se ha reflexionado sobre la importancia económica del sector del ocio; su capacidad de contribuir a la generación de producción, empleo y renta; su impacto en términos de liberación de tiempo de ocio y de cómo es, o incluso, cómo debiera ser la utilización de ese tiempo, tanto en el ámbito individual como a escala social.

El avance imparable de las empresas proveedoras de *bienes y servicios de ocio o para el ocio* ha ido desplazando la actividad industrial y ha dado lugar a la expresión «cuaternarización de la economía», en respuesta a la creciente dedicación de tiempo y dinero en el mundo desarrollado a actividades de «compra» masiva de todo tipo de artilugios, ropa, comida barata de origen internacional, servicios de boleras, cines y un largo etcétera. Su representación por excelencia son los *shopping-mall*, agradablemente decorados y ambientados, en una sociedad de superabundancia que reproduce el concepto de bienestar material tan arraigado en Estados Unidos. El impacto económico de este comportamiento es tan importante, que no sólo afecta al desarrollo de locales de comercio en amplias zonas del mundo desarrollado, sino que tiene empleados a un buen porcentaje de personas de países pobres en este momento.

¹⁰ Conviene señalar que hasta 1980 su celebración a escala internacional había supuesto pérdidas para la ciudad y el país anfitrión. Es a partir de la experiencia de 1984 en la ciudad de Los Ángeles cuando se consigue invertir la tendencia, generando un excedente económico.

¹¹ Australia por ejemplo ha llegado a cuantificar en un 5% la contribución a los ingresos por turismo de la celebración de eventos deportivos en su territorio.

Sin embargo, este concepto de ocio es un concepto limitado que no considera el desarrollo integral de la persona. Es preciso reivindicar un concepto de ocio como derecho de la persona a crecer. Siguiendo a Cuenca (1999:19): «Cuando hablo de ocio no me refiero a la mera diversión, el consumo material, el ocio pasivo o la simple utilización del tiempo libre. Aludo a un concepto de ocio abierto a cualquier perspectiva presente y futura, pero al mismo tiempo, entendido como marco de desarrollo humano y dentro de un compromiso social».

Bell (1973) preconizaba que la sociedad postindustrial implicaría cambios en los valores y en las metas de las sociedades, dejando de priorizar la eficiencia en la producción para centrarse en dar servicio a las necesidades de la sociedad. En este sentido podríamos intuir que el ocio nos puede ayudar a liberarnos de esa excesiva preocupación por la eficiencia, a dar el salto desde el enfoque economicista de aprovechamiento máximo de los recursos hacia la preocupación por dar cobertura a las necesidades de la sociedad, entendidas desde la dimensión personal y social. El ocio, en definitiva, puede ser un catalizador para reformar los objetivos y valores de nuestros sistemas económicos orientándolos más a la satisfacción de las necesidades de las personas y de las sociedades que a la maximización de la producción de bienes y servicios.

En realidad, el ocio, puede convertirse en el dinamizador de los cambios más significativos de nuestra sociedad y nuestra economía. De hecho, cuando se habla de los beneficios del ocio se incluyen la salud física y mental, el desarrollo de la familia, la conciencia medioambiental y el desarrollo económico. Desde el punto de vista de los beneficios económicos del ocio, destaca el efecto de arrastre de las infraestructuras de ocio sobre el conjunto económico de referencia así como la importancia del gasto en este ámbito. La demanda, entendida desde el punto de vista estrictamente económico como la «expresión de los deseos de compra a cada precio» es creciente en reflejo de unos consumidores ávidos de este tipo de actividades/bienes o experiencias. De hecho, la industria del ocio es hoy, como se ha expuesto, una de las más importantes en términos de generación de ingresos, cash-flows y empleo.

Somos seres humanos, no nos limitemos al *homo economicus*. El ocio puede ayudarnos a la búsqueda de nuestro equilibrio. «Evaluar el ocio desde planteamientos aristotélicos, es decir, desde un posicionamiento de felicidad, tiene pleno sentido tanto desde un punto de vista individual como social. Cada día que se prolonga la media de vida, la importancia de la calidad del ocio aumenta y se hace más significativa. Ayudar a los demás repercute en nuestra identidad personal y social, es una fuente de autoestima, nos proporciona satisfacción y orgullo. El desarrollo de la dimensión solidaria del ocio es un SOS a la esperanza.»(Cuenca, 2004:49).

En resumen, en el mundo desarrollado se ha generado un concepto de ocio consumista que sin duda es un motor de crecimiento constante en el comercio y la industria. Sin embargo, debemos entender el ocio desde la perspectiva del derecho que tienen las personas de disponer y utilizar su tiempo, sus recursos y sus espacios de ocio. Personas que pueden ser jóvenes o ancianas, con más o menos recursos económicos, con alguna posible discapacidad física o mental. Deberíamos, los herederos de los logros de la industrialización, ser capaces de construir y disfrutar experiencias de ocio integral y solidario que sirvieran para reforzar el sentido humano de la vida. Y así lanzar puentes a las generaciones actuales y futuras. El sector del ocio puede tener una responsabilidad importante y ayudar a la sociedad de los países ricos, a sus ciudadanos, a ser más solidarios y respetuosos. Siguiendo a Wilson (2000: 99): «Ciencia y tecnología combinadas con una falta de entendimiento e incapacidad de penetrar en los fundamentos de la naturaleza humana de decidir quienes somos, dónde vamos, qué estamos haciendo aquí, en otras palabras, nuestra obstinación paleolítica, nos han traído donde estamos». La combinación de ciencia, tecnología y moral, por lo tanto, debieran servirnos para hacer más rica nuestra vida, la del resto del planeta y la de las generaciones venideras. Como bien dice Don Quijote: «que el buen paso, el reposo y el regalar allá se inventó para los cortesanos, mas: el trabajo, la inquietud y las armas solo se inventaron e hicieron para aquellos que el mundo llama caballeros andantes».

Bibliografía

- ALVAREZ ALDAY, M. (1999): «Impacto económico del turismo en el primer y tercer mundos: La alternativa del Ecoturismo». *6.º Congreso Mundial de Ocio*. Universidad de Deusto: Bilbao.
- ALVAREZ ALDAY, M. (2003): *Introducción a la Estructura Económica*. Bilbao: Descleé de Brouwer.
- BARNETT, L.A. (2005): *Research about leisure: past, present & future*, Londres: Saganore Publishing.
- BAUMOL, W.J. y BOWEN, W.G. (1996): *Performing Arts: The Economic Dilemma*. Cambridge: MIT.
- BELL, D. (1973): *The coming of post-industrial society*. Harper Colophon Books.
- BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (1998): *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal.
- CUENCA, M. (1999): *Ocio y Formación-Hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (2000): *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- CUENCA, M. (2004): «El ocio desde la dimensión solidaria. Estudio de un grupo de jóvenes universitarios» en LÁZARO, Y. (ed.): *Ocio, Inclusión y Discapacidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DÍAZ MIER, M.A. y GALINDO MARTÍN, M.A. (2001): «Una brecha amplia: cultura y desarrollo económico» en *Información Comercial Española revista de Economía*, n.º 792, Págs. 31 a 41.
- DOWNWARD, P. (2004): «On leisure demand: a Post Keynesian critique of neoclassical theory», *Journal of Post Keynesian Economics*, Spring 2004, vol 26, n.º 3, pp. 371-394.
- DUMAZEDIER, J. (1964): *Hacia una civilización del ocio*. Madrid: Estela.
- EADINGTON, R.W. y SMITH, V.L. (1992): *Tourism alternatives: Potentials and problems*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- FREY, B. (2000): *Arts and Economics*. Springer-Verlag.
- GALBRAITH, J.K. (1957): *El nuevo estado industrial*. Barcelona: Ariel.
- GARCÍA GRACIA, M. I.; FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Y.; ZOFIO PRIETO, J.L. (2001): «La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: Análisis nacional, regional y sectorial» en *Información Comercial Española revista de Economía*, n.º 792, pp. 42 a 60.
- GODBEY (2005): «The problem of free time: it's not what you think», *The Academy of Leisure Sciences, White paper n.º 8*, London.
- GORZ, A. (1982): *Adiós al proletariado*. Barcelona: El viejo topo.
- GRATTON, C. y TAYLOR, P. (2000): *Economics of sports and recreation*. Londres: E&FN Spon.
- GRATTON, C., DOBSON, N. CIVIL, S. (2000): «The economic importance of major sports events: a case study of six events», *Managing Leisure*, 5, 17-28.
- GRATTON, C. (2004): *Sport, health and economic benefith*. Sheffield: Sport industry research centre. Sheffield Hallam University
- HEARTFIELD, J. (2000): *Great Expectations: the creative industries in the new economy*. Londres: Design.
- HEINEMANN, K. (1998): *Introducción a la economía del deporte*. Barcelona: Editorial Paidotribo.
- HERNÁNDEZ MARTÍN, R. (2004): «El turismo en canarias: Impacto económico y condicionantes de la insularidad», *Papeles de Economía Española*, n.º 102, pp. 91 a 106.
- HUYBERS, T. Y BENNETT, J. (2002): *Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations*, Londres: Edward Elgar.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (2004): *Turismo en cifras 2004*. Madrid: IET.
- JENKINS, C. y SHERMAN, B. (1979): *The collapse of work*. Londres: Fakemanham Readings.
- LAYARD, E. (2003): «Chasing the dream», *Economist 2003 vol. 368 issu 8336 pags. 62 1p 1c*
- MOLITOR, G.T. (1999): «The next 1000 years: the big five engines of economic growth», *The Futurist* 33 (1), December, pp. 13 a 18.
- MOLITOR, G.T. (2000a): «Five economic activities likely to dominate the new millennium: II-the leisure era», *Technological forecasting and social change* 65 (2): pp. 239-249.

- MOLITOR, G.T.T. (2000b): «The leisure era», en *Association Management*, febrero pp. 77-83.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2005): *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, volumen 3, n.º 2, junio 2005.
- ROBINSON, J. & GODBEY, G. (1999): *Time for life (2nd edition)*. Penn State Press.
- SCHOR, J.B. (1992): *The Overworked American: the unexpected decline of leisure*. New York: Penn Basic Books.
- STYNES, GODBEY and KRAUS (2005): «Leisure: The New Center of the Economy?», *The Academy of Leisure Sciences*, white paper n.º 3, pp. 1 a 5.
- THOSBY, J. (2001): *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- TRIBE, J. (2000): *Economía del Ocio y del Turismo*. Madrid: Síntesis.
- WILSON, E. O. (2000): *The Importance of deliberating the future of humanity*. Washington: Foundation for The Future.
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2005): *BLUEPRINT for new tourism*. Londres: WT&TC.

Capítulo 2

Estética del ocio

M.^a Luisa Amigo Fernández de Arroyabe

El epígrafe que enmarca este capítulo podría ser entendido desde diferentes enfoques. El que guía estas páginas se centrará en destacar las principales aportaciones del pensamiento estético a la comprensión del fenómeno del ocio y, concretamente, al ocio como desarrollo humano, núcleo central de las investigaciones del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.

Sabemos que la reflexión sobre el ocio hunde sus raíces en la tradición de la cultura occidental y se remonta a los pensadores griegos. Su reconocimiento disciplinar es, sin embargo, muy reciente. El nacimiento de la Estética como área del saber se perfila en la Ilustración, aunque podemos rastrear el pensamiento estético a lo largo de toda la historia de la filosofía, desde los filósofos presocráticos. En estas páginas pretendo interrelacionar uno y otro campo y, especialmente, apuntar la riqueza que el ámbito de conocimiento estético aporta a la reflexión del ocio. Personalmente, estoy trabajando desde hace años en el marco de esta interrelación (Amigo, 2000). Esta tarea apenas se ha llevado a cabo y ofrece un amplio espacio de investigación.

Podríamos formular la cuestión central de este capítulo en la siguiente pregunta: ¿Qué aporta la Estética a la reflexión del ocio? Concretaré la respuesta en tres áreas: la experiencia de ocio, la dimensión lúdica y la dimensión creativa, tratando de iluminarlas desde la comprensión que de ellas han realizado algunos autores clave de la historia del pensamiento. Me limito a estas dimensiones por razones de espacio y también por ser las más ricas en el cruce del Ocio y la Estética, dejando al margen la ambiental-ecológica, la festiva y la solidaria.

La experiencia de ocio

El primer punto de convergencia del pensamiento estético y de la reflexión sobre el ocio lo encontramos en el concepto de experiencia. La experiencia de ocio es un pilar clave en las diferentes ramificaciones de estudio del ocio humanista relacionado con los valores de la persona y su desarrollo integral. Para la reflexión estética es también un núcleo fundamental: la experiencia estética es el punto de partida de muchos pensadores. Esbozo sus principales aportaciones, destacando, en primer lugar, las notas esenciales que la caracterizan y que, como se verá, corresponden con las notas de la experiencia de ocio.

¿Qué es una experiencia estética?

El primer interrogante de la Estética se puede formular en los siguientes términos: ¿Qué es una experiencia estética?, ¿en qué consiste esta experiencia?, ¿en qué se diferencia de otras de nuestra vida?, ¿cuál es su punto de partida? Estas cuestiones han ocupado gran parte de la investigación de autores como Gadamer, Dewey, Dufrenne, Jauss, Plazaola, López Quintás, Jiménez, Maquet, Molinuevo y otros.

UNA ACTITUD

La reflexión estética ha tratado de responder a estas preguntas y ha visto que lo que distingue a la experiencia estética de otras experiencias con las que nos relacionamos con el mundo es una actitud. Hospers concreta la actitud estética en los siguientes términos: «Esta actitud fundamentalmente consiste en la separación de la experiencia estética de las necesidades y deseos de la vida ordinaria y de las respuestas que damos por costumbre a nuestro ambiente como personas prácticas» (Hospers, 1980: 22). Si esta distinción de actitud se niega, quedan borradas las diferencias para deslindar lo estético de lo no estético. Habitualmente percibimos una silla como un objeto para sentarnos o el cielo oscuro como pronóstico de lluvia; pero la mirada estética se da cuando estas respuestas quedan en suspenso y observamos el diseño de la silla o el color sorprendente del cielo. Quiere decir que nos sorprenden y provocan una mirada diferente a la que tenemos en el trato ordinario con las cosas. Es también una actitud de asombro que nos conmueve y reclama nuestra capacidad de respuesta. La experiencia continúa si nosotros voluntariamente permitimos su curso. En ocasiones la reflexión estética ha entendido este asombro como una pura pasividad, como una captación ajena a toda conceptualización y aislada de todo con-

texto. Se ha hablado de contemplación como si fuera una visión estática y pasiva. Pero la práctica de la experiencia niega estas teorizaciones, pues sólo hay que tomar en las manos un poema o mirar un cuadro para saber que la experiencia es dinámica y requiere un esfuerzo por nuestra parte para discernir relaciones, identificar los sistemas simbólicos o desentrañar el significado.

LÍMITES DE LA EXPERIENCIA

La actitud estética es una cuestión de grado; es difícil trazar sus límites, pues puede coexistir con otros intereses o en otro tipo de experiencias y quizá no perdamos nunca un umbral de conciencia estética. También en la delimitación de la experiencia de ocio hay dificultades análogas.

Algunos autores restringen la utilización del término *estético* a determinadas experiencias y lo niegan en otras y otros, como en el caso de J. Dewey, lo estético es el desarrollo deseable en toda experiencia. John Dewey, en su obra *El arte como experiencia* (1934), defiende que lo estético es una cualidad inherente a toda experiencia satisfecha, por lo que sería extensible al ocio. Su concepto de experiencia parte del concepto común, pero lo concreta en aquellos momentos en la historia de un individuo en que uno o varios procesos de vida adquieren una intensidad y unificación en torno de un objeto, de un acontecimiento, de una situación. En cada momento de nuestra vida vivimos experiencias, pero la reflexión de Dewey se centra en aquéllas en las que el material experimentado sigue su curso hasta su cumplimiento. Este tipo de experiencias lleva consigo una cualidad individualizadora y autosuficiente que las caracteriza como un todo. La unidad, la integración, la cualidad que las impregna muestran su singularidad. Son momentos que dan intensidad al vivir. Pues bien, un rasgo característico de estas vivencias es para Dewey su cualidad estética. Así lo estético es el desarrollo intenso y clarificado de los rasgos que pertenecen a toda experiencia. La cualidad estética la redondea hasta completarla y darle unidad emocional (Dewey, 1949: 34-52). Esta cualidad no es propia de aquellas experiencias que comúnmente denominamos estéticas, sino que pertenece a toda experiencia que tenga las notas destacadas, es decir, a toda experiencia completa. La experiencia óptima de Csikszentmihalyi (1998) y los rasgos caracterizadores de la experiencia de ocio recogen las notas principales del concepto de Dewey. Ahora bien, estas características apuntadas por Dewey han sido destacadas de una u otra manera por diversos autores. La dificultad de la posición de este autor radica más bien en establecer los límites con otro tipo de experiencias de la vida que pueden ser intensas, integradas, unificadas, mostrarse como un todo como él dice y, sin embargo, pertenecer a otros intereses no específicamente estéticos, sino religiosos, investigadores o de otros ámbitos.

RASGOS QUE LA CARACTERIZAN

Los diversos autores han entendido la actitud estética con diferentes términos. Para algunos la nota preferida es el *desinterés*, es decir, el autotelismo, en el sentido de que la experiencia no tiene otra finalidad, que el propio goce de la misma. Otros autores prefieren utilizar conceptos como *empatía*, *sensación de irrealidad* o simplemente, *placer*. Unos y otros tratan de deslindar una diferencia que posibilite la caracterización de la vivencia estética como una experiencia peculiar del ser humano. Robert Jauss escribe que «la experiencia estética se realiza al adoptar una *actitud* ante su efecto estético, al comprenderla con placer y al disfrutarla comprendiéndola» (Jauss, 1986: 13-14). Actitud, desinterés o autotelismo, comprensión y goce son los pilares que la caracterizan y deslindan.

La experiencia estética y la experiencia de ocio

Podemos ver ahora, brevemente, la convergencia de esta reflexión con la que se realiza desde la teoría y la filosofía del ocio. La experiencia de ocio se caracteriza, en primer lugar, por la actitud, la libertad de elección y el autotelismo.

ACTITUD

El ocio es una experiencia que hunde sus raíces en la dimensión humana del ser que proyecta, que tiene que realizar su vida, en una palabra, que tiene que elegir. Cada persona tiene la tarea de hacerse a sí misma. Su primera misión es la formación personal, la constitución de una segunda naturaleza que debe construirse, como diría Aristóteles, sobre la primera que nos es dada. Esta misión la lleva a cabo en una relación con el entorno y requiere una apertura comprometida del hombre. La vida humana es proyecto, creación, invención. En esta tarea se inscribe también el ocio: «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» (Cuenca: 2004, 316).

El ocio depende de la acción del sujeto, de su voluntariedad y, por tanto, de la actitud que adopta ante los acontecimientos, la vida cotidiana o los fenómenos culturales. En la experiencia de ocio se vinculan claramente la creatividad y la libertad. El ser humano es capaz de inventar posibilidades. No se trata sólo de conocer lo que las cosas son, sino descubrir lo que pue-

den ser, dependiendo de nuestra relación con ellas, de nuestra creatividad. Como en la vivencia estética, en la experiencia de ocio la actitud es un pilar básico de distinción. Libertad, creatividad y actitud confluyen en nuestra disposición ante la realidad para deslindar la experiencia de ocio.

UN AMPLIO ABANICO DE POSIBILIDADES

Nuestra actitud y nuestra creatividad nos abren un ámbito ilimitado que nos explica por qué el ocio no tiene un campo acotado ni está supeditado a determinadas actividades. El Instituto de Estudios de Ocio ha destacado en diversas investigaciones que el ocio depende del sujeto, de su interacción con la realidad, de sus posibilidades creadoras, receptoras y fecundadoras de lo real (Cuenca: 1995, 1999, 2000). De ahí la diferencia entre lo que es ocio para una persona y otra. En este abanico de posibilidades nuestra decisión personal es clave. Hay que recordar, como hace G. Godbey (Cuenca, 2000: 28), que «el ocio es una actitud mental y espiritual, no simplemente el resultado de factores externos como, por ejemplo, las vacaciones. Incluye la capacidad de ir más allá del mundo laboral y comprender la totalidad de las cosas. Escuchar al universo. Celebrar la totalidad de la experiencia. Está construido sobre las artes liberadoras (artes liberales) y requiere la capacidad de amar y encontrar el significado en el comportamiento personal libremente elegido. La idea moderna de *autoestima* tiene su raíz en estas ideas». La apertura a la experiencia, la atención fluida, la curiosidad y el interés son rasgos propios de una persona creativa. Ahora bien, este nivel de ocio necesita un profundo ejercicio de la libertad y nos sitúa en una sutil relación entre libertad y posibilidad real. Aquí confluyen también la experiencia de ocio y la estética.

Somos libres para recibir o no las obras de arte y permitir su encuentro. Todos tenemos una capacidad de elegir que se concreta a diario en la preferencia por un libro o una sinfonía, en la decisión de qué hago esta tarde o en qué voy a emplear mis vacaciones. Es una libertad a la mano, la libertad de elección que explican los filósofos. Pero este nivel de libertad necesita también ser construida. Se opone al automatismo y la pasividad y requiere un «aprendizaje». La educación del ocio es, sin duda, un cauce de formación que nos puede hacer más libres para poder elegir entre actividades de uno u otro tipo. En el ámbito del ocio creador o en el del ocio deportivo se requieren unos hábitos, unos aprendizajes. Ellos son los que posibilitan a la larga el desplegar la libertad que nos permite gozar. Este conocimiento es un campo de ampliación de nuestras posibilidades y, por tanto, de nuestra capacidad de disfrutar.

La apertura hacia lo nuevo, la disponibilidad para acoger una obra de arte requiere esfuerzo y voluntad. Es necesario concentrar la atención

y, a veces, invertir muchas horas de preparación. Tocar un instrumento puede ser una actividad muy estimulante que nos proporcione un gran disfrute; pero también requiere tiempo para controlar el medio y la acción. Aprender a escuchar música o a ejecutarla nos posibilita pasar unas horas magníficas recreándonos en ella. Estos aprendizajes de ocio pueden mejorar nuestra calidad de vida y, sobre todo, mejorar lo que somos. Decía antes que la cultura nos ofrece un campo inmenso de posibilidades de acción; pero éstas tienen que ser asumidas y vivenciadas de una manera personal.

AUTOTELISMO

La experiencia estética y la experiencia de ocio confluyen en el autotelismo. Destacaba en las páginas anteriores que la actitud, el desinterés o autotelismo, la comprensión y goce son los pilares que caracterizan la vivencia estética y la deslindan de otras. Lo mismo podríamos decir de la experiencia de ocio.

El ocio es una experiencia vital y un ámbito de desarrollo humano que descansa en tres pilares esenciales: percepción de elección libre, autotelismo y sensación gratificante. Diversos estudios, especialmente los del profesor Cuenca, han subrayado esta característica del ocio, como un fin en sí mismo. Se ha diferenciado el ocio del concepto de premio, con frecuencia entendido desde su vinculación con el trabajo y el descanso. Ya J. Pieper destacó que el asombro es olvidarse de los inmediatos fines vitales para posibilitar, aunque sólo sea por una vez, el «atónito mirar a la faz maravillosa del mundo» (Pieper, 1974: 128). El que se asombra lleva a cabo de forma pura la actitud que desde Platón se llama *theoría*, sólo posible en la medida en que el hombre no se ha vuelto ciego para la realidad. Se ha recuperado el sentido del término ocio en Grecia, *scholé*, con el que se referían a la actividad no utilitaria, en la que el ser humano podía desplegar, enriquecer y desarrollar su mente de la forma más específica, diferenciándose de otros seres. Se concretaba en la contemplación intelectual, es decir, en el ámbito del estudio, de la promoción del conocimiento, de la búsqueda de la verdad, del bien y de la belleza. El ocio era el cauce para lograr el fin supremo del ser humano, su realización personal en su más alta instancia y el logro de la felicidad que le es propia en cuanto ser dotado de inteligencia y de libertad para forjarse a sí mismo.

La experiencia de ocio humanista es una experiencia autotélica. Su realización se lleva a cabo a través de cinco dimensiones fundamentales que el profesor Cuenca ha concretado en las siguientes: lúdica, ambiental-ecológica, creativa, festiva y solidaria (Cuenca, 2000: 95). Como he anunciado paso a centrarme en dos dimensiones, la lúdica y la creativa.

Dimensión lúdica: ficción, juego y libertad

La dimensión lúdica del ocio se entiende bajo un gran abanico de formas concretas que van desde las funciones de descanso, diversión y regeneración a las formas superiores del juego humano en las que se celebra o se significa algo importante para la comunidad (Cuenca, 2000: 99-114).

Diversos pensadores nos proporcionan reflexiones de gran interés, iluminando aspectos vertebradores de esta dimensión desde el punto de vista estético. Por la relevancia de su teoría me voy a centrar, brevemente, en Aristóteles, Kant, Schiller y Gadamer.

Ficción: Representación de una forma

Aristóteles se interesó por el arte y deslindó su ámbito propio, proporcionándonos unas reflexiones capitales para el arte y la Estética. Los griegos entendían el arte bajo el concepto genérico de *techné*, que les servía lo mismo para hablar de las artesanías, en general, como del arte. Ahora bien, Aristóteles distinguió dos clases *technai*: las ordenadas a la necesidad o utilidad y las ordenadas al placer; es decir, artes útiles y artes liberales o bellas artes, como más tarde las llamará la tradición, con algunas precisiones que ahora no nos interesan. Las artesanales se diferencian de las representativas, que sencillamente podemos llamar arte (Aristóteles, *Metafísica*, 981 b 17 ss.). Entre ambas hay una diferencia extrínseca, ya que las primeras están ordenadas a satisfacer una necesidad, mientras que las segundas están ordenadas al placer intelectual. Tienen, además, una diferencia intrínseca: las primeras son utensilios, configurados por materia y forma, pero sin intención representativa. Las segundas son miméticas, imágenes representativas, es decir, materia, forma y semejanza al modelo, al paradigma, e intención representativa. Gracias a esta semejanza es posible el juicio de identidad intencional, no material, que provocan en el espectador. Para Aristóteles, la *mimesis* no es imitación o copia, sino ficción y creación. Queda claro que no toda *mimesis* es *poiesis*, sino sólo la *mimesis* artística; ni toda *poiesis* es *mimesis*, sino sólo la mimética ordenada al placer. En el arte encuentra el espectador un placer peculiar, ya que se complace en la habilidad del artista, pero, sobre todo, su gozo primario radica en la comprensión del carácter representativo. Lo característico del arte es hacer creer, simular, fingir, pretender, mostrar algo como si fuera... No sugiere copia, sino elaboración por parte del artista, es decir, creación. En esa creación el poeta realiza una elaboración mental del modelo: el poeta universaliza e idealiza. Luego, podríamos decir que la *poiesis mimética* es, para Aristóteles, creación de una ima-

gen representativa de una forma universal en orden a producir un placer intelectual.

En resumen, la aportación del filósofo a la dimensión lúdica puede concretarse en que el arte nos proporciona una representación, un campo de juego, una ficción. Esta imagen representativa, creada por el artista, nos invita a participar y a desplegar nuestra creatividad en su experiencia estética. La obra es una creación libre y nos ofrece un espacio de libertad que podemos disfrutar desinteresadamente. Aristóteles marca un espacio de autonomía del arte, deslindándolo de otros ámbitos de conocimiento y de acción. Además, subraya el carácter universal que el artista encarna en la forma y gracias a esta universalización y a la verosimilitud propia del arte podemos reconocernos en él y confrontar nuestra propia experiencia con la propuesta de la obra. Esta vivencia trae consigo un ámbito de descubrimiento que nos hace ver con otros ojos la realidad en la que estamos inmersos y nos ayuda a conocernos mejor a nosotros mismos. Con ello la ficción representativa alcanza su sentido más profundo.

Un ámbito de gratuidad y de juego

Kant entendió la obra de arte como producción en el ocio y como juego, como una ocupación grata en sí y para sí, deslindada del trabajo hecho con una finalidad que se persigue por su efecto. Así lo concreta en su obra *Crítica del juicio* de 1790 (Kant, 1973: 352). Situó el placer estético en el ámbito de la sensibilidad y de la belleza y lo caracterizó como placer desinteresado. Kant separó el espacio estético del conocimiento científico y de la moral y subrayó la autonomía de la experiencia estética. La gratuidad y el juego que caracterizan el arte conllevan desinterés. El desinterés que nos proporciona el objeto estético contrasta con el interés o satisfacción que relacionamos con la existencia de un objeto. En la experiencia estética ponemos entre paréntesis la existencia del objeto; gozamos con su representación y somos indiferentes a su existencia. Kant parte también de la misma actitud de olvido de los intereses prácticos y fines vitales de nuestra vida cotidiana que destacábamos antes, en la reflexión sobre el asombro. La experiencia estética no se orienta a un fin práctico. Kant escribe que sólo la satisfacción del gusto es desinteresada y libre, pues en ella no hay interés alguno ni en los sentidos ni en la razón. En este desinterés arraiga otra nota relevante de nuestro pensador. Se trata de un ámbito de comunicación entre los seres humanos a través de la experiencia estética.

Concretando, podemos decir que la aportación de Kant a la reflexión del ocio radica, en primer lugar, en su comprensión de la experiencia estética como un ámbito de libertad y de juego tanto desde el creador como des-

de el receptor. En segundo lugar, destacamos que el juicio estético propone un modelo de juicio desinteresado y no forzado por algún tipo de necesidad como un modelo de consenso abierto y no determinado previamente por conceptos y reglas. El juicio estético exige de todos un respeto a la comunicación general. De modo que en la filosofía kanteana encontramos también rasgos valiosos para la reflexión del ocio: un ámbito de libertad y juego, el autotelismo o desinterés y la comprensión de la diversidad o universalidad subjetiva.

Un horizonte de libertad

El camino abierto por Kant fue continuado por Schiller, en su obra fundamental, *Cartas sobre la educación estética del hombre* (1795). Para Schiller la educación estética es la educación perfecta y la belleza, la condición necesaria para que el ser humano se desarrolle en plenitud. A finales del siglo XVIII denuncia que la sociedad moderna tiende a no considerar al hombre más que bajo su aspecto profesional y, por tanto, a limitarlo y a hacer de él un ser fragmentario y especializado. Reivindica la necesidad de reestablecer la armonía del ser humano global, capaz de dignidad y libertad. Por otra parte, hay que recordar que Schiller escribe las *Cartas* en una época revolucionaria y en la primera parte de las mismas es patente la crítica a la situación y los hechos desencadenados por la Revolución francesa. En el arte ve un ámbito de elevación del ser humano: «El arte tiene que abandonar la realidad y elevarse por encima de la necesidad, pues el arte es hijo de la libertad, y quiere recibir sus normas de la necesidad de los espíritus y no de la indigencia de la materia. Pero ahora reina la necesidad y somete a la humanidad a su yugo tiránico» (Schiller, 1963: 28). El arte es hijo de la libertad y tiene una función mediadora en el hombre y en la sociedad, pues el arte hace posible la armonización de dos tendencias opuestas y complementarias de la naturaleza humana. La cultura estética le devuelve la libertad y es también el único camino que se puede seguir a fin de lograr que el hombre pase de la vida sensible a la racional, vinculándolas armoniosamente.

El arte consigue armonizar estas tendencias por medio del *impulso del juego*. El arte y el juego tienen ambos como fin llevar a cabo la naturaleza completa del ser humano con la unión de la sensualidad y la razón: «El hombre no debe hacer con la belleza *sino jugar*, y debe jugar *solo con la belleza*. Porque —para decirlo de una vez— el hombre solamente juega cuando, en el sentido completo de la palabra, es hombre y *solamente es hombre completo cuando juega*» (Schiller: 1963: 92-93).

El proyecto de Schiller pretende superar los antagonismos de la fragmentación. La renovación del hombre no vendrá solamente del Estado,

sino exclusivamente de la educación estética. La totalidad perdida podrá recobrase a través de dos dominios: la Estética y el Arte. Con Schiller queda ampliamente desarrollada la función mediadora de lo estético. La belleza tendrá la misión de colocarnos en el estado intermedio que es la síntesis de sensibilidad y razón. La belleza se manifiesta como una condición necesaria de la humanidad.

La filosofía de Schiller es muy valiosa para la reflexión del ocio. Destaca el carácter autotélico de la experiencia estética y su capacidad integradora. En la comprensión de lo bello no importa su posesión. La belleza establece un ámbito desinteresado, no utilitario, de desarrollo humano y reestablece la totalidad del humanismo; sólo el buen gusto, una educación estética, produce la armonía de la sociedad: «solamente la representación bella hace del hombre un todo, porque sus dos naturalezas tienen que concordar para ello» (Schiller, 1963: 162). También en la comprensión del ocio se destaca este aspecto integrador del desarrollo humano. No se debe entender el ocio como una esfera disgregada de la vida de la persona, como premio o algo extraordinario. Además la visión de Schiller aporta a la reflexión del ocio que el juego estético es serio y el arte no es un divertimento, sino algo de suma importancia. No es exactamente un juego, sino algo análogo al juego, en tanto que uno y otro hacen que el hombre pueda crear por sí solo las leyes sin tener que recibirlas de fuera y en tanto que uno y otro restablecen la naturaleza global y autónoma del hombre, atado a la especialización profesional y a las exigencias sociales. Destaca con ello el valor mediador de la vivencia estética y su incidencia en la realización integral del ser humano.

El juego como modelo de experiencia participativa

El filósofo alemán H. G. Gadamer toma como punto de partida de su filosofía el modelo del arte y éste constituye el tema central de su hermenéutica. Nos interesa ahora destacar el análisis que realiza de la experiencia del juego, un concepto antropológico que, junto con la fiesta y el símbolo, expresa la compleja realidad del arte. Su reflexión se halla en su obra fundamental *Verdad y método* (1974). Destaco también *Estética y hermenéutica* por ser una selección de textos estéticos fundamentales.

Gadamer se distancia de Kant y acentúa la relación del arte con el conocimiento. Para Kant el arte carece de toda significación que tenga que ver con la verdad, reservada a la ciencia. Por el contrario para Gadamer, el arte está vinculado al conocimiento, si bien se trata de un conocimiento *sui generis* diferente del científico, moral o, en general, de todo conocimiento conceptual. La experiencia estética nos enseña cómo una obra de arte nun-

ca termina de mostrarnos su contenido de una forma conclusa. No se trata de un saber definitivo, sino de una experiencia que acontece y se renueva en cada encuentro con la obra.

Analiza el comportamiento estético como parte del proceso de representación y como perteneciente al juego. El juego y el arte tienen la misma naturaleza representativa. En la experiencia del arte nos sentimos involucrados, como en el juego, participando en ella activamente. La obra de arte es juego y nos introduce en él. Esta experiencia es para nosotros transformadora. Las obras de arte no se interpretan, se juegan, se representan. El término alemán (*Spiel*) ayuda a entender mejor a Gadamer. Pensemos en una representación teatral: nuestra experiencia no es la de un sujeto enfrentado a un objeto. La experiencia artística de la obra es un proceso en el que intervienen los actores, pero también los espectadores. Lo mismo que en el juego, el protagonismo radica en la representación, en el juego mismo, con su propia dinámica que involucra a los jugadores, sin ser controlado por ellos. De esta primacía se desprende que todo jugar es un ser jugado. Lo que quiere destacar Gadamer con este modelo es que la experiencia estética de una obra de arte nos atrapa, nos hace participar de un juego cuyos resultados no podemos dominar o controlar previamente. El arte como el juego no son un mero objeto bajo nuestro dominio.

La segunda nota característica del juego y de la experiencia de la obra de arte es su carácter de autorepresentación. El juego es autónomo y representa una actividad no finalizada, una actividad cuyo único fin es la autorepresentación de sí misma. No hay una meta en la que vaya a detenerse; se limita a autorrepresentarse. Este concepto nos proporciona un modelo para comprender el autotelismo, nota distintiva de la experiencia de ocio.

En tercer lugar, Gadamer destaca que el juego además de representar algo lo hace para alguien, para un espectador. Con este rasgo subraya Gadamer el carácter comunicativo del juego. En la experiencia del arte, reclama la participación del receptor. Toda obra nos invita a un trabajo constructivo de colaboración. Gadamer destaca la participación activa del espectador y señala que toda obra de arte deja un espacio de juego para éste.

Estas notas apuntadas, nos indican la fecundidad del análisis del juego para la reflexión del ocio. La naturaleza representativa del juego nos proporciona un modelo para comprender cómo en las experiencias de ocio, entendido como desarrollo humano, nos sentimos involucrados e intervenimos activamente. La experiencia estética de una obra de arte se esclarece como una experiencia de ocio, en la que el autotelismo y la participación del receptor son notas clave. No vivimos la experiencia de ocio como un sujeto confrontado con un objeto. El modelo de juego nos ayuda a comprender la experiencia de ocio en la que nos sentimos activamente participantes.

Con la reflexión de Gadamer nos hemos situado ya en la dimensión creativa. Su reflexión sobre el juego nos ha servido de puente para dar paso a los conceptos de participación y creatividad.

La dimensión creativa: la participación, creatividad y gozo del receptor

En la reflexión sobre el ocio, la dimensión creativa se entiende como la realización actual del concepto de ocio propio de la cultura clásica. Se concreta en el ocio formativo, reflexivo, cultural, creativo y de crecimiento personal. Se destaca su carácter consciente, de apertura y encuentro, relacionándolo con la autorrealización, subrayando el aprendizaje y la formación. La recepción cultural y artística se encuadra fundamentalmente en esta dimensión.

Desde el pensamiento estético voy a concretar dos aspectos que no agotan toda la riqueza de esta dimensión, pero sí subrayan dos pilares fundamentales de la misma y complementan los ya esbozados en la dimensión lúdica. Me refiero a la participación y a la creatividad del receptor. Para apuntarlos me voy a referir a dos autores contemporáneos como son Umberto Eco y Alfonso López Quintás. Ya he destacado que la aportación de Gadamer es muy rica también desde esta perspectiva.

La participación del receptor

En la primera parte de este capítulo, hemos visto que la actitud es una nota clave para comprender la diversidad de actividades de ocio. En el ámbito de la experiencia estética además de la actitud inicial, se requiere la participación activa del sujeto en la creación o recreación. El receptor tiene que ayudar a crear su propia experiencia, tiene que constituir su objeto sobre el que va a desplegar su creatividad y en el que va a encontrar una fuente de disfrute. Así como la experiencia del artista se condensa en la forma que configura, la experiencia del receptor se concreta en una participación co-creadora en la obra dada. La experiencia es creación y recreación. En esta cuestión podemos recordar la aportación de U. Eco.

Debemos a Eco una nueva categoría estética: la obra abierta. Como es bien sabido, se trata de un modelo que entiende la obra como un campo de posibilidades, abierto a un receptor que la culmina al experimentarla. La persona que goza estéticamente una obra tiene la oportunidad de alterar y complementar la producción del artista, sin que eso signifique que no interesa el «modo de formar» de cada autor y que se pueda llegar a arbitrarias interpretaciones. En obras posteriores Eco ha destacado que algunos lecto-

res de su *Obra abierta* (1961) subestimaron que la apertura que él proponía estaba causada por una obra. Su propuesta era estudiar la dialéctica entre los derechos de los textos y los derechos de sus intérpretes (Eco, 1995: 25).

El tema principal de *Obra abierta* se desarrolla en torno a la relación frutiva entre la obra y el espectador, de tal forma que, sin la apertura de toda obra como una ambigüedad de mensaje artístico, no sería posible ninguna relación correalizadora. Esa categoría no es algo objetivo; es un modelo que permite homologar una serie de fenómenos porque, en todos ellos, se descubre una forma abierta a unas interpretaciones, siempre controladas por la intención del autor en su modo de formar, que no impide sino que reclama el complemento del espectador.

La obra abierta puede ser interpretada de muchas maneras y ello no significa que se pierda lo que tiene de singular e irrepetible. El espectador entra en contacto con la obra y la interpreta desde la carga cultural y emotiva que tenga. Pero hay algo más, la obra será completada y ejecutada volviendo a recorrer el itinerario seguido por el autor. La obra se completa y se termina de formar con el aporte del que la disfruta, es decir, del fruidor. De modo que éste configura la obra. Quizá el receptor es, si cabe, más importante porque en relación a él se emprende el proceso de formación y, sin él, sin el espectador, no se entiende lo que significa esa estructura abierta que no es otra cosa que la posibilidad de la relación entre obra y destinatario.

Eco concreta que la obra abierta tiende a promover «actos de libertad consciente» en el receptor; le invita a ser un centro activo de relaciones (Eco, 1979: 75). El mismo Eco cuando escribió *Obra abierta* fue consciente de que este modelo propuesto se podía confirmar aún con más radicalidad en muchas obras del arte de la segunda mitad del siglo XX, razón por la que distinguió entre *obras abiertas* y *obras en movimiento*. Diversas propuestas artísticas han acentuado desde entonces la participación activa del receptor. La apertura participativa de la obra de arte puede manifestarse en diversos niveles que podrían ir desde una estimulación perceptiva a una propuesta de acción creadora. Algunas obras se ofrecen como estímulo de experiencias visuales, táctiles o auditivas, seleccionando su atención hacia determinadas formas, colores u objetos que despiertan nuevas relaciones o privilegian sensaciones. Pueden impulsar un proceso de conocimiento o puede incitar a una colaboración activa del público invitándole a una acción creadora. En uno u otro nivel se promueve la libertad y la creatividad del receptor, situándole en el mismo plano que el artista.

La reflexión de Eco nos ofrece un modelo valioso para comprender la experiencia de ocio en el paradigma de la vivencia del arte. Las creaciones culturales requieren una participación activa del receptor. La propuesta de Eco destaca cómo las obras pueden ser revividas y completadas de múltiples maneras. Además tiene el acierto de subrayar la singularidad de los

seres humanos y de comprender la experiencia estética como un espacio de libertad, a la vez que como un diálogo implícito con la obra y su autor.

Creatividad del receptor

A. López Quintás ha desarrollado una fecunda reflexión estética partiendo del concepto de juego, en diversas obras y, especialmente, en su *Estética de la creatividad*. Le ha interesado el juego en cuanto potencia el desarrollo humano y permite adentrarnos en la esencia del hombre como ser eminentemente creador que *debe hacerse* en vinculación al entorno. Destaco sus principales categorías.

EL JUEGO

El juego es actividad creadora de una trama de líneas de sentido que *envuelven* al mismo que las crea e impulsan su poder creador. La *Estética de la creatividad* se polariza en torno a la teoría del juego. El juego plasma la vertiente lúdica de los acontecimientos reales, con lo cual ahonda en lo real, en el sentido de lo real, en la trama de ámbitos que lo configuran. Por una parte, el juego es desinteresado en el sentido de que se regula por normas internas y no admite que instancias o intereses ajenos decidan su marcha. Por otra, 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.

Al profesor López Quintás le interesa fundamentalmente este concepto porque el juego desempeña un papel promocional en la vida humana. Recuerda a Schiller y lo valora como una reflexión más integradora que la kantiana. La belleza es un fenómeno relacional que se alumbra en el campo de libre juego establecido entre el hombre y las realidades del entorno, con las que funda una relación comprometida de encuentro.

GOZO, ÉXTASIS Y ENCUENTRO

El juego es una actividad libre; permite a la persona desplegar sus virtualidades creadoras y se constituye —correlativamente— en fuente de gozo. Esta posibilidad de gozo, de dar libre expansión a la capacidad creadora, hace viable el despliegue de la personalidad humana, pone al hombre en vías de plenitud y despierta, consiguientemente, en su espíritu un sentimiento peculiar, un sentimiento gozoso de plenificación. El auténtico gozo lo experimenta cuando se halla activamente unido a las realidades que, al vincularlo, promocionan su libertad: «Esta promoción implica una

salida de sí, una suerte de *éxtasis*, pero *éxtasis lúcido*, elevador del poder de reflexión y de acción, no un *éxtasis* de fascinación y embriaguez, como sucede en las diversas formas de vértigo. Es una especie de *transporte*» (López Quintás, 1977: 75). La dirección opuesta nos lleva al desierto, al absurdo, a la falta de sentido. La apertura a la realidad es, por el contrario, enriquecedora, fuente de desarrollo y de gozo.

Los conceptos de *vértigo* y *éxtasis* complementan los de juego y creatividad y nos conducen al de *encuentro*: «Cada tipo de realidad envolvente plantea determinadas exigencias que el hombre debe cumplir si desea que su enfrentamiento con tal realidad florezca en una verdadera relación de encuentro. Cuando hay ajuste entre una realidad envolvente y el sujeto que se inmerge en ella, acontece el fenómeno del *encuentro*, en torno al cual se polariza toda la Estética» (López Quintás, 1977: 85). Con ello hemos situado la experiencia estética en su tarea primordial que consiste en la capacidad de dar el salto del nivel *objetivista* al nivel *lúdico*. En este acontecimiento creador los elementos materiales y los sucesos físicos adquieren una especial significación, el *esplendor transfigurador* de la belleza. Aquí sitúa el López Quintás la función del arte.

EL ARTE

López Quintás vincula la tarea del arte con el concepto de realidad ambital, relacional al hombre co-creador. La misión del arte no radica en reproducir objetos, sino en plasmar ámbitos. El arte otorga cuerpo sensible a los ámbitos y tramas de ámbitos que se van creando entre el hombre y su entorno. El artista está dotado de una singular capacidad para intuir el carácter ambital de la realidad y para expresarla en una imagen sensible. Así lo real va adquiriendo nuevas modalidades a medida que se crean ámbitos sobre la base de realidades existentes. La patentización luminosa de este acrecentamiento de lo real constituye la verdad artística, que es en todo rigor un modo de verdad «poética». El arte plasma realidades inobjetivas, ámbitales, imágenes. La imagen trasciende el nivel de las figuras; expresa lo real en un estado de entreveramiento, llevando a cabo una labor promotora de seres en plenitud: «El arte revela lo que es la realidad en cuanto da cuerpo luminoso a su sentido más hondo. El arte plasma los momentos señeros de la realidad, aquellos en los que acontece el encuentro del hombre creador con las vertientes de la realidad capaces de apelarlo a una acción rebosante de sentido» (López Quintás, 2004: 285). La obra es fruto de un encuentro de su autor con una determinada vertiente de lo real. Las obras de arte no se hacen, es decir, no se producen como un objeto, se crean. El artista configura la obra, pero la realiza llevado por ella, inspirado, la obra brota en el encuentro.

La reflexión de A. López Quintás es sumamente interesante para profundizar en la experiencia de ocio. Pone de relieve la comprensión del arte como actividad dialógica y se enraiza en la teoría antropológica filosófica que concibe al hombre como un ser abierto al otro y a lo otro. La persona se desarrolla y constituye en relación con las realidades circundantes. Éstas no son meros objetos ofrecen posibilidades de interacción y juego. Invitan al hombre a actuar de forma creativa; son ámbitos. López Quintás subraya el papel de la creatividad humana. En la experiencia de encuentro podemos descubrir un mundo de valores que enriquece nuestra formación personal.

Este modelo da un gran juego para la comprensión de un ocio creativo, no como un mero pasatiempo. Posibilita nuestra realización personal, ensancha nuestra formación humanística y nos introduce en ámbitos de sentido que coparticipamos como personas.

Reflexión final

Ahora podemos responder a la cuestión central que planteábamos al iniciar el capítulo: ¿Qué aporta la Estética a la reflexión del ocio? En las páginas anteriores hemos visto algunas aportaciones del pensamiento estético muy valiosas para la comprensión del ocio. Hemos analizado la experiencia de ocio y sus rasgos coincidentes con la experiencia estética. Ésta se enmarca en el ocio autotélico. Las notas clave destacadas por los filósofos en torno a la vivencia estética han puesto de manifiesto rasgos que la caracterizan y la emparejan con la experiencia de ocio: la actitud, la libertad de elección y el autotelismo son algunos aspectos que comparten.

Sin pretender agotar la riqueza del pensamiento estético de Aristóteles, su contribución a la dimensión lúdica del ocio se puede concretar recordado que el arte nos proporciona una representación, un campo de juego, una ficción. Su experiencia nos permite disfrutar y nos ayuda a conocernos mejor a nosotros mismos. El filósofo deslindó la autonomía del arte y lo comprendió como un espacio para la realización del ocio.

Desde otra perspectiva también en la reflexión kantiana encontramos rasgos valiosos para el fenómeno del ocio. Kant separó el espacio estético del conocimiento científico y de la moral, subrayando la autonomía de la experiencia estética. Destacó el desinterés en la contemplación del objeto estético, es decir, el autotelismo de la experiencia, y el placer que proporciona. La caracterizó como un ámbito de libertad y de juego en el creador y en el receptor, que exige un respeto a la comunicación general, apuntando así un rasgo de universalidad subjetiva.

A través de la visión de Schiller hemos visto que el juego estético es serio y el arte no es un divertimento, sino algo de suma importancia. Schiller

puso de relieve el valor mediador de la vivencia estética y, por extensión del ocio, así como su incidencia en la realización integral del ser humano.

El modelo de Gadamer nos ayuda a comprender la vivencia de una obra de arte como una experiencia de ocio, destacando el autotelismo y la participación del sujeto.

La reflexión de Eco nos ofrece una categoría valiosa para analizar la experiencia de ocio en el paradigma de la vivencia del arte. Además tiene el acierto de subrayar la singularidad de los seres humanos y de comprender la experiencia estética como una propuesta de libertad, a la vez que como un diálogo implícito con la obra y su autor.

El pensamiento de A. López Quintás es, como hemos visto, muy interesante para profundizar en la experiencia estética de ocio. En las obras de arte encontramos un mundo muy rico para nuestra formación. La experiencia de encuentro permite al receptor descubrir un mundo de valores que enriquece su formación personal.

La reflexión estética nos ha ayudado a destacar algunos rasgos del ocio y a poner de manifiesto su valor humanista, su valor formativo y su capacidad para potenciar nuestro desarrollo personal.

Bibliografía

- AMIGO, M.^a L. (2000): *El arte como vivencia de ocio*. Bilbao: Univesidad de Deusto.
- ARISTÓTELES (1974): *Poética*. Madrid: Gredos.
- ARISTÓTELES (1990): *Metafísica*. Madrid: Gredos.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. e I. (1998): *Experiencia Óptima. Estudios psicológicos del Flujo en la Conciencia*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- CUENCA, M. (1995): *Temas de Pedagogía del Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (1999): *Ocio y formación. Hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación del Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (2000): *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (2004): *Pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DEWEY, J. (1949): *El arte como experiencia*. México: FCE.
- DUFRENNE, M. (1982): *Fenomenología de la experiencia estética*. Valencia: Fernando Torres.
- ECO, U. (1979): *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.
- ECO, U. (1995): *Interpretación y sobreinterpretación*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GADAMER, H.G. (1996): *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme.
- GADAMER, H.G. (1996): *Estética y hermenéutica*. Madrid: Tecnos.
- HOSPERS, J. (1980): *Significado y verdad en las artes*. Valencia: Fernando Torres.
- JAUSS, H.R. (1986): *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid: Taurus.

- JIMÉNEZ, J. (1986): *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*. Madrid: Tecnos.
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (1986): *Análisis Literario y Formación Humanística*. Madrid: Escuela Española,
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (1998): *Estética de la creatividad*. Madrid: Rialp.
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (2004): *La experiencia estética y su poder formativo*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- KANT, I. (1973): *Crítica del Juicio*. México: Editorial Nacional.
- PIEPER, J. (1974): *El ocio y la vida intelectual*. Madrid: Rialp.
- PLAZAOLA, J. (1991): *Introducción a la Estética*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SCHILLER, F. (1961): *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Madrid: Aguilar.

Capítulo 3

Una lectura ética sobre la incidencia del ocio en nuestra sociedad

Cristina de la Cruz Ayuso

Introducción

El fenómeno del ocio se ha convertido en uno de los temas centrales de nuestro tiempo. La importancia que ha adquirido en la sociedad contemporánea es algo que difícilmente podemos dejar de subrayar en las palabras iniciales que preceden a toda reflexión sobre su naturaleza, su carácter y valores centrales. Efectivamente, el ocio ha alcanzado en nuestros días tal crecimiento e incidencia que se ha convertido en un factor incuestionable de desarrollo y realización personal y social. Obvio es subrayar su potencial económico: actualmente, la industria del ocio es la primera en muchos aspectos; es la que más capital mueve y la que más empleo y valor añadido crea. Obvia comienza a ser la vinculación entre calidad de vida y tiempo de ocio disponible. E igualmente obvia [aunque no por ello cuestionable] resulta la consideración del ocio como ámbito privilegiado para la construcción personal.

Si tomamos por ciertas estas afirmaciones, pierden fuerza los argumentos que apuntan a la supuesta «neutralidad» de este fenómeno, aquellos que señalan que el ocio, en sí mismo, no es algo ni bueno ni malo, y que, a lo sumo, tan solo cabe decir de él que es una *actividad* o conjunto de actividades, que tiene lugar en un *tiempo* determinado, y que se produce en un lugar, situación o *contexto* específico. Aun admitiendo que el ocio pasa a menudo por ser entendido de acuerdo a esta definición tan limitada, el hecho de que el ocio sea *ámbito de acción humana* y, por tanto, entronque con proyectos y significados vitales, no sólo desmonta esas consideracio-

nes que se apuntaban anteriormente, sino que además abre el ámbito de reflexión del ocio a otras parcelas que hasta ahora han permanecido ajenas y distantes al mismo. Una de ellas es la ética, entendida como un saber práctico que inicialmente sirvió de apoyo para cimentar su primera plataforma conceptual, y al que en contadas ocasiones se ha regresado para ver lo que esta perspectiva ética aporta a una tarea de aclaración sobre su naturaleza y sus distintos valores.

El objetivo de este artículo es retomar y tratar de reinstaurar esa vieja relación entre la ética y el ocio; reflexionar sobre el significado de este fenómeno a la luz de la ética no sólo con el fin de describir, entender e interpretar las distintas concepciones actuales, sino también con el de ahondar en los valores implícitos en cada una de ellas. No es tarea fácil. No faltan voces que apuntan a lo descabellado y «delirante» que resulta. Basten como ejemplo las apuntadas en su libro *Non Olet* por Rafael Sánchez Ferlosío:

«Sin duda puede darse, y se ha dado, con su propio sentido, una Ética del trabajo, pero sería delirante imaginar, por contraposición, una «Ética del ocio»; la sola idea de una tal ética es ya en sí misma una *contradictio in terminis*, puesto que el ocio no es un «valor», ya que connota según su propia especie, gratuidad; tampoco es, huelga decirlo, una norma de conducta ni, finalmente, un medio, sino un fin en sí mismo. Redundaría en la misma *contradictio in terminis* en la que incurriría en general cualquier pretendida «Ética de los bienes» (...)» (Sánchez Ferlosío, 2003: 158).

La falta de justificación [y alguna que otra contradicción] de estas afirmaciones desacreditan cualquier intento de desmontarlas pero también, precisamente por ello, pierden consistencia y fuerza. De principio, parece exagerado decir que es una «*contradictio in terminis*» hablar de una ética del ocio, como también lo es hablar de una ética de los bienes. Una parte importante de la ética se ha limitado a subrayar precisamente esta línea ahora desacreditada, bien para suscribirla bien para contrastarla críticamente. De ella hablaremos en la parte final de este trabajo. Si traemos a colación ahora estas afirmaciones es porque las mismas ponen de manifiesto algunas cuestiones que, entendemos, han de ser matizadas previamente antes de iniciar la reflexión ética. Son precisamente las que aquí inauguran esta parte introductoria y tienen que ver con lo que se considera una necesidad de aclarar qué se dice desde la teoría sobre el ocio y que imagen nos devuelve la realidad.

El ocio, desde la teoría

Se ha convertido en tópico acompañar a las reflexiones sobre el ocio de diferentes justificaciones previas que expliquen qué es y cómo podemos definirlo. Resulta contradictorio que un fenómeno con tanta fuerza

social, cultural y económica como tiene, no haya sido capaz de producir en la abundante literatura sobre el mismo, rica en reflexión y profundización, una definición aceptada y consensuada sobre lo qué es. Existen varias razones que explican esta situación. Por un lado, habría que señalar que el ocio es una experiencia multiforme y también fragmentaria; es decir, el ocio se muestra en situaciones, contextos y actividades diversas y, en muchos casos, contradictorias: deporte, cultura, turismo, no hacer nada, incluso el trabajo satisfactorio y libre, son algunas de las experiencias y vivencias que pueden ser entendidas como ocio. Las diferencias entre ellas son notables y, en todo caso, son manifestación de uno de los rasgos que caracteriza a este fenómeno: su complejidad y multiformidad. Por otro lado, este término ha sufrido una evolución y una revitalización importante en los últimos años; pero no se ha de olvidar que las consideraciones que sirven de base y fundamento a las concepciones actuales del ocio surgen de las efectuadas por economistas y filósofos sociales del siglo XVIII y XIX. Fieles a la mentalidad industrial del momento, estos intelectuales definieron el ocio a partir del trabajo, sin recalcar en él como un fenómeno psicosocial autónomo y específico. Esto ha dificultado la consolidación de algunas propuestas contemporáneas que lo reclaman precisa y específicamente atendiendo no tanto a su valor utilitario como a su valor intrínseco. Finalmente, cabe apuntar también que han sido las ciencias humanas, la psicología, la sociología y la pedagogía especialmente, los ámbitos de reflexión que mayor atención han prestado al ocio y sus distintas manifestaciones. Si bien la profundización llevada a cabo por estas áreas del conocimiento ha sido muy relevante, en la medida que han permitido abrir nuevos y más profundos planteamientos sobre el ocio, no han llegado tampoco a una definición global del término. El nivel epistémico de las ciencias humanas es muy bajo y la recurrencia a otros conceptos supuestamente claros no ha servido para describir con precisión el carácter constitutivo del ocio. Intentar precisar y matizar este concepto recurriendo a términos como *tiempo libre*, *recreación*, *hobby*, o *diversión* —por citar solamente algunos ejemplos—, lejos de precisar qué es el ocio, confunden y parcializan su significación más plena.

En cualquier caso, definir conceptos que tienen una dilatada historia no es una labor fácil, porque la propia evolución del término a lo largo de los siglos lo ha ido enriqueciendo con matices, tonalidades y connotaciones diferentes, imposibles de reunir en una definición omniabarcadora. Cualquier intento de recoger, unificar y fijar todas sus significaciones inevitablemente acabaría por empobrecerlo. Veamos no obstante algunos de esos intentos que consideramos más sólidos en esa tarea de aclaración conceptual. Son a partir de los propuestos desde los que se asentarán posteriormente las bases para la reflexión ética.

Diferentes concepciones de ocio

El primer paso de todo trabajo intelectual pasa por definir el fenómeno objeto de estudio, y efectivamente, así podemos encontrarlo en los estudios aquí convocados para este análisis. A pesar del inevitable riesgo de no tomar en cuenta otras contribuciones igualmente relevantes, las características del ocio de las definiciones que aquí analizaremos, enfatizan sus dimensiones básicas para la construcción humana y permiten, precisamente por ello, perfilar sus contornos éticos. Esas definiciones son, en primer lugar la que aparece en la Carta sobre la Educación del Ocio, aprobada en 1993 por la Asociación Mundial de Ocio (World Leisure & Recreation Association, WLRA), y, en segundo lugar, la definición de ocio autotélico desarrollada principalmente por Manuel Cuenca.

a) *La Carta sobre la Educación del Ocio*: En 1994 la Asociación Mundial de Ocio (WLRA) publicó la Carta sobre la Educación del Ocio, en la que, entre otras cosas, ofrecía concisamente una precisión sobre lo que esta organización entiende por ocio. Muy aceptada —sobre todo en el ámbito americano— esta definición es importante porque, de todas las que podemos encontrar, es la única que nace fruto del consenso, como respuesta a la necesidad de llegar a un acuerdo sobre diferentes posturas e ideas. En este sentido, ofrece una descripción detallada sobre el ocio, intentando recoger sus principales ámbitos de acción para, a partir de ellas, ofrecer pautas de actuación concretas y específicas sobre la educación del ocio. Es en el segundo apartado de este documento donde expresamente se recoge el significado del ocio del que parte (v. Gorbeña, S. *et al.*, 1997: 245).

En términos generales puede decirse que, en este documento, el ocio queda definido, entre otras significaciones, como un área de la experiencia humana, un recurso para la autorrealización, un factor de desarrollo humano, una señal de calidad de vida, un creciente factor económico, una fuente de salud y bienestar, y un derecho humano básico. Hace referencia a prácticamente todas las denominaciones que el ocio adquiere en la actualidad, atendiendo a sus distintos ámbitos y manifestaciones, así como sus diversos campos de análisis: psicología, educación, sociología, gestión, economía, política y derecho. Es, en toda regla, una aproximación al concepto del ocio desde las ciencias humanas, y se distingue por su carácter interdisciplinar y su talante omniabarcador. No se puede olvidar que la misma tiene tras de sí el peso de una larga tradición intelectual, y que viene avalada, por tanto, por autores muy relevantes que llevan décadas reflexionando sobre estas cuestiones¹. La

¹ La primera difusión del documento se hace en 1994 (en la revista *ELRA*, Summer, 1994, pp. 13-16). La única versión castellana es la que ha publicado el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, dentro de su colección de Documentos de Ocio

percepción del ocio tal y como queda recogida en este documento, entronca con las aproximaciones clásicas al mismo, y aporta también consideraciones en relación a nuevos ámbitos de investigación. No obstante, esta definición tiene evidentes limitaciones.

A esta larga y exhaustiva descripción cabe objetarle, con toda la cautela que ha de acompañar a toda objeción en sentido fuerte, que se limita, más que a definir su naturaleza y sentido, a detallar distintos hechos y situaciones del mundo del ocio. En esta definición se atiende única y descriptivamente a hechos concretos en los que el ocio es el denominador común de todos ellos; y desde ese nivel, elabora un discurso a través del cual pretende recoger, abarcar y tematizar objetivamente todas sus implicaciones. En cuanto tal, esta caracterización es útil, porque en la medida que da cuenta detallada de la complejidad y multidimensionalidad de este fenómeno, permite establecer estrategias concretas y pautas de actuación para cada una de las dimensiones en las que el ocio entra en juego y, consecuentemente, da soluciones a problemas reales; pero poco o nada nos dice del sentido que esos caracteres adquieren o debieran de adquirir en la realidad. No nos descubre si el ocio tiene valor de fin o de medio, cuáles son los valores que el ocio, desde esta perspectiva, puede aportar o cuál es su vinculación, por ejemplo, con la libertad o la felicidad. Lógicamente las características del documento al que nos estamos refiriendo no dan lugar para estas y otras consideraciones críticas, pero si se nota a faltar una reflexión ulterior que la clarifique y la enriquezca en análisis y profundización de significados.

b) *Ocio autotélico*: Manuel Cuenca define el ocio como una experiencia integral de la persona y un derecho humano básico: una *experiencia humana* compleja (direccional y multidimensional), centrada en actuaciones queridas (no casuales, libres, satisfactorias), autotélicas (fin en sí mismas) y personales (individual y social); y un *derecho humano* básico que favorece el desarrollo personal y social (Cuenca. 1995, 1999, 2000). Esta concepción del ocio incide en la *vertiente experiencial*, en la vivencia del ocio como una experiencia personal que nos ayuda a realizarnos, a conocernos, a identificarnos, a sentirnos mejor, a escapar de la rutina y la monotonía, y a recuperar el equilibrio perdido. Desde este punto de partida, el ocio, entendido como ocupación gustosa, querida y libremente elegida, se presenta como una parte de nuestra manera de ser y manifestarnos. Es expresión de emotividad y felicidad, y motivo de identidad, autorrealización y sentido

[GORBEÑA, S. et al. (1997): *El derecho al ocio de las personas con discapacidad*. Bilbao: Universidad de Deusto. Documentos de Ocio, n.º, pp. 243-252]. Un repaso al origen, evolución y repercusión de esta Carta puede encontrarse en CUENCA, M. (1997): «Ocio y Animación Sociocultural: Presente y Futuro», en TRILLA, J. (Coord.): *Animación Sociocultural. Teorías, programas y ámbitos* (pp. 343-364). Barcelona: Ariel Educación.

vital. El concepto de ocio autotélico, tal y como aquí queda reflejado es un concepto abierto, que se sitúa como marco de desarrollo humano dentro de un compromiso social.

Manuel Cuenca incide en aquellas manifestaciones del ocio que re-vierten positivamente en el desarrollo personal y social. Es lo que en sus estudios queda caracterizado con el término *direccionalidad positiva*, a través de la cual se articulan las cinco dimensiones del ocio autotélico: la dimensión lúdica, la dimensión creativa, la dimensión festiva, la dimensión solidaria, y la dimensión ecológica-ambiental. Por dimensión entiende cada uno de los ámbitos que sirven para definir un fenómeno y se refiere a ellas como los distintos aspectos que conforman la naturaleza y el sentido del ocio autotélico. Puntos de referencia que sirven para analizar, comprender y planificar la realidad compleja y global en la que se presenta el ocio (Cuenca. 1999: 23).

Desde una interpretación funcionalista, este concepto de dimensión es entendido en términos de función; así aparece por ejemplo en el pensamiento de Dumazedier (descanso, diversión y desarrollo), y en el de Erich Weber (regeneración, compensación e ideación) (San Salvador del Valle, 2000: 58). Manuel Cuenca, por su parte, incide especialmente en su carácter de experiencia humana. Sus dimensiones parten de esta consideración: frente al paradigma objetivo, donde el ocio es entendido como una *actividad* o conjunto de actividades, que tiene lugar en un *tiempo* determinado, y que se produce en un lugar, situación o *contexto* específico, sus consideraciones sobre el ocio autotélico se sitúan en una vertiente subjetiva, en donde lo valioso es la experiencia, el significado personal que el ocio adquiere y el grado de satisfacción que cada persona recibe en su vivencia. El ocio es expresión de los intereses individuales, que se manifiestan también, trascendiendo la esfera personal, en diferentes actitudes, hábitos y estilos de vida. Desde el punto de vista comunitario, el ocio se nos presenta entonces como una experiencia grupal compartida, y se define a partir de la vivencia propia de la comunidad.

En el concepto de dimensión, tal y como es utilizado en los textos de Cuenca, la clave siempre es la experiencia, entendida como vivencia, ejercicio y expresión, y la referencia, siempre la persona. Las magnitudes y propiedades que describe en cada una de ellas hacen referencia al modo en que cada persona vivencia esas distintas experiencias de ocio. No describe el fenómeno, y por tanto no hace referencia a las dimensiones objetivas del mismo, sino que precisa el modo en que la persona y/o la comunidad las vivencia. Es decir, define, desde una postura eminentemente subjetiva (donde a veces es difícil ver las fronteras que lo separan de una concepción meramente emotivista), cuáles son los aspectos concretos del ocio autotélico en tanto que percibidos, vividos, sentidos y queridos por las personas. Es por

ello, que frente al término dimensión, más cercano a la categoría descriptiva que a la propia de significado, le corresponde mejor la denominación de *perspectiva*, en la medida que el significado que adquiere el ocio para la persona está sujeto a su propia disposición personal frente a la misma. En ella es precisamente donde Cuenca afirma que hay que incidir, intentando abrir caminos para que la persona descubra el potencial de desarrollo personal y social que existe en la experiencia de ocio.

Un baño de realidad: de la teoría a la práctica

Si bien es cierto que las aproximaciones a la teoría del ocio más significativas son las señaladas anteriormente, y que, más allá o más acá de sus limitaciones, sirven o pueden servir para definirlo, también es cierto que esta primera aproximación no puede desentender la incidencia que él mismo tiene como patrón de consumo en nuestra sociedad contemporánea.

Son muchos los estudios que analizan esta vinculación del ocio y el consumo, valorando tanto su vertiente económica como cultural. La vertiente economicista del ocio ha primado en los estudios económicos y de marketing; también ha sido objeto de estudio de algunas corrientes sociológicas; aunque también es cierto que ha sido la sociología, [también la historia o la antropología], quien mayores esfuerzos ha hecho para rescatar al ocio de un análisis estrictamente económico. Desde este contexto, aunque no se elude su carácter económico, que es evidente [aunque también parcial], se subraya de manera especial su marcado carácter cultural, no tan evidente quizás pero sí muy significativo, que convierten al ocio no solo en un reflejo de un nivel económico concreto sino también en una manifestación del sistema de valores y referencias culturales de un colectivo de personas.

Se incida en uno u otro aspecto, está claro que la sociología, la psicología, la antropología, la economía o el marketing han abordado de manera expresa el tema del ocio y, aunque incipiente en algunas de ellas, va cobrando con el tiempo mayor relevancia. La ética, aunque no de manera expresa, también ha aportado reflexiones en una u otra dirección. La ética económica se ha presentado formalmente como parte de la ética aplicada, haciendo valoraciones esenciales para entender la economía desde un patrón ético. Por otro lado, las propuestas que nacen de preocupaciones en las que latan temas como la aculturación, la interculturalidad, la sostenibilidad, los derechos humanos, etc. vienen a construir lo que podríamos denominar una ética del desarrollo. Es indiscutible que las aportaciones de estos dos enfoques éticos aplicados al ámbito del ocio son esenciales.

Así todo, estas aproximaciones interdisciplinares no siempre han caminado de manera paralela con la realidad, con el modo en cómo se desarrolla

y manifiesta el ocio en nuestras sociedades, donde, más allá de la teoría, aparece caracterizado como un sector estratégico de consumo y diversión, propiciado por los cambios económicos, sociales y tecnológicos surgidos en la segunda mitad del siglo pasado. En esta etapa de consumo de bienes y servicios se dan los requisitos para la aparición del ocio tal y como hoy lo entendemos; y está claro que ha sido capaz de evolucionar, asumir y recrear una dinámica de mercado que ha hecho del ocio un fenómeno *colmado de medios*, sobre todo para consumir y divertirse, *pero desertizado de fines*.

Esta exposición no tiene por objeto detallar pormenorizadamente el proceso y la incidencia del ocio como fenómeno de masas durante los últimos cincuenta años. En cualquier caso, en un intento por cifrar la evolución del sector desde su despunte a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, bien pudiera decirse que éste ha ido transformando un escenario en el que el ya tradicional ocio de masas ha ido evolucionando hacia un nuevo modelo más *egonómico*, donde lo importante ya no es el producto en sí, sino el consumidor.

Los autores consultados hacen referencia a esta etapa en la que el ocio de masas cobra un auge vertiginoso y diferencian dentro de este gran bloque de cincuenta años dos momentos claves que marcan esta transformación del sector. El primero, hasta la década de los años ochenta, es consecuencia del desarrollo de los modelos de democratización social sobre los que se asienta el llamado Estado de Bienestar, y queda ejemplificado en la ya tópica frase de «ocio para todos» como marca de un estilo estandarizado. El segundo se inicia en la década de los años noventa y surge como resultado de un proceso de diferenciación, especialmente en la esfera cultural, basado en el signo y la significación. Los efectos de esta transformación dentro de una sociedad de consumo dirigido no tardan en verse materializado en un modelo caracterizado por el valor simbólico de lo consumido, que enfatiza el valor de la persona y ofrece servicios y productos más flexibles y segmentados, capaces de alentar y recrear una experiencia única y personalizada.

Aunque requieren de una mayor precisión, no puedo extenderme más en los rasgos que definen esta evolución del ocio. Creo, no obstante, que con los reflejados se ilumina someramente el escenario sobre el que se asienta algunas de sus características. Hoy en día, de manera evidente, el ocio se presenta como el ámbito que mejor permite la reproducción de esa tendencia a la puerilización tan presente en nuestra cultura; las principales manifestaciones y actividades de ocio se nutren de esa creciente demanda de *teatralización del mundo* y se prestan a la *mercantilización de la experiencia* (de su dimensión emocional, principalmente), a través de lo que pretende ser su valor de marca: la *customización*. El ocio, en fin, se presenta como un fenómeno de consumo, que ha terminado por convertir

el *e-factor*, el factor entretenimiento y diversión, no solo en una clave estratégica de desarrollo económico a nivel mundial, sino también en lo que, en palabras de Vicente Verdú, es el *estilo del mundo*.

Nunca como hasta ahora el ocio había gozado de tan espléndida oportunidad para acabar de repuntar y ascender en esa dirección iniciada en la década de los años noventa. La misma realidad se ofrece como objeto a consumir; y las personas en espectadores dispuestas a explotar un escenario ficticio creado en torno a ella. Un ejemplo de esto son la transformación de algunas ciudades, y la incorporación y visibilización de su diferenciación a partir de propuestas de ocio específicas y únicas que las acaban por convertir en grandes espacios recreativos dispuestos para el entretenimiento y la diversión. A pocas ciudades les faltan grandes centros comerciales convertidos en espacios de ocio. Pocas no han ido rehabilitándose y reubicando nuevos servicios con ese fin: antiguas fábricas convertidas en palacios de congresos o museos, iglesias, puentes y edificios ilustres bien iluminados, las calles como improvisados escenarios de arte o teatro, universidades como destino turístico de congresos y grandes eventos. Bilbao es ejemplo de la metamorfosis de una ciudad a partir del fenómeno Guggenheim. No faltan iniciativas ni se desaprovechan las oportunidades: la reconstrucción (p.ej. la Catedral de Vitoria-Gasteiz) incluso las ruinas del desastre (p. ej.: la Zona Cero de Nueva York, o a la proliferación de museos sobre los horrores del Holocausto) se pueden erigir en escenarios o entornos emocionales para el ocio que atraigan al público. Ese esfuerzo empresarial es signo de distinción en buena parte de la oferta de ocio. Es cierto que proliferan diferentes variantes del producto y que la oferta se pluraliza hacia segmentos bien diferenciados. El ocio cultural, el ocio deportivo, el rural, el histórico o el recreativo son algunos ejemplos de ello. Sin embargo, en cierta manera todos forman parte de una actividad de consumo que se apropia de un argumento, sea éste la significación histórica o cultural del lugar de destino, el deporte de aventura, la vida tranquila, la ecología, el clima o la montaña rusa más alta y veloz de Europa, para su venta y explotación. Toda la realidad es susceptible de ser adaptada a nuevas, refinadas e imparables formas de diseño. Cualquier experiencia es susceptible de ser mercantilizada por el sector como elemento de consumo y espectáculo.

Los ejemplos de los que nos podemos servir son interminables. Dentro de esta tendencia, destaca la preocupación por obtener un alto nivel de satisfacción del consumidor. No olvidemos que la nuestra es una cultura en la que la calidad, en todas sus modalidades, ha adquirido rango preferente. Pero este término de la calidad, en el sector del ocio como en otros muchos, obedece más que a nada a un intento por sortear la competencia. La calidad es un signo de distinción en el mercado y consiste, ni más ni menos, que en

saber situarse en él por delante de los demás. Las estrategias más habituales suelen ser la diversificación de productos y mercados (es decir, conjugar precio y calidad de los servicios, combinar diferentes tipos de clientes y ofrecer nuevos productos para abarcar un segmento más amplio) teniendo siempre en el horizonte el punto de vista del consumidor. A fin de cuentas, de lo que se trata es de fidelizar tanto a ese cliente como a sus allegados. Importa por ello, y mucho, estar atento al deseo de la persona, ya que, dicen, es menos manipulable de lo que se cree, y es capaz de tomar decisiones importantes e inesperadas (Cortina, 2002: 101). Sus expectativas y motivaciones son esenciales para el éxito del producto en el mercado, y aunque esta variable es muy subjetiva, se han articulado mecanismos para su evaluación, ajuste y control. Uno de ellos es el cada vez menos sutil modelo de personalización por el que se decanta la demanda. Se trate de lo que se trate, la preocupación es atender y tratar al cliente como si fuese único, satisfacer sus necesidades y propiciar el ajuste de sus expectativas, dotarle de un trato individualizado, reconocerle, pensar en él, hacerle único: esa es una de las bazas esenciales para obtener hoy en día reconocimiento en la calidad del servicio. Finalmente, ese anhelo de diferenciación y los dos aliados que lo alimentan, la satisfacción ilimitada y la sorpresa permanente, han terminado convirtiéndose ellos mismos también en un fenómeno de masas.

Habrà quien probablemente ofrezca resistencias y que se resista a aceptar en bloque buena parte de este mapa que tan brevemente se ha descrito en este apartado. Acepto que es susceptible de contraste, sin embargo, no quisiera que quedase desacreditado por considerarse que con él se inicia una más de las críticas que acompañan a buena parte de los estudios críticos sobre la sociedad de consumo. A este respecto, me gustaría destacar en este momento una advertencia que Arambarri, uno de los pioneros en España en los estudios sociológicos sobre el turismo, lanza en relación con los consumidores de la cultura de masas y de los productos turísticos. Este autor viene a decir que «el estudio teórico del turismo difícilmente avanzará ignorando que millones de personas ven el consumo masivo como una parte esencial de la búsqueda de la felicidad». Manifestando que, «tal vez sea, pues, llegada la hora de desembarazarse de las demasiado fáciles teorías de la alineación que los académicos marxistas y posmodernos proponen cada vez que el mundo exterior no sale al encuentro de sus expectativas (Arambarri, 2001: 281).

Si seguimos el *consejo* de Arambarri vemos que no es fácil plantear cualquier enfoque. Mucho más si éste se sitúa en la morada de la ética. Una mirada rápida sobre cómo se ha ido transformando y configurando nuestra sociedad nos devuelve una visión que, si no admite crítica y no es tamizada por las condiciones que la sustentan, no conduce sino al desaliento. Pero si

de lo que se trata, como dice Arambarri, es de avanzar en el estudio teórico, no desestimemos la imagen de ese «mundo exterior» que nos devuelve el espejo y asumamos que, nos guste o no, también forma también parte indiscutible de él. A cultivarla, darle forma y estimularla se encargan con absoluta dedicación buena parte de los que ya se han dado cuenta de que la gran batalla es ahora tratar explorar la tendencias que delinean esos nuevos estilos de vida basados en el consumo y la diversión para su maximización y explotación.

Relación entre el ocio y la ética

Llegados a este punto, conviene recordar la cita de Sánchez Ferlosio con la que inaugurábamos este artículo, en donde se afirmaba que el ocio no es un «valor», y (...) connota según su propia especie, *gratuidad*; (...) es (...) un fin en sí mismo» (Sánchez Ferlosio, o.c.).

Hemos visto como hay efectivamente nociones de ocio, como la de Manuel Cuenca y la de la propia WLRA, que inciden en subrayar esos mismos rasgos a los que alude Ferlosio: frente al trabajo, el ocio entendido como gratuidad, libertad y fin en sí mismo. Estos mismos caracteres son los que le llevan a concluir a este autor que es impensable hablar de una ética del ocio; es — como escribe — incluso «delirante».

Ya hemos dicho, en principio, que partimos de la consideración que el objeto de la ética es propiamente todo lo que tiene que ver con la acción humana; su ámbito de reflexión es la naturaleza humana entendida como pauta de conducta. Y si entendemos que el ocio es un ámbito de acción humana, no es tan «delirante» pensar que puede entrar en el radio de análisis y reflexión de la ética.

La ética es un tipo de saber cuyo cometido es orientar racionalmente la acción humana en el conjunto de la vida. Un saber, por tanto, práctico, que se preocupa, entre otras cosas, por indagar cuál ha de ser el fin de la acción humana, qué valores son los que debieran orientar dicha acción, qué modo de ser y qué hábitos asumir para obrar acertadamente y con responsabilidad. Es ya lugar común distinguir entre binomios éticos y clasificar a las diferentes propuestas éticas en diferentes géneros. Hacemos mención ahora a la que diferencia entre las éticas de bienes y las éticas de fines. Ferlosio situaría al ocio, con todas las imprecisiones que cree ver en ello, entre las primeras. En cierta manera allí lo sitúan todos los que consideran al ocio como la realización de un fin subjetivo o un bien deseado. La mayor objeción que plantean estas propuestas es en referencia al subjetivismo que profesan y a la validez de sus enunciados. Para las éticas de fines, en cambio, el ocio se presentaría como un bien moral cuya consecución es independiente

del deseo de la persona y puede consistir en la perfección de la misma o del conjunto de la sociedad. Enlaza con el discurso de la plenitud y la autorrealización; que, en el campo del ocio, aunque con muchas contradicciones (dada su dificultad para integrar en esa perspectiva teleológica lo que el hombre realmente ha de ser y lo que realmente quiere ser), es hacia el que apuntan algunas propuestas educadoras del ocio.

En uno u otro lado de la balanza ética se sitúan las distintas reflexiones que se realizan sobre el ocio. Pero a pesar de las diferencias, ambas participan de la consideración de que su fin ha de ser procurar, a nivel personal, felicidad y bienestar. Sin embargo, ya se sabe, la felicidad es un término impreciso, que se presta a multitud de interpretaciones, algunas de ellas ambiguas y vagas. La felicidad, en su conjunto, es vista como el logro de todo lo que al hombre le está permitido esperar con respecto a su proyecto de vida feliz, incluyendo, claro está, aquellas experiencias destinadas a su propia realización personal y a su propio bienestar, entre las que se enmarcan indiscutiblemente las que corresponden al ocio.

El ocio, atendiendo a lo que hemos visto hasta el momento, se refiere a la vivencia personal de experiencias satisfactorias, en donde prima el placer, el bienestar, y/o también la perfección o autorrealización personal, en la medida que ciertas metas personales, consideradas justas, legítimas o simplemente deseables para uno mismo, son alcanzadas. No faltan ejemplos en la actualidad que permitan ver al ocio desde esta perspectiva. Vivencias que consideran al ocio como una experiencia a través de la cual canalizar la búsqueda de felicidad, entendiendo por tal, placer, disfrute, diversión, bienestar, calidad de vida, o sencillamente perfección personal.

El ocio, entonces, se nos presenta como un modo de vivir, una dimensión felicitante de la vida, una experiencia personal satisfactoria, libremente elegida y gratificante. Es decir, un ámbito humano con grandes potencialidades, conducentes todas ellas a la felicidad.

No obstante, vemos que, de alguna forma, nos estamos refiriendo a la felicidad en términos diferentes y muchas veces no coincidentes. Unas veces, tal y como hemos señalado, la felicidad puede entenderse como disfrute o mera diversión. La búsqueda de placer o la satisfacción se consigue disfrutando de las experiencias de ocio y de todo aquello que en torno a ellas se crea con esta finalidad. Esta identificación del ocio con el placer-gozo a menudo se asocia con el bienestar. La sociedad de consumo determina la calidad de vida en términos puramente hedonistas y también en relación a la mayor o menor capacidad (económica) de las personas de adquirir bienes materiales para satisfacer sus «necesidades» de ocio.

Sin embargo, y aún a pesar de la fuerte presencia de este patrón en la sociedad contemporánea, el principio de bienestar y calidad va más apa-

rejado en la actualidad a la idea de una vida lo más placentera posible, materializada en la consecución de satisfacciones personales (materiales e inmateriales); así entendido, sobrepasa el ámbito estrictamente utilitario y económico. La calidad de vida viene definida en términos de necesidades, preferencias y recursos. Con respecto a las necesidades, se entiende que existe un mayor nivel de vida, en cuanto que una persona o grupo social satisface sus necesidades básicas, como las afectivas y las de autorrealización. En términos de preferencias, metas o valores, la calidad de vida o el bienestar se asocia al logro de aquello que se desea o aquello que es importante. Y, por lo que se refiere a los recursos, estos son imprescindibles para poder organizar esas necesidades y dirigir de manera más plena los proyectos de vida personal o comunitarios. En cualquier caso, la calidad de vida, tal y como someramente la hemos descrito, se identifica con una manera determinada de entender el bien y la felicidad, diferente a la que apuntábamos en primer lugar.

También lo es la conquista de la perfección personal o la autorrealización, que en un contexto de ocio, supone el afán por alcanzar cierta «excelencia» personal, aun a costa o por encima de la propia satisfacción personal. La felicidad, por otro lado, también es el fin de aquellos que se esfuerzan por hacer valer los ideales altruistas y solidarios en lo relativo al ocio. A través de estos valores se realizan personalmente, más allá, en este caso, de la satisfacción y la excelencia.

Lo que nos interesa destacar ahora es que nos hemos referido a ciertas experiencias de ocio a través de las cuales se puede canalizar la búsqueda de la felicidad, aunque está claro que la manera de entenderla es diferente en uno u otro caso. Ante esta situación, y puesto que el fin de todas ellas es la felicidad, cabe preguntarse si alguna de esas maneras de entender la felicidad es mejor que las otras; si es más legítima o inteligente.

El hecho de que existan diferentes paradigmas de felicidad indica, en primer lugar, que la felicidad que importa es la de cada una de las personas. Felices son las personas, no los colectivos, y todas orientan su vida de acuerdo a estos máximos de vida feliz. El hombre, en su totalidad, desea ser feliz. La felicidad es su meta y a ella tiende articulando sus elementos específicos y también los de la comunidad a la que pertenece, para proponer formas de vida buena. El poder de estos ideales personales y comunitarios reside en que están ligados a cuestiones como el sentido, la convicción, las creencias y ciertos ideales de bien. El problema estriba en cómo es posible que estos máximos de vida feliz puedan ser vividos plenamente por las personas o grupos que los asuman.

Existen, ciertamente, dificultades: en primer lugar porque esos máximos no están sujetos a una exigencia de universalización en su aplicación. Las personas y los grupos tienen distintos proyectos de máximos de feli-

cidad; sin embargo, conviene aclarar que no todos ellos tienen la misma oportunidad de vivir con plenitud de acuerdo a esos ideales. La felicidad puede estar repartida de forma desigual entre las personas o los grupos.

Por otro lado, nos gustaría destacar también, por lo que respecta al ocio, que a éste se le presupone un valor central por encima de cualquier otra consideración. Este valor del ocio es el de ser el principal ámbito de construcción personal. Es decir, aunque presupongamos que el ocio es un valor por sí mismo, éste, en cierta manera, está encaminado a otro mayor, el logro de una persona mejor y más feliz. A este respecto conviene señalar que, aunque las potencialidades del ocio para alcanzar la felicidad y la autorrealización personal son muchas e importantes, es necesario descargarse al ocio de esa exigencia de felicidad a la que parece estar sometido. Efectivamente, el ocio se constituye en la actualidad como una parcela humana cuyo objetivo principal parece ser ayudar, preparar y capacitar a la persona en ese su camino hacia la felicidad. Esta potencialidad implícita, con el tiempo, parece haberse convertido en un imperativo al que las personas o los grupos no pueden escapar: un deber de ser feliz a través de las experiencias de ocio, que para tal fin se han planificado o programado. Lo cierto es que la realidad confirma esta idea: arropada tras un objetivo tan noble como es el logro de la felicidad, una parte importante de la oferta de ocio actual se presenta como un despliegue eufórico de experiencias y actividades, que salpican, a través de complejas estrategias de mercado, un único mensaje: «sed felices». Pero, como señala Bruckner, ¿cómo saber si se es feliz? ¿Por qué hay que serlo, por qué esta recomendación cobra forma imperativa? ¿Y qué contestar a los que confiesan lastimosamente: «No lo consigo»? (Bruckner, 2001: 16).

Este mismo autor señala que no es cierto que todos busquemos la felicidad (...). Hay otros valores como la libertad, la justicia, el amor y la amistad que pueden primar sobre aquel. ¿Y cómo saber lo que buscan todos los hombres desde la noche de los tiempos sin caer en la más hueca de las generalizaciones? No se trata de estar en contra de la felicidad, sino en contra de la transformación de este sentimiento frágil en un auténtico estupefaciente colectivo al que todos debemos entregarnos, ya venga en forma química, espiritual, psicológica, informática o religiosa (...). «Cada vez que la felicidad nos roza tiene que producir el efecto de un momento de gracia, de un favor, y no de un cálculo o de una conducta específica»² (Bruckner, 2001:19).

En una sociedad como la nuestra, desfigurada entre sus deseos y aspiraciones, es necesario que el discurso de la felicidad personal no se presente

² El subrayado del texto es nuestro.

aislado, sino amparado en un marco de justicia. Volviendo otra vez a Bruckner, éste señala que «tal vez haya llegado la hora de decir que el «secreto» de una buena vida es burlarse de la felicidad: no buscarla nunca como tal, darle la bienvenida sin preguntarse si es merecida o si contribuye a la edificación del género humano; no retenerla, no lamentar su pérdida; dejar que siga siendo impredecible, que surja en mitad de un día corriente o que no haga su aparición en las situaciones grandiosas. En resumen, considerarla secundaria siempre y en cualquier parte, porque sólo llega a propósito de otra cosa» (Bruckner, 2001, 216).

La felicidad se nos presenta más bien como un don, algo que nos acontece al margen de los actos de nuestra voluntad. La acción «ociosa» no debe limitarse a la búsqueda de ese sentimiento pleno de bienestar personal, porque precisamente bajo esa única declaración de principios corre el riesgo de quedar empobrecida y, en algunos casos, entrar en contradicción consigo misma. Como señala Daniel Innerarity, en *Ética de la hospitalidad*, «uno trabaja, descansa y juega, pero no persigue la felicidad. Tampoco la felicidad ajena puede regalarse. La felicidad no es algo que uno se procure intencionadamente, sino algo que acontece. No existe felicidad de encargo, ni instancias especializadas para tramitar esa demanda. Pertenecer a ese tipo de cosas cuya búsqueda directa es señal de que el asunto está mal enfocado y que Adorno ponía bajo la denominación de «verdad inintencional». Se trataría de aquellos estados imprevisibles que, como las ocurrencias, las emociones o la diversión, se pueden favorecer pero no producir, pues no son actos de la voluntad. Son algo más que el cumplimiento de una expectativa. Pero en esta dificultad radica su encanto. Su resistencia a acontecer bajo el dictado de nuestra libertad los hace, a la vez, frágiles y dignos de la mejor estima» (Innerarity, 2001: 36).

Vemos, por tanto, las dificultades que plantea una propuesta ética en torno al ocio que muestra dos caras contrapuestas, de difícil articulación. Por un lado nos encontramos con la dimensión del bien, con la búsqueda de la felicidad. Por otro lado, nos encontramos con la otra cara del fenómeno moral que resalta la dimensión de justicia y de deber. Trasladada esta reflexión al ámbito de una posible ética del ocio, vemos que la primera debería precisar y definir sus *bienes propios* (atendiendo no sólo al bien personal, sino sobre todo, y especialmente, destacando su contribución al bien social). La segunda, por su parte, debiera ocuparse de las obligaciones que se derivan de la propia actividad responsable del ocio.

Está claro que resulta más atractivo el hombre felicitante que el sujeto normativo, o como señala Adela Cortina, «el homo ludens que el homo faber, el niño que juega que el camello cargado de fardos (...) Pero es tiempo de construir, no sólo de preferencia estética, y para construir en una sociedad ideologizada, desde una perspectiva felicitante, es menester en-

frentarse a algunas cuestiones ineludibles: (...) ¿cuáles serían las cualidades envidiadas por una sociedad consumista, estratégica y corporativista?, ¿cuál sería el ideal de felicidad, el ideal de una imaginación bombardeada por todo género de propaganda? Y junto a todas estas preguntas de «ética-ficción», se abre el gran interrogante: si un hombre animado por semejante ideal de felicidad, conformado por semejantes virtudes, respetaría el elemental principio de igualdad y solidaridad, que constituye la más preciada de las conquistas morales (Cortina, 1986: 286).

La propuesta ya clásica a esta disyuntiva en la que nos sitúa el fenómeno moral pasa por ofrecer una solución integradora que articule y complemente los distintos ideales de felicidad, que pretenden orientar la vida de una persona en su conjunto, con una concepción moral de justicia, compartida por la mayoría de grupos de la sociedad; posibilitar, en definitiva, que los máximos de vida feliz puedan ser vividos plenamente por las personas o grupos que los asuman, en un contexto de decisión social, de acuerdo a unos criterios razonables. Una ética del ocio debe articular el conjunto de preferencias individuales que determinan la experiencia de ocio de cada persona y grupo, con unos mínimos axiológicos, exigibles universalmente, que todas ellas comparten y están obligadas a cumplir a pesar de sus diferencias y, muchas veces, incluso por encima de las propias preferencias.

Esta propuesta integradora entiende que para favorecer la felicidad subjetiva de cada persona, para que cada uno de nosotros, de acuerdo a nuestro plan y sentido de vida, podamos poner en marcha nuestra mejor realización, es preciso situar ese proyecto en el marco adecuado y deseable para poder realizarlo. La mejor garantía para el acontecer de la propia felicidad personal es la felicidad objetiva, política, pública, social, sobre la que José Antonio Marina escribe que es «condición imprescindible para la felicidad personal. Hemos de realizar nuestros proyectos más íntimos, como el de ser feliz, integrándolos en proyectos compartidos, como el de la justicia» (Marina, 2000: 30).

Algunas precisiones éticas

A partir de este contexto, podemos avanzar en este intento por aclarar el significado, la importancia y la necesidad de una ética del ocio, diciendo que ésta queda englobada en aquello que se ha venido en llamar ética aplicada. Su objeto reside en articular adecuadamente los planteamientos personales de ocio (su proyecto de sentido y felicidad) con las condiciones propias de la actividad que desarrolla en los distintos ámbitos de la vida social. Su tarea consiste en saber cómo aplicar esa dimensión a la actividad o experiencia de ocio. Para proceder a esta aplicación al ámbito

propio del ocio, hay que conocer bien cuál es su propia especificidad; hay que delimitar cuáles son sus bienes internos, los propios que el ocio puede proporcionar a la persona y también, y sobre todo, a la sociedad, qué meta debe buscar, y qué valores y hábitos es preciso promover para alcanzarla. Pero también hay más. Todas estas consideraciones sobre la ética aplicada al ocio, tienen que tener como marco de referencia la moral cívica de la sociedad en la que se desarrolla, y que, como tal, tiene reconocidos un conjunto de valores y derechos que también debe asumir como propios.

Retomemos de nuevo la definición de ocio que destacábamos en la primera parte de este artículo: allí, el ocio quedaba definido de acuerdo a dos rasgos principales: por un lado, el ocio es una experiencia integral de la persona. Una *experiencia humana* compleja, centrada en actuaciones queridas (no casuales, libres, satisfactorias), autotélicas (fin en sí mismas) y personales. Por otro, se decía que el ocio es un *derecho humano* básico que favorece el desarrollo personal y social. Esta definición contempla una serie de rasgos, que vienen a perfilar sus contornos éticos. Veamos cuáles son:

El *autotelismo* es uno de esos rasgos que requieren de una muy concreta precisión ética. Por de pronto, indica que el ocio no es sólo un medio para conseguir un fin que está situado fuera de ella, sino una experiencia que tiene el fin en sí misma. No es *poíesis*, en terminología aristotélica; es decir, no es acción mediante la cual se obtiene algo situado fuera de él mismo, sino que es *práxis*, acción que se realiza por sí misma; no es *práxis atelés*, sin fin interno, sino *práxis teleía*, que contiene en sí misma el fin. Ahora bien, es claro que uno de los puntos que mayor controversia suscita el ocio es el referido a los medios y fines. Desde una conceptualización tradicional, la práctica del ocio es sencillamente un medio para descansar y recuperar fuerzas, para la vuelta al trabajo o las obligaciones. En todo caso, puede ser entendido como un premio que se nos concede por nuestro rendimiento laboral. Los planteamientos actuales, no obstante, ya no justifican la importancia del ocio atendiendo al binomio ocio/trabajo-trabajo/ocio. Estos son dos ámbitos vitales diferenciados, complementarios si se quiere, pero no, al menos, interdependientes. El trabajo se sitúa en el ámbito de la necesidad: es un medio para procurarse el sustento, para colaborar en la labor de la producción social, para servir a los demás y ser útiles. El ocio, entendido en su sentido más pleno, nos sitúa en el ámbito de la libertad y, así entendido, no es un medio para conseguir algo, sino un fin en sí mismo; busca la realización de algo sin pretender otra cosa a cambio de la acción.

La *autonomía* es un concepto clave para la ética, ya que refleja la condición de posibilidad de la acción moral. A su vez, se constituye en una de las claves para la reflexión ética del ocio. Aun a pesar de que este concepto está sujeto a diversas interpretaciones, en este contexto hace referencia la

mayor de las veces a la autoelección, a la capacidad de construirse uno mismo sin coacciones ajenas, con el máximo de libertad. Enlaza con el sentido de autorrealización, la capacidad de la persona de construir su propio proyecto de vida feliz, elegido libremente. En el ámbito de decisión personal, la libertad es completa, y esta sólo choca con aquellas coacciones sociales encaminadas a proteger los derechos de los demás. Subyaciendo a esta manera de entender la autonomía, se sitúa un ideal de persona madura, con sus necesidades básicas cubiertas, con un conocimiento sensato y reflexivo, consciente de lo que considera bueno y con ideas moralmente adecuadas para poder organizar ese proyecto vital personal, sin necesidad de recurrir a otros impuestos. Estas condiciones garantizan el desarrollo de las capacidades y potencialidades de la persona en lo relativo a su experiencia de ocio.

Este planteamiento, no obstante, no está exento de ciertos peligros. El más evidente, es que corre el riesgo de favorecer el individualismo, en detrimento del espacio público, social y solidario. Por eso habrá que buscar el equilibrio incorporando a esta interpretación aquella otra versión de la autonomía que subraya la autolegislación, la capacidad de construirse uno mismo teniendo en cuenta el cumplimiento del deber que tenemos como personas, miembros de la humanidad. Este deber remite a reglas de actuación universalizables y sitúa el horizonte de la auténtica autonomía humana en el marco de la universalidad y la humanidad.

La *libertad* es otro de los conceptos clave de una potencial ética del ocio. En su significación completa, la libertad tiene un doble sentido: por una parte indica ausencia de coacción; en este sentido, libertad es lo mismo que independencia y con referencia a los posibles obstáculos que impedirían la acción se expresaría como *libertad de*. Este es el sentido negativo de la libertad: hace referencia a la capacidad de actuar sin ningún tipo de impedimento, sin coacciones externas, y así entendida, la libertad es una cualificación propia de la acción que se refiere únicamente a la posibilidad que la persona tiene de actuar o no.

Pero la libertad también tiene un sentido positivo: la capacidad, de auto-determinar nuestras acciones, es decir, de elegir en cada momento la obra o el modo de obrar que se considere mejor entre las distintas posibilidades que la situación ofrece; esta libertad es propiamente un principio de la voluntad, más que de la acción y se expresa como *libertad para*: lo valioso no es el hecho de la elección (que elijo), sino el objeto de la misma (qué elijo).

La vivencia del ocio está relacionada necesariamente a la falta de obligatoriedad, a la voluntad de querer hacer algo y a la satisfacción que experimentamos al realizarlo. La libertad, cuando hablamos desde esta perspectiva del ocio, no sólo es una libertad condicionada sino que es, además, una libertad percibida. Ahora bien, la cuestión principal que se deriva de

una visión del ocio planteada desde este posicionamiento liberizador 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. «El cultivo personal del ocio es una de las libertades y expectativas fundamentales de las personas que viven en sociedades donde existen condiciones que garantizan esa libertad, y cualquier interferencia a esa libertad es probable que encuentre resistencia». (Kleiber, 2000, p. 74). No obstante, esta claro que, en cualquier caso, en lo relativo a la libertad habrá que abogar nuevamente por una articulación integradora entre la libertad positiva y la negativa, entre la libertad individual y la libertad política, ya que la garantía última de aquélla reside en su capacidad de integrarse en un marco referencial colectivo.

El ocio además queda caracterizado como un *derecho humano básico*, así reconocido, de forma expresa, en los derechos de la llamada *segunda generación*, los derechos económicos, sociales y culturales. Guiados por el principio de *igualdad*, el ocio aparece entre estos como un derecho que se deriva del propio del trabajo: derecho al descanso laboral, a las vacaciones pagadas, etc. Por lo que respecta a la llamada *tercera generación* de derechos, guiada por el valor de la *solidaridad*, el ocio aparece como un elemento primordial para el desarrollo social y colectivo. Estos últimos derechos no han sido recogidos en declaraciones internacionales, y por ello sólo son respetados atendiendo a la solidaridad universal. Es decir, solamente a partir del acuerdo y el consenso internacional es posible alcanzar las metas que se proponen, de ahí la importancia que adquiere en este contexto la postura sobre el ocio de la Carta sobre la Educación del Ocio de la Asociación Mundial de Ocio, que anteriormente apuntábamos. De alguna manera, podemos decir que esta propuesta quiere dar cuenta de todas las significaciones actuales del ocio y refleja, aunque no intencionalmente, un aspecto que nos parece importante: el derecho al ocio, aunque no recogido en declaraciones internacionales, forma parte de la conciencia moral social de los países democráticos: está presente en su ética cívica. La moralidad, en este sentido, va muchas veces por delante de la propia ley. Los derechos humanos son fundamentalmente derechos *morales*; aunque están a la base del derecho positivo, no son derechos *legales*, sino que pertenecen al ámbito de la moralidad y forman parte de la ética cívica. Esto significa que aunque el derecho al ocio no esté reconocido en las legislaciones de determinados países, es decir, aunque no estén legisladas las normas que garanticen el derecho al ocio de todos los ciudadanos, la conciencia cívica de la ciudadanía sí lo reconoce como tal, y entiende que nadie debería ser privado del mismo por razones de género, orientación sexual, edad, raza, religión, creencia, nivel de salud, discapacidad o condición económica.

La *justicia* es otro de los principios básicos de la ética que remite expresamente al marco social. El ocio, desde esta perspectiva, debe vincularse con los valores de equidad, justicia social e inclusión. Por lo que respecta a la equidad, compartimos con Karla Henderson la idea de que «no es probable que el ocio sea justo hasta que sus defensores hayan esbozado las importantes, aunque con frecuencia sutiles, diferencias existentes entre la igualdad y la equidad, términos que normalmente se confunden. La igualdad es un hecho de facto y es básicamente objetiva. Sin embargo la equidad es una cuestión de criterio ético y tiene en cuenta valoraciones subjetivas. A pesar de la importancia de tener en consideración tanto la igualdad como la equidad, la igualdad posee una connotación de uniformidad, mientras que la equidad se deriva en la ecuanimidad. La equidad deriva en el poder, en la capacidad y en la voluntad de ayudar a que el otro logre realizar cambios en su vida. La justicia en su sentido más amplio es la equidad de resultados y el ocio justo garantiza la inclusión de todos los individuos, independientemente del modo en que deseen participar» (Henderson, 2000, 38).

La *solidaridad* es un valor esencial para el ocio y debe estar presente si lo que se trata —como hemos dicho— es de garantizar y conseguir que todas las personas puedan realizarse libre e igualmente en su autonomía. La reivindicación del ocio podemos considerarla dividida históricamente en dos actos. En el primero se luchó por conseguir reducir el tiempo de trabajo, lo que permitió abrir nuevas posibilidades para la persona y en donde el ocio pasó a ser un factor de creciente importancia. En el segundo, se trata de aprovechar de manera óptima y responsable todas las posibilidades del mismo. Por ello, es importante despertar una conciencia de los problemas referentes a la vivencia del ocio, tanto a nivel personal como social y comunitario, preocuparse por la manera en que empleamos nuestro tiempo de ocio, ya que no es indiferente lo que en él hacemos, sino que por el contrario repercute en uno mismo, y consecuentemente, también en la comunidad.

Contribuir al bienestar y bienser de los demás es una expresión que, en este contexto, implica ante todo ayudar a los demás en sus necesidades relativas a las experiencias de ocio. Desde una lectura positiva, se refiere —a nivel personal— a la necesidad de colaborar a su desarrollo personal y moral; contribuir a que lleven una vida digna, de acuerdo a razón, con sentido y feliz en la medida de lo que permite la condición humana. Esta definición también implica contribuir tanto a eliminar o reducir las situaciones y circunstancias de una sociedad o de grupos humanos en que los individuos se vean afectados negativamente en sus derechos básicos, como a fomentar aquellas situaciones que influyan positivamente en la vida de los ciudadanos.

El ocio debe ir encaminado a potenciar esta colaboración y contribución solidaria; y, a su vez, debe promover acciones de compromiso y respeto con los demás, especialmente con los que tienen mayor necesidad.

Evidentemente este principio de solidaridad no puede prescindir de la justicia. No puede promover acciones solidarias que sean injustas en sí mismas; y tampoco puede anteponerse ante situaciones que vulneren los derechos fundamentales de las personas. En definitiva, no cabe reivindicar solidaridad en situaciones que deben ser reclamadas legítimamente como derechos. No obstante, la solidaridad es un valor que ha de servir como guía a nuestras acciones y debe ir encaminada a que la persona adopte una actitud de responsabilidad con respecto al ocio, propiciando el desarrollo de conductas y estilos de vida responsable de acuerdo a unos valores morales, cuyo referente último entendemos han de ser los derechos humanos en sus distintas generaciones.

Finalmente apuntamos a la *responsabilidad* como una categoría básica en la ética en general, y particularmente de la ética del ocio. Es, sin lugar a dudas, el valor fundamental de nuestra condición de seres morales. La responsabilidad se presenta como una categoría fundamental a la que de una u otra manera remiten las restantes dimensiones: en cuanto a responsabilidad sobre nuestras prácticas, remite al principio de autotelismo; en cuanto a responsabilidad personal, remite al principio de autonomía; en cuanto a responsabilidad ante la libre elección, remite al principio de libertad; en cuanto a responsabilidad ante la sociedad, remite al principio de justicia; y finalmente, en cuanto a responsabilidad ante los otros y ante el futuro, responde al de solidaridad.

Conclusión

Decíamos al principio de este artículo que el objetivo del mismo era reflexionar sobre el significado del ocio desde una perspectiva ética, no sólo con el fin de describir, entender e interpretar las distintas concepciones actuales sobre este fenómeno, sino también con el de ahondar en los valores implícitos en cada una de ellas y considerar su significado a la luz de la ética. Ciertamente, nuestra intención ha sido la de inscribir la reflexión sobre el ocio en un ámbito de conocimiento que ha estado muy desatendido. La literatura en español sobre cuestiones específicas de ocio y ética es muy escasa, y, en ese sentido, estas líneas han querido contribuir a abrir un camino hacia la necesaria incorporación de la dimensión ética en todo aquello relativo al fenómeno del ocio.

Estas consideraciones nacen alumbradas por el pensamiento humanista del ocio y se adhieren al horizonte de esperanza que esta propuesta

ilumina. Nuestra articulación sobre las dimensiones éticas del ocio probablemente no sea la que mejor corresponda a un tema que tan poco se presta a la erudición abstracta. Efectivamente, todos los principios sobre el papel son incuestionables. Nadie pone en duda el valor teórico de las libertades personales, la inclusión o la responsabilidad. Sin embargo, el mundo es mucho más complejo de lo que podemos reflejar en unas cuantas categorías. Sin duda, es difícil —si no imposible— apresar todos sus matices y dar cuenta de ellos. Aun a pesar de ello, la intención que ha guiado este trabajo es la de buscar cordialmente un equilibrio entre todos aquellos rasgos que el ocio nos ofrece en la actualidad, para, a partir de ellos, ir configurando una guía que nos permita idear al ocio como aquello que alienta y estimula la vida.

Bibliografía

- BRUCKNER, P. (2001): *La euforia perpetua. Sobre el deber de ser feliz*. Barcelona: Tusquets.
- Carta Internacional de la Educación del Ocio de la Asociación Mundial de Ocio (World Leisure and Recreation Association)*, en la revista *ELRA (European Leisure and Recreation Association)*, Summer, 1994, pp. 13-16. Versión española en GORBEÑA, S. et al. (1997). *El derecho al ocio de las personas con discapacidad*. Documentos de Ocio, núm. 4. Bilbao: Universidad de Deusto. pp. 243-252.
- CORTINA, A. (1986): *Ética mínima*. Madrid: Tecnos.
- CORTINA, A. y CONILL, J. (dir.) (2000): *10 palabras clave en ética de las profesiones*. Estella: Verbo Divino.
- CORTINA, A. (2002): *Ética del consumo*. Madrid: Taurus
- CUENCA, M. (1995): *Temas de pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (1999): *Ocio y formación. Hacia la equiparación de oportunidades mediante la educación del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (2000.^a): *Ocio humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (ed.) (2000^b): *Ocio y Desarrollo Humano. Propuestas para el 6.º Congreso Mundial de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- HENDERSON, K. (2000): «Human development and just leisure» en CUENCA, M. (ed.): *Leisure and Human Development. 6th World Leisure Congress Proposals*. Bilbao: Universidad de Deusto. pp. 33-39.
- INNERARITY, D. (2001): *Ética de la hospitalidad*. Barcelona: Península.
- KLEIBER, D. (2000): «Developmental implications of engagement and disengagement as leisure experiences», en CUENCA, M. (ed.): *Leisure and Human Development. 6th World Leisure Congress Proposals*. Bilbao: Universidad de Deusto. pp. 59-67.
- LLEDÓ, E. (1999): *El epicureísmo. Una sabiduría del cuerpo, del gozo y de la amistad*. Barcelona: Círculo de Lectores.

- MARINA, J. A. y VÁLGOMA, M. de la (2000): *La lucha por la dignidad. Teoría de la felicidad política*. Barcelona: Anagrama.
- SAN SALVADOR DEL VALLE, R. (2000): *Políticas de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- RUBIO GIL, A. (coord.) (2003): *Sociología del Turismo*. Barcelona: Ariel.

Capítulo 4

Pedagogía del ocio: una aproximación global

Manuel Cuenca Cabeza

La preocupación por la drogadicción o los efectos de los fines de semana en la juventud, están dejando al descubierto la falta de iniciativas, recursos y preparación de los jóvenes para vivir un ocio creativo, capaz de enriquecerles como personas. El problema no es menos grave entre los jubilados, que inician un periodo vital sin el referente del trabajo y deben enfrentarse al aburrimiento, cuando no están preparados para llevar a cabo un estilo de vida satisfactorio centrado en el ocio. Ambos casos denotan una carencia educativa que se manifiesta en todas las edades. Su nombre es Educación del Ocio. En las siguientes páginas nos introduciremos en su significado de un modo general.

La Educación del Ocio no es un término que se comprenda de un modo unívoco, muchos pensarán que se trata de enseñarnos cómo debemos o tenemos que divertirnos, lo que resulta absurdo o, al menos, innecesario. El sentido específico de la Educación del Ocio no es tanto la liberación del aburrimiento o la prevención de las lacras sociales que han proliferado en las sociedades de consumo, es la reivindicación de la persona, de su libertad responsable y su generosidad. Es la defensa de lo satisfactorio por encima de lo útil o, si se quiere, la redefinición de nuestras acciones en función de criterios diferentes a la utilidad, lo utilitario y las necesidades básicas. Esta manera de entender la Educación del Ocio nos afecta a todos, porque implica un proceso personal que arraiga en un campo de valores, actitudes, habilidades y conocimientos personales.

Hasta aquí hemos utilizado el término genérico de Educación del Ocio conociendo que, en bastantes ocasiones, se produce una confusión entre educación y pedagogía. Cuando el proceso educativo se hace sistemático e

histórico, es posible estudiarlo como una disciplina académica más, en ese caso hablamos de la Pedagogía. Ella es la que organiza los conocimientos relacionados con la experiencia de manera que nos permita profundizar en la acción educativa y su trascendencia. Si la Pedagogía implica reflexión, estudio científico, propuestas de mejora; la Pedagogía del Ocio es la Educación del Ocio sistematizada y organizada, de manera que nos proporciona todo lo anterior y nos ayuda a estudiar, críticamente, la estrecha relación existente entre educación y ocio. Desde este punto de vista, limito el ámbito de reflexión a las aportaciones que, recogidas bibliográficamente, colaboran en la sistematización pedagógica antes comentada.

Aproximación histórica y bibliográfica

Históricamente, tanto el ocio como su posible educación, han tenido concepciones diversas en los distintos lugares y épocas. Lorenzo de Luzuriaga (1973) nos recuerda que el ideal de la persona en la Grecia clásica fue la *areté*, que significaba excelencia. El cometido de la educación era hacer realidad «el hombre selecto, distinguido», el ideal griego que se refería a la cultura personal y total. La manera de conseguirlo, con el desarrollo de la *paideia*, era la gimnasia y la música. Entendiendo por la primera tanto la formación del cuerpo como el desarrollo del carácter; mientras que la música se ocupaba del desarrollo del espíritu.

La implantación de la sociedad industrial transformó todos esos ideales de educación en preparación para la vida útil, por lo que el mundo del trabajo desplazó al ideal de excelencia y felicidad. No obstante, la antorcha quedó encendida a través de los movimientos de renovación pedagógica. La «educación para la vida», personalizada, humanista y con otras denominaciones similares será el último reducto de una educación del ocio imprescindible en toda formación humana integral. Como referente de estos planteamientos es bien conocida que la concepción educativa de la Institución Libre de Enseñanza. Giner de los Ríos propugnaba una realidad educativa en la que no tenía ningún sentido la separación de trabajo y ocio. Una realidad educativa en la que se produce una buscada alternancia entre el esfuerzo intelectual y el descanso, el juego y la observación de la naturaleza, la cultura libresca y el viaje cultural.

Las reflexiones que Lorenzo Luzuriaga lleva a cabo en su *Pedagogía* son fiel reflejo de este modo de entender la pedagogía del ocio. Una concepción educativa global, en que el autor no explicita concretamente la palabra ocio, aunque se trasluce su percepción cuando se refiere a los fines de la educación, cuando trata de la educación física o la educación estética y cuando se preocupa de temáticas tales como el juego, la educación social,

los métodos especiales, la distribución del tiempo y el espacio escolar o, lo que él denomina como instituciones circunesculares o postesculares.

Pedagogía del tiempo libre

Sin perder de vista estos supuestos teóricos, hay que señalar, sin embargo, que la pedagogía del ocio no se desarrolla bibliográficamente hasta el siglo XX. En España no se considera de un modo diferenciado hasta la segunda mitad del siglo, donde se inicia una preocupación educativa explícita relacionada con el tiempo libre. La educación del tiempo libre tuvo como objetivo preferente preparar a niños y jóvenes para llevar a cabo acciones de provecho durante su tiempo libre. Ello explica su relación con instituciones y actividades tales como los boy-scouts, colonias de verano o clubes. Puig y Trilla destacan que educar en el tiempo libre significa «aprovechar este tiempo como marco de alguna actividad educativa, sea del tipo que sea». Para R. Mendía y J. M.^a Pitarque (1975, 23) la educación en el tiempo libre es algo especialmente importante para la juventud y tiene como finalidad «encauzar debidamente el empleo de dicho tiempo, haciendo que las horas desocupadas se utilicen adecuadamente y de forma educativa».

Estas primeras concepciones fueron eficaces en las décadas del 60 y 70 del pasado siglo, pero las circunstancias posteriores las han hecho evolucionar. Así, años más tarde, Alfons Martinell (1994, 40) afirmaba que la educación en el tiempo libre ha de crecer y fomentarse hacia otros «proyectos innovadores y específicos, que conecten con motivaciones de la infancia y juventud de la actualidad»; mientras que Paciano Feroso (1994, 364) defendía que «la pedagogía del tiempo libre trabaja con todos los individuos allí donde estén para que el tiempo vacío se pueble de ocupaciones fructíferas y beneficiosas para el desarrollo de su personalidad. No hace distinciones de edades, de clases sociales o de género; tampoco las hace de lugares: la casa, la playa, el club...».

Como educación específica, la pedagogía del ocio adquiere significación a partir de la década del setenta bajo el concepto de «educación en o para el tiempo libre». El libro de Erich Weber, *El problema del tiempo libre*, aparecido en Munich en 1963 y traducido al español en 1969, se puede considerar uno de los trabajos más interesantes desde el punto de vista de una pedagogía centrada, preferentemente, en la utilización correcta del tiempo libre.

Weber analiza la incidencia del tiempo libre y sus problemas, partiendo de una consideración múltiple: sociológica, antropológica y pedagógica. El autor habla de la importancia del descanso, del juego, el deporte, los hob-

bies, las vivencias artísticas y las fiestas; pero, sobre todo, recuerda una y otra vez la importancia del sentido de estas acciones. Su planteamiento se lleva a cabo desde un punto de vista global, de modo que cuando se refiere a la necesidad de la pedagogía del tiempo libre, a sus peligros, sus posibilidades o sus fines, está sentando las bases de un modo nuevo de ver la educación y una nueva manera de educar. El estudio de Weber es un trabajo básico para entender la Educación del Ocio como Educación del Tiempo Libre. La excelente base teórica del autor, junto al conocimiento profundo de los pensadores e investigadores pasados y contemporáneos, hacen de este estudio un punto de referencia necesaria.

A pesar de lo dicho, la obra de Weber presenta algunos aspectos discutibles, vistos desde la actualidad. Un primer punto haría referencia al carácter genérico con que se tratan los problemas pedagógicos, de manera que se hace necesaria una segunda lectura y la posterior adaptación concreta para iluminar una práctica. Otro aspecto, común en la visión pedagógica de su época y agudizado por su traducción al español, se refiere a la difícil delimitación de los conceptos de ocio y tiempo libre. Su planteamiento pedagógico se nos queda limitado, el autor se ocupa del problema desde una posición preventiva y temporal. Este modo de ver la educación le conduce a la preocupación inmediata de cómo ocupar el tiempo libre y, consiguientemente, al análisis de los distintos dimensionamientos de una posible actividad. Aun así, Weber afirma que «la moderna problemática del tiempo libre exige una pedagogía específica de ese tiempo, la cual no puede quedar aislada, sin embargo, sino que tiene que integrarse en la educación total». «La educación no puede hacer otra cosa que ofrecer una ayuda, y ésta hará probable que el individuo adopte decisiones correctas en su tiempo libre»(p. 445).

Weber considera que las formas pedagógicas legítimas más importantes para influir en la educación del ocio y el uso del tiempo libre, son las siguientes:

1. Actuar como estímulo: despertando intereses, dando ánimo, ofreciendo posibilidades, motivando las distintas formas.
2. Iniciar e introducir en distintos tipos de actividades de ocio: mediante lecciones introductorias, cursos, aprendizajes de comportamientos, etc.
3. Facilitar, decir y hacer accesibles los lugares y presupuestos necesarios para la práctica de determinadas actividades: bibliotecas, talleres, lugares para espectáculos, juegos o deportes, etc.
4. Proporcionar cualquier información sobre reglas de juego, modelos de trabajos prácticos, impedimentos, indicaciones bibliográficas o ayudas de cualquier género.

5. Proteger y preservar de los peligros y amenazas la vida del tiempo libre, aclarando, dictando medidas de protección, dialogando y buscando la participación de todos.
6. Transformar y mejorar las circunstancias que puedan suscitar ciertos reparos pedagógicos. Esto no se intentará solamente con la condena y la prohibición, sino razonando los peligros y ofreciendo a cambio otras opciones positivas que sustituyan a las anteriores.

Desde un punto de vista pedagógico, el libro de Weber fue uno de los estudios más importantes e influyentes en la Europa Occidental de su época. El autor constata que, la nueva realidad del tiempo libre y su trascendencia, plantea problemas pedagógicos nuevos. El peligro del cambio que se produce en esa época no está, a juicio suyo, en el desarrollo del tiempo libre, sino en el planteamiento educativo que se lleve a cabo, con el fin de prevenir sus peligros y aprovechar sus posibilidades. Weber aborda la emergencia del ocio y sus consecuencias desde una consideración del tiempo libre propia de una sociedad industrial con características distintas a la actual. Su enfoque, centrado en el tiempo de no trabajo y su área de incidencia, contribuye a esclarecer pautas pedagógicas generales, aunque no ofrezca un modelo pedagógico concreto. Al final se concluye que no se trata tanto problema de tiempo o de uso de tiempo, sino problema de Educación en un sentido global, en la que se ha de tomar conciencia de estar preparados, más que para hacer algo, para tomar la decisión libre y adecuada de qué se puede, quiere o debe hacer entre las muchas opciones posibles.

La pedagogía del tiempo libre tuvo un desarrollo especial y creciente hasta la década del ochenta, del pasado siglo. Se puede decir que era una pedagogía desarrollada a partir de prácticas educativas realizadas fuera del contexto escolar, especialmente en ámbitos juveniles y de Tiempo Libre: asociaciones, clubes, voluntariados y escuelas. Su reflexión educativa evoluciona paralelamente al desarrollo pedagógico de la animación socio-cultural.

Educación para el ocio

Coincidiendo con la implantación de la Ley General de Educación de 1970 y con el movimiento renovador que se vive en las escuelas y centros educativos españoles, conviene reseñar otra línea de acción que pudiera llamarse «educación para el ocio», es decir, de Educación del Ocio en el centro escolar, entendida como preparación de niños y jóvenes para el ejercicio del ocio presente y futuro. Su labor conecta con la tradición de las actividades no formales en el ámbito escolar, pero además plantea

interrogantes educativos, sobre el tiempo libre en la escuela o la función de las actividades extraescolares, que pueden considerarse nuevos. En este sentido habría que destacar los escritos de L. A. Mattos (1976), P. Blasco Cano (1988), S. Scurati (1986), M. Cuenca (1984) y otros¹. La diferencia respecto a la pedagogía antes comentada, radica, fundamentalmente, en el distinto campo de acción en el que sitúan su labor, en este caso el espacio formal, pero también en desplazar el centro de interés hacia la práctica del ocio en sí mismo.

Desde el punto de vista de la reflexión pedagógica, uno de los educadores más innovadores es A. Kriekemans. En su *Pedagogía General* (1973), Kriekemans dedicó un capítulo a la «educación del empleo de los ocios» en el que define el ocio como «una “recreación”, o sea, un medio para restablecer la voluntad y el valor de vivir» (p. 525). Desde este punto de vista la vivencia o la educación del ocio no puede entenderse como un «apéndice», como acción secundaria o de segunda categoría. La educación del ocio es necesaria para acceder al ideal de la persona autorrealizada, liberada y con claridad de ideas, prototipo del ejercicio de un ocio maduro y consecuencia de una formación humanista profunda. Este 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 en la que nos sumerge la cultura actual.

En esta línea de pensamiento, el acierto del libro de Pedró (1984), *Ocio y Tiempo Libre ¿para qué?*, arranca de la pregunta que se formula en el mismo título. Lo esencial, al hablar del problema del tiempo libre, no es qué, cómo, cuándo o dónde hacer sino ¿es mi ocio algo que realmente he elegido, es algo de lo que soy consciente? De ahí que el autor proponga, como educación posible, tomar conciencia de los condicionamientos que inciden en la actividad de tiempo libre, ser conscientes de la alienación o el desarrollo personal a que conducen y, finalmente, decidir con absoluta libertad.

Varios años después, en *La Pedagogía del Ocio* (1987), Josep M.^a Puig Rovira y Jaume Trilla parten de una concepción ecléctica. Por una parte el ocio es algo subjetivo, se realiza libremente para satisfacer «necesidades personales, tales como descansar, divertirse o desarrollarse» (p. 20). Por otra, el ocio requiere «la posesión de tiempo libre». De modo que, al decir de los autores, «cualquier actividad será de ocio según el tiempo social en que se produce y la actitud personal con que se realiza». Esta concepción se muestra superada en *Otras educaciones*, de J. Trilla,

¹ VV.AA.: *Vida escolar*. Número monográfico sobre Actividades Extraescolares, n.º 172-173, 1995. RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, E.: *Tiempo libre y actividades extraescolares*, Anaya, Madrid, 1982.

donde el autor asume una dimensión amplia de la Pedagogía del Ocio, pensando que su misión es la educación *en* el tiempo libre pero también *para* el tiempo libre, y que uno sólo se prepara a vivir un ocio humanamente rico a través de la vivencia de un ocio de ese estilo. De ahí que «la Pedagogía del Ocio ha de contribuir a la creación de esta rica, creativa y personal vivencia»(p. 85).

Más adelante, en *La educación fuera de la escuela*, Trilla (1993: 82) precisa que la Pedagogía del Ocio es un término amplio pero que, desde un punto de vista de intervención, se ha centrado especialmente en la Pedagogía del Ocio infantil y juvenil, mientras que la intervención sobre el ocio adulto ha sido objeto de la animación sociocultural.

Pedagogía/Educación del ocio

A partir de la publicación del libro de J. Mundy y L.Odum (1979), *Leisure Education: Theory and Practice*, muchos autores consideran que la Educación del Ocio es un proceso relacionado directamente con la mejora de la persona en relación a sus vivencias de ocio. Esta línea de acción enfatiza la importancia de lo personal, la incidencia que puede tener la vivencia de una experiencia de ocio en la persona y en la mejora de su calidad de vida. De una oferta de acciones y entretenimientos se ha pasado a una reflexión sobre los procesos personales de cambio, priorizando la importancia de los valores, el desarrollo de actitudes y el papel de destrezas y conocimientos en las vivencias de ocio. No se trata de reivindicar una parcela más de educación, sino de relacionar las experiencias de ocio con los valores que sustentan nuestra vida y nuestra peculiar manera de entender lo que es vivir. De modo que la Educación del Ocio llama la atención sobre la conciencia ante el fenómeno, sobre los modos convenientes de tratarlo, sobre los beneficios que reporta a la persona y las dificultades para llevar a cabo la tarea educativa, así como sobre los prejuicios que puede acarrear su ignorancia.

Vista así, la especificidad de la Educación del Ocio radica en el conocimiento y la toma de conciencia de la importancia del ocio en la vida personal y social. Como proceso educativo debiera tener en cuenta una serie de pautas generales, que J. Mundy y L. Odum enumeraron así:

- Identificación de valores, actitudes y objetivos relacionados directamente con el ocio.
- Potenciación de la autonomía y autosuficiencia de las personas.
- Autoconocimiento y desarrollo de la capacidad personal de elección en los aspectos relacionados con el ocio.

- Aumento y desarrollo de opciones y posibilidades para llevar a cabo un ocio de calidad.

Desde una postura operativa, los autores identifican el término ocio con una estructura temporal que actúa como referencia de unas acciones calificadas subjetivamente como tal. Desde ahí, parten del consenso generalizado según el cual la Educación del Ocio tiene como fin mejorar la calidad de vida en el ocio. Esta afirmación les lleva a señalar que la clave de su pedagogía no puede estar en los contenidos que se imparten, sino en el proceso a través del cual cada persona desarrolla un conocimiento de sí mismo, en relación a su ocio, y de su ocio en relación a su estilo de vida, entorno y perspectivas de futuro.

Desde este punto de vista, J. Mundy y L. Odum (1979, 2-3) consideran que, aunque la Educación del Ocio se base en dos premisas previas que son la libertad y vivencia personalizada, nos encontramos, al mismo tiempo, ante una concepción necesariamente operativa, que se concreta en cada persona, en cada momento y en cada grupo. Vista así la Educación del Ocio es:

1. Un movimiento total que capacita a los individuos a mejorar la calidad de sus vidas en el ocio.
2. Un proceso que capacita a los individuos a identificar y clarificar sus valores, actitudes y objetivos de ocio.
3. Un acercamiento que capacite a los individuos a ser autónomos, autosuficientes y activos en relación a sus vidas durante el ocio.
4. Decidir por uno mismo qué lugar ocupa el ocio en la vida de cada uno.
5. Conocerse en relación al ocio.
6. Relacionar las necesidades propias, valores y capacidades, con el ocio y experiencias de ocio.
7. Aumentar las opciones del individuo para satisfacer experiencias de calidad en el ocio.
8. Un proceso por el que los individuos determinan su propia conducta de ocio y evalúan los resultados de su conducta en relación a sus propósitos y fines.
9. Desarrollar el potencial de los individuos para aumentar la calidad de sus propias vidas en ocio.
10. Un proceso continuo que dura toda la vida, que nos acompaña desde el jardín de infancia a la jubilación.
11. Un movimiento en el que una multiplicidad de disciplinas y de sistemas de servicio desempeñan un papel y una responsabilidad.

Parafraseando esta múltiple definición se podría decir que la Educación del Ocio es un proceso que debe ocurrir paralelamente a la propia vida, per-

mitiéndonos enfrentarnos a ella de una manera más adecuada y resuelta. A pesar de ello, conviene aclarar que, aunque la educación del ocio no tenga un momento específico concreto, hay momentos en los que su carencia se transforma en problema y su existencia parece decisiva. Los autores destacan al respecto el ocio de la niñez, la juventud y la posjubilación, sin por ello olvidar que el ocio de los adultos, en período laboral, tiene una relación directa con lo que ocurre en una y otra parte.

J. Mundy y L. Odum elaboran un modelo de Educación del Ocio basado en una concienciación personal como punto de partida. Su estructura se compone de cuatro grupos de objetivos, que proponen seguir de forma ordenada y sistemática, con el fin de llevar a cabo un proceso personal transformador que arranca en la identificación de las experiencias de ocio y termina al conseguir una realidad de ocio más satisfactoria. Cada grupo de objetivos recoge una serie de resultados de conducta que deben adecuarse a cada caso. Los componentes del programa son cuatro: Conciencia de la importancia del ocio, Conciencia de sí mismo, Ejercicios de ocio y Recursos de ocio. El problema de *Leisure Education: Theory and Practice*, para los lectores de habla hispana, es que el libro no se ha traducido hasta el momento y, para muchos educadores, sólo se conoce de un modo indirecto y parcialmente, a través de los trabajos publicados por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.

Considerando que la Educación del Ocio está unida a procesos de aprendizaje y es parte esencial de la formación permanente, el libro *Pedagogía del Ocio. Modelos y Propuestas* (Cuenca, 2004), trata de esclarecer que también es un área de conocimiento que, tras una determinada trayectoria histórica, permite ser estudiada y sistematizada, ofreciéndonos pautas para una intervención educativa importante en el desarrollo del ser humano y su bienestar. Desde este punto de vista, la educación del ocio tiene un objetivo básico que es la educación personal y otro, complementario e igualmente importante, la educación comunitaria. Uno y otro se abordan en el libro a través de cuestiones diferenciadas, sin perder la coherencia y unidad global.

Pedagogía del Ocio. Modelos y Propuestas es un libro que trata de conjugar las aportaciones tradicionales de la pedagogía del tiempo libre y la educación para el ocio, en un marco de actualidad en el que están presentes las aportaciones norteamericanas o la Carta Internacional de la Educación del Ocio de la Asociación Mundial de Ocio (WLRA), publicada por primera vez en 1994. Se comparte con esta Carta que la Educación del Ocio es un proceso continuo de aprendizaje que incorpora tanto el desarrollo de actitudes y valores como el de conocimientos, habilidades y recursos de ocio. También se entiende que su papel es decisivo a la hora de reducir las diferencias y garantizar la igualdad de oportunidades y recursos.

La Pedagogía del Ocio y sus Áreas

La Pedagogía del Ocio es una parte específica de la Pedagogía General que tiene el objetivo de contribuir al desarrollo, mejora y satisfacción vital de las personas y comunidades a través de conocimientos, actitudes, valores y habilidades relacionados con el ocio. La educación del ocio es una necesidad cuando se asume que el ocio es un ámbito de desarrollo humano. De modo que, aunque el ocio sea un fenómeno con un amplio espectro de posibilidades, tanto positivas como negativas, el ocio autotélico, un ocio vivido positivamente y como fin en sí mismo, es el marco de referencia para encaminar las distintas acciones educativas de ocio hacia valores y planteamientos fundamentales. Considero que la educación del ocio autotélico es el horizonte de referencia, tanto para la educación terapéutica y preventiva como para la utilización metodológica del ocio para otros fines.

Desde un punto de vista humanista y buscando que la persona tenga un ocio autotélico, libremente elegido, satisfactorio, adecuado a su edad y circunstancias, y capaz de proporcionarle experiencias de desarrollo personal, 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. Partiendo de la distinción que se realiza en la Carta Internacional de la Educación del Ocio de la Asociación Mundial de Ocio, aunque difiriendo en su contenido, convenimos en la importancia de diferenciar tres grandes áreas de la Pedagogía del Ocio: La educación personal del ocio, la educación comunitaria del ocio y la formación de profesionales del ocio. Las dos primeras se relacionan con la formación para la vida, la tercera con la capacitación para el mundo laboral. En las páginas que siguen trataré de presentar sucintamente los cometidos fundamentales de cada una de estas áreas.

La educación personal del ocio

Considerada como educación del ocio en el periodo escolar y educación a lo largo de la vida, su objetivo es el perfeccionamiento, mejora y satisfacción vital de los educandos. Es una educación centrada en la persona, sin perder de vista que el concepto de persona se entiende aquí desde su vertiente individual y social o comunitaria. La educación personal del ocio defiende el desarrollo de una persona libre e independiente, pero también integrada y solidaria con las demás. Su gran reto, a la hora de la práctica, es que las actividades de ocio se separen del mero «pasar el rato» transformándose en experiencias positivas significativas. Pero esto no es algo que resulte fácil, ya que disfrutar haciendo cosas que fueron descubiertas

recientemente en nuestra evolución (música, poesía, arte...) es una tarea complicada.

La educación debe ocuparse de que las personas sean capaces de obtener las máximas posibilidades y beneficios de sus experiencias de ocio, sea este casual o sustancial. Pero, parece evidente que el desarrollo de un ocio sustancial y creativo no es cuestión de azar, sino resultado de la educación personal. De ahí que, educativamente hablando, Douglas A. Kleiber (2002, 73) señale que «supone una falta de perspectiva centrarse solamente en aquellas destrezas que conducen, en última instancia, a un trabajo remunerado y a utilizar sistemas de gratificación que consideran el aprendizaje como un medio para obtener un fin. El cultivo de intereses y destrezas relacionadas con el ocio ofrece toda una vida de disfrute, así como un panorama de oportunidades para participar con los demás en la comunidad». A juicio del autor, lo más importante es que la motivación intrínseca y el reto personal, inherente a las aficiones, constituyan la base de aprendizaje y faciliten la tarea de desarrollar compromisos y vocaciones.

A pesar de la escasa tradición en programas y currículos, la Educación de Ocio tiene un enorme potencial para llevar a cabo la educación para la vida. Afortunadamente cada vez existen más documentos y declaraciones internacionales y gubernamentales con indicaciones claras al respecto. La mayor parte de las estrategias educativas relativas al desarrollo de valores, actitudes y destrezas de ocio buscan mejorar la calidad de vida de las personas, porque la educación del ocio es un proceso abierto, que no se refiere sólo a la infancia, sino que afecta a todas las edades. Kleiber propone que si la educación del ocio asume el valor de la desconexión y la relajación debería incorporarse a la formación de los padres, a la educación de los profesores y a los servicios que se ofrezcan a las personas que hayan experimentado alguna pérdida en sus vidas: desempleo, tratamientos de rehabilitación, luto etc. Ello favorecería el objetivo de restablecer su sentido de seguridad y estabilidad, al tiempo que podría aprovecharse como fuente de identificación de nuevas posibilidades.

La educación comunitaria del ocio

Se refiere a acciones educativas en las que el objetivo no es cada persona sino una comunidad, cualquiera que sea: escolar, local, regional, etc. Es un tipo de educación social que, sin olvidar la importancia del desarrollo personal, busca el cambio de actitudes y hábitos comunitarios en beneficio de una paulatina implantación del derecho al ocio y el aumento de la calidad de vida de la comunidad. La educación comunitaria del ocio se desarrolla a partir de unos objetivos colectivos debidamente seleccionados,

a los que se subordinan unas estrategias de conocimiento, concienciación y acción adecuadas a los cambios buscados. Son objetivos que se hacen patentes en políticas culturales, deportivas, de juventud, tercera edad, mujer etc. Pero, en la mayoría de los casos, forman parte de actuaciones dispersas, con el riesgo de descoordinación o, lo que es más grave, el riesgo de intervenciones contradictorias. Se puede considerar que son acciones educativas comunitarias buena parte de las propuestas que se desarrollan desde el movimiento «Ciudades Educadoras», también las que tratan de responder a demandas sociales relacionadas con la equidad y equiparación de oportunidades, además de otras que se intentan llevar a cabo a partir de los medios de comunicación.

Señala J. Rodríguez (2002, 1) que la Ciudad Educadora «es una propuesta en continua construcción, una historia que se va recorriendo, al tiempo que permite identificar el camino por el cual se habrá de transitar. Una utopía a la que vale la pena apostarle. Es, también, la posibilidad de materializar las ideas y propuestas de los estamentos que conforman el tejido social de la ciudad. Se trata, en síntesis, de un proyecto para construir ciudadanía y democracia. Es un propósito de construir ciudad para más y mejores ciudadanos. Este proyecto de ciudad tiene como eje articulador la construcción de un nuevo ciudadano». Pero resulta difícil entender un ciudadano del siglo XXI que no quiera saber nada del deporte, del disfrute de la cultura, que sea ajeno al movimiento turístico o al mundo de la diversión y el entretenimiento. La ciudad que demanda el nuevo ciudadano es una ciudad placentera, acogedora, capaz de crear ámbitos de comunicación y encuentro. No sólo es la ciudad para trabajar, sino la ciudad para vivir. Y en la vida del ciudadano actual el ocio ocupa un lugar dominante.

La educación comunitaria del ocio tampoco es ajena a la función de los medios de comunicación, tan importantes para el proceso de socialización del ocio en la sociedad actual. Los responsables comunitarios deberían impulsar el diseño de programas que promovieran el desarrollo de «ocios serios o sustanciales» y valores elevados, familiares y sociales, de forma entretenida. Los gobiernos no pueden cerrar los ojos ante los contenidos televisivos, películas, radios y programas informáticos que promueven a menudo conductas antisociales como discriminación racial, violencia y hostilidad. Si, al contrario, pensamos en la difusión de mensajes positivos, la labor de estos medios como educadores de ocio y a través del ocio puede ser incalculable.

La cultura del ocio ha tenido un desarrollo insospechado gracias a los entretenimientos de masas (multimedia, música rock, festivales, parques temáticos...) que uniformizan y globalizan tendencias políticas, económicas, culturales y educativas. Es esencial que la educación del ocio incluya nuevos objetivos relacionados con la resolución de problemas y el

aprendizaje en el marco de este contexto virtual, lúdico y global. Ruskin (2002, 21-22) considera que «la educación del ocio como parte de la educación-entretenimiento global debe incorporarse a los procesos de desarrollo comunitario, y las oportunidades profesionales en este campo deben ser conocidas. Varias formas de educación-entretenimiento como aventura, cultura o entretenimiento de masas deben ser crítica y objetivamente examinadas para descubrir sus papeles potenciales en el proceso de educación del ocio». La implantación de Internet en nuestras vidas hace más urgente esta tarea, abriendo un nuevo campo en la educación del ocio que, desde este punto de vista, forma parte de un sistema global de entretenimiento y comunicación lleno de posibilidades.

La educación de profesionales del ocio

La educación de profesionales del ocio nos sitúa en un área de formación específica, aunque en cada caso habrá que considerar cuál es el perfil profesional que se pretende y cuáles son los requisitos y funciones a las que debiera responder. Considero que todo profesional del ocio debe conocer los planteamientos generales de la educación personal y comunitaria del ocio, así como la relación de éstas respecto a su área de especialización. La educación de profesionales del ocio es un tema importante, del que quisiera destacar aquí las ideas que entiendo esenciales para entender la cuestión que se plantea: ámbito laboral, profesionales y formación.

El ámbito laboral del ocio nos traslada a 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. El 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 ignorar que en el

ocio buscamos encontrar una vida más humana y feliz, en la que cada uno nos reconocemos.

Gran parte de los trabajos del ocio se conocen desde hace tiempo, aunque no se haya tenido plena conciencia de su función. Sin embargo, en los últimos años se están desarrollando dos grandes grupos de profesionales. Por un lado están los gestores y organizadores de centros, proyectos y empresas específicas de ocio, entendido el término bajo las denominaciones de cultura, deporte, 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 marco de 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 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 la formación de los profesionales del ocio 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, aprendizajes básicos relacionados con este área que permitan encuadrar adecuadamente su trabajo futuro. La situación es aún peor si nos referimos a la formación complementaria se supone en otros estudios que debieran contemplar una o varias asignaturas relacionadas con los temas de ocio; tal es el caso de los arquitectos, sociólogos, psicólogos, educadores etc. Esta laguna es la que se trata de cubrir con la implantación de los Estudios de Ocio.

Función y espacios de intervención

Se ha señalado anteriormente que la pedagogía del ocio es un área específica de la pedagogía general cuyo objetivo es contribuir al desarrollo, mejora y satisfacción vital de personas y comunidades. Este modo de entender afecta a todas las edades, porque en el ocio, como en la vida misma, estamos sometidos a un continuo proceso de cambio que requiere una sucesiva adaptación a cada edad y cada circunstancia. La Educación del Ocio, en cuanto proceso personal, se arraiga en valores, actitudes, habilidades y

conocimientos personales. Como proceso social conlleva también el objetivo de reducir las diferencias, facilitar la igualdad de acceso al ocio.

Desde una postura humanista, el ideal que se persigue es que la persona tenga un ocio libremente elegido, satisfactorio, autotélico, adecuado a su edad y circunstancias, capaz de proporcionarle experiencias de desarrollo personal. También entendemos que ha de ser rico y variado, de ahí su multidimensionalidad: lúdica, creativa, festiva, ambiental-ecológica y solidaria. El concepto de multidimensionalidad responde a la lectura educativa de las dimensiones del ocio desarrolladas en el concepto de ocio humanista.

Si la Pedagogía del Ocio tiene tres campos de acción bien diferenciados, personas, comunidades y profesionales del ocio, la intervención educativa es una tarea que puede y debe llevarse a cabo en:

- Centros educativos en general.
- Escuelas de padres.
- Centros de Formación de Educadores de Ocio
- Instituciones tradicionales de educación en el tiempo libre (clubes, scouts, ludotecas,...)
- Instituciones culturales que proporcionan servicios de ocio: museos, bibliotecas, teatros ...
- Centros recreativos de carácter comunitario o especializados en grupos de edad (casas de cultura, centros de jubilados, polideportivos ...)
- Centros de vacaciones (colonias, campamentos, campos de trabajo, vacaciones activas ...)
- Equipamientos turísticos (hoteles, centros de atención a visitantes, programas de animación turística ...)
- Medios de comunicación, publicaciones especializadas en temas de ocio y nuevas tecnologías.
- Centros y espacios de carácter lúdico: parques infantiles, parques de atracciones y parques temáticos...
- Centros de Integración de personas con discapacidad o diferentes culturas.
- Parques naturales, zonas protegidas y actividades de ocio medioambientales.
- Programas relacionados con el desarrollo del ocio en la familia.
- Procesos de participación comunitaria en fiestas u otros proyectos de ocio.
- Etc.

Del mismo modo que nadie discutiría hoy que es necesaria una formación para el trabajo, resulta difícil no aceptar la necesidad de una educación del ocio. La formación para el ocio es algo que va más allá de la mera orga-

nización temporal o la realización de una determinada actividad. En la educación del ocio se pone en juego algo tan importante como la satisfacción personal o la elección libre, es decir, una maduración adecuada en temas tan trascendentes como felicidad, libertad o responsabilidad. La vivencia del ocio se produce a partir de un mundo de significados personales que inciden en un comportamiento específico, en una determinada actitud hacia lo que se hace y hacia el mundo que nos rodea.

Una determinada concepción del ocio lleva aparejada una conceptualización de lo que es, o debe ser, su educación. Si el ocio se considera que es saber ocupar el tiempo libre, su educación quedaría reducida a un nuevo activismo experiencial, sin ir más allá del origen y el sentido de la acción misma. Si el ocio se considera «el lujo», «lo secundario», a nadie debe extrañar que la escuela potencie la mera instrucción y abandone en un segundo plano la preparación para la vida. Y de este modo pudiéramos continuar para terminar considerando que la Educación del Ocio está determinada por la concepción que se tenga del mismo. Afirmar el ocio en sí mismo es, en cierto modo, la reivindicar la cultura de la alegría y la felicidad, tal como la entendía Aristóteles. Importa aclarar, sin embargo, que cuando hablamos de felicidad vamos más allá de una lectura hedonista actual, entendiendo, desde su sentido clásico, que la felicidad es causa de la virtud personal o la consecuencia del esfuerzo realizado en pos de una comunidad mejor.

La Educación del Ocio no puede quedar en una mera transmisión de conocimientos, ni en un acercamiento a los problemas específicos, independientemente del resto de los temas personales o educativos. Hemos de considerar que los valores de fondo, que subyacen en toda experiencia de ocio, tienen una relación directa con la autonomía, la autorrealización o la percepción de lo que agrada o desagrade a cada cual. De ahí que, partiendo de un marco global de referencia, se ha de incidir en el sujeto de cada experiencia de ocio. La Educación del Ocio debiera conducir a la revisión de nuestras actitudes y al replanteamiento del papel que juega o puede jugar el ocio en nuestras vidas; pero también a un cambio de actitudes hacia el ocio de los otros, hacia las prácticas de ocio en la sociedad actual. Ello facilitaría el desarrollo del ocio solidario y la apertura de nuevos ámbitos de desarrollo e integración.

Muchos de los problemas que plantea el ocio de nuestros días, como el polémico «botellón» de los adolescentes, el consumismo feroz de los adultos o el aburrimiento de las personas mayores, tienen la solución idónea en el ejercicio de un *otium cum dignitate* adecuado a los nuevos tiempos. Pero su único acceso posible es a través de la formación. La integración de la Educación del Ocio en el proyecto educativo de los nuevos ciudadanos es una tarea urgente y necesaria.

Bibliografía

- CÁTEDRA DE OCIO Y DISCAPACIDAD (2004): *Manifiesto por un Ocio Inclusivo*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- CRUZ AYUSO, C. de la (ed.) (2002): *Educación del ocio: Propuestas internacionales*, Bilbao: Universidad de Deusto.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (2001): «Ocio y creatividad en el desarrollo humano», pp. 17-32, en CSIKSZENTMIHALYI, M., CUENCA M., y otros: *Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CSIKSZENTMIHALYI, M.; CUENCA CABEZA, M.; BUARQUE, C.; TRIGO, V. y otros (2001): *Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (1984): *Educación para el ocio: actividades escolares*. Madrid: Cincel.
- CUENCA, M. (1990): «¿Ocio en la Escuela? Actualidad de la Institución Libre de Enseñanza», pp. 95-115, *Letras de Deusto*, vol. 20, n.º 47, Mayo-Agosto.
- CUENCA CABEZA, M. (1996): «Ocio autotélico y educación», pp. 13-35, *Revista de Ciencias de la Educación*, núm. 165, Enero-Marzo.
- CUENCA CABEZA, M. (1997): «Ocio y animación sociocultural: presente y futuro», pp. 343-357, TRILLA BERNET, J. (coord.): *Animación sociocultural. Teorías, programas y ámbitos*. Barcelona: Ariel.
- CUENCA CABEZA, M. (1999): *Ocio y formación. Hacia la equiparación de oportunidades mediante la educación del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (2000): *Ideas prácticas para la educación del ocio: fiestas y clubes*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (2000): *Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (ed.) (2000): *Ocio y desarrollo humano. Propuestas para el 6.º Congreso Mundial de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (2004): *Pedagogía del ocio: Modelos y Propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DATTILO, J. y MURPHY, W. D.(1991): *Leisure Education Program Planning. A Systematic Approach*, P. S.: Venture Publishing, Inc. (2.ª ed., 1999).
- DELORS, J. (1996): *La Educación encierra un tesoro*. México: Correo de UNESCO.
- FAURE, E., Paredes de Castro, C., (1973): *Aprender a ser: la educación del futuro*. Madrid: Alianza Universidad.
- FERMOSO, P. (1994) *Pedagogía social. Fundamentación científica*. Barcelona: Herder.
- FRANCH, J. & MARTINELL, A.(1994): *Animar un proyecto de educación social. La intervención en el tiempo libre*. Barcelona: Paidós.
- KELLY, J. (1990): *Leisure*. New Jersey: Prentice Hall.
- KLEIBER, D.A. (2002): «La intervención para el desarrollo y la educación del ocio: Una perspectiva / visión a lo largo de la vida», pp. 69-83, en CRUZ AYUSO, C. de la, (ed.): *Educación del ocio: Propuestas internacionales*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- KRIEKEMANS, A. (1973): «La educación del empleo de los ocios», pp. 516-547, en *Pedagogía General*. Barcelona: Herder.
- LÓPEZ DE ARANGUREN, J. L. (1968): *La juventud europea y otros ensayos*. Barcelona: Seix Barral.
- LUZURIAGA, L. (1973): *Pedagogía*. Buenos Aires: Losada.
- MARITAIN, J. (1969): *Pour une philosophie de l'éducation*. Paris: Fayard.
- MARTINELL, A. (1994), véase FRANCH, J. & MARTINELL, A. (1994).
- MATTOS, L.A. (1976): *Compendio de didáctica general*. Buenos Aires: Kapelusz.
- MENDÍA, R. & PITARQUE, J.M. (1975): *Educación en el tiempo libre*. Salamanca: Instituto Pontificio San Pío X.
- MUNDY, J., y ODUM, L. (1979): *Leisure Education: Theory and Practice*. New York: John Wiley and Sons (2.ª edición en, Champaign, Illinois, Sagamore).
- NERICI, I.G. (1973): *Hacia una didáctica general dinámica*. Buenos Aires: Kapelusz.
- PEDRÓ, F. (1984): *Ocio y tiempo libre ¿para qué?* Barcelona: Humanitas.
- PÉREZ SERRANO, G. (1995): *Animación sociocultural IV: técnicas de trabajo e investigación en animación sociocultural: técnicas de dinamización social*. Madrid: U.N.E.D.
- PUIG, J.M. y TRILLA, J. (1987): *La pedagogía del ocio*. Barcelona: Alertes (2.ª edición 1996).
- QUINTANA CABANAS, J. M. y otros (1991): *Iniciativas sociales en Educación Informal*. Madrid: Rialp.
- RODRÍGUEZ, J. (2002): «Ciudad educadora: una perspectiva política desde la complejidad», Colección de Documentos, Instituto Internacional de Gobernabilidad, Barcelona 20 de agosto.
- RUSKIN, H. (2002): «Desarrollo Humano y Educación del Ocio», pp. 19-24, en CRUZ AYUSO, C. de la (ed.): *Educación del ocio: Propuestas internacionales*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SCURATI, S. (1986): *L'educazione extraescolastica probleme e prospettive*. Brescia: La Scuola.
- SCURATI, C., (1991): «Identidad y prospectiva de la educación extraescolar», pp. 60-77, en QUINTANA CABANAS, J. M. y otros: *Iniciativas sociales en Educación Informal*. Madrid: Rialp.
- STEBBINS, R.A. (2000): «Un estilo de vida óptimo de ocio: combinar ocio serio y casual en la búsqueda del bienestar personal», pp.109-116, en CUENCA, M. (Ed.), *Ocio y desarrollo humano*. Bilbao: Universidad de Deusto/World Leisure.
- STUMBO, N. J. y THOMPSON, S. R. (1986): *Leisure Education: A manual of Activities and Resources*. Peoria: Illinois Central Center for Independent Living and Easter Seal Leisure Resource.
- SUE, R. (1980): *Le Loisir*. París: Presses Universitaires de France. (Traducción en español publicada en México, Fondo de Cultura Económica, 1992).
- TRILLA, J. (1987): Véase PUIG, J.M. y TRILLA, J. (1987)
- TRILLA, J. (1993): *La educación fuera de la escuela. Ámbitos no formales y educación social*. Barcelona: Ariel.
- TRILLA, J., (Coord.) (1997): *Animación Sociocultural. Teorías, programas y ámbitos*. Barcelona: Ariel.

- VV.AA. (1990): *Ciudad Educadora*. Barcelona. Ayuntamiento.
- WEBER, E. (1969): *El problema del tiempo libre*. Madrid: Editora Nacional.
- WLRA (WORLD LEISURE RECREATION ASSOCIATION) (1994): Carta Internacional de la Educación del Ocio de la Asociación Mundial de Ocio, pp. 13-16, en la revista *ELRA (European Leisure and Recreation Association)*, Summer. Última edición en español en CUENCA CABEZA, M. (2004): *Pedagogía del ocio: Modelos y Propuestas*, pp. 315-24, (Bilbao Universidad de Deusto).

Capítulo 5

Marketing de Organizaciones de Ocio

Almudena Eizaguirre, María García y Jaione Yabar

¿Qué es marketing?

Hoy en día todas las organizaciones, con o sin ánimo de lucro, son conscientes del importante papel que juega el usuario en la toma de decisiones. Los teatros no tendrían razón de ser sin los espectadores; los parques temáticos sin los visitantes; los destinos turísticos sin los visitantes, excursionistas y turistas; los polideportivos sin los deportistas; los museos sin los visitantes; las fiestas en los pueblos sin los residentes y excursionistas deseosos de disfrutar, relacionarse y celebrar; etc. El marketing, más que cualquier otra función empresarial se ocupa de los clientes: de la toma de decisiones necesarias para la creación de unas relaciones con los usuarios basadas en la satisfacción y en el valor para el cliente. Tal y como plantea Jan Carlzon, presidente de la compañía aérea SAS (Scandinavian Airlines System): «asegúrate de que realmente estás vendiendo lo que realmente tu consumidor quiere comprar».

De una manera muy resumida podemos afirmar que el doble objetivo de la función de marketing de toda organización es el de mantener los clientes/usuarios generando un valor superior al de otras organizaciones competidoras y el de ampliar cada vez más la cartera de clientes proporcionándoles satisfacción. Por ejemplo para el caso de un polideportivo municipal, estaría por un lado el dar razones para que aquellos que utilizan las instalaciones consideren oportuno continuar usándolas, y a la vez, tratar de que otras personas prueben a visitar el polideportivo y consideren que merece la pena repetir. Como recoge Gallego (1997) en su obra, conocer a toda la clientela de un hotel es muy positivo para sus directores, pero no sólo hay que centrarse en lo que se tiene, sino también en lo que podrían tener.

Veamos a continuación una definición más formal de Marketing: «Proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de unos productos y valores con otros». (Kotler y Armstrong, 2004; 6)

Hay algunos elementos clave en esta definición que conviene explicar.

El concepto más básico de marketing es el de las necesidades humanas. Las necesidades son estados de carencia. De acuerdo con Maslow (1970), se pueden distinguir diferentes tipos de necesidades que están de alguna manera escalonadas (desde las más primarias hasta las más secundarias), de forma que una vez cubierto un peldaño, aspiramos a cubrir el siguiente. En la base mencionaríamos las necesidades fisiológicas (alimentación, vestido, calor); si dichas necesidades están cubiertas después tratamos de satisfacer necesidades de seguridad (protección, orden, estabilidad); cubiertas éstas las personas tratan de llenar las necesidades sociales (afecto, pertenencia, amistad); después estarían las necesidades de estima (prestigio, estatus, autoestima) y finalmente la necesidad de autorrealización, que las personas tratan de satisfacer, si las anteriores están colmadas. Muchas de estas necesidades pueden ser cubiertas recibiendo servicios de organizaciones de ocio.

Tabla 1

Pirámide de necesidades de Maslow y organizaciones de ocio

Necesidades	¿Qué se busca?	Organizaciones de ocio que pueden contribuir a cubrir esas necesidades de los individuos
Autorrealización	Desarrollo personal, creatividad...	Museos, teatros, centros deportivos...
De estima	Prestigio, estatus, autoestima	Teatros, museos, algunos destinos turísticos, restaurantes...
Sociales	Afecto, amistad, pertenencia	Clubs de tiempo libre, organizaciones sin ánimo de lucro, polideportivos, restaurantes,
De seguridad	Protección, orden, estabilidad	—
Fisiológicas	Comida, vestido, agua, aire...	Restaurantes, bares....

Por tanto, las organizaciones de ocio tratan de cubrir necesidades de los individuos y de la sociedad. Y no sólo eso, sino que las distintas organizaciones tratan de competir entre sí para atraer a los posibles usuarios, visitantes, clientes... Es un hecho que cuando una persona se plantea rea-

lizar un actividad en verano deberá escoger entre hacer un viaje, apuntarse a una actividad de voluntariado, perfeccionar un idioma, hacerse socio de un club, etc. Las organizaciones, por tanto, han de cubrir las necesidades de los usuarios potenciales de manera óptima para que el público al que se dirigen las consideren la mejor de las opciones. De la misma manera, un teatro trata de conocer los gustos del público al que trata de atraer, los precios que están dispuestos a pagar, los horarios que les resultan más convenientes, etc. Las organizaciones que prestan servicios de ocio tratan de estudiar la demanda (deseos acompañados de capacidad adquisitiva) y crean una propuesta de valor que de respuesta a dicha demanda: un servicio, a un precio determinado, que se puede adquirir de una determinada forma, y que es promocionado convenientemente.

El nivel de satisfacción del cliente de ocio tras una compra depende de la medida en que los resultados del servicio utilizado cumplan sus expectativas previas.

Las organizaciones de ocio y el enfoque marketing

En estas páginas defendemos la idea de que ocio, en cuanto a experiencia comunitaria, es un fenómeno complejo que debiera contribuir a que los grupos humanos vivan más satisfactoriamente. Visto desde un punto de vista positivo, de desarrollo personal y social, hemos de considerar que el ocio se manifiesta de muy diversas formas, a las que podemos denominar dimensiones (Cuenca, 2000).

De alguna manera, las dimensiones del ocio se relacionan con los distintos modos de vivir el ocio y con diversos ámbitos, ambientes, equipamientos y recursos. Podemos hablar de 5 dimensiones del Ocio, siguiendo a Cuenca (2000): una dimensión lúdica, otra creativa, otra festiva, una ambiental-ecológica y por último una dimensión solidaria.

DIMENSIÓN LÚDICA

El ocio entendido como dimensión lúdica (deporte, juego) se refiere al modo en el que las comunidades o las personas (incluyendo niños, familias, adultos y personas mayores) viven y asumen el juego y la diversión. Hace referencia al modo en que se divierten las personas en sus distintas fases de la vida. También se relaciona con el mundo de los hobbies, los deportes, la recreación en espacios cerrados (TV) y otros lugares de entretenimiento.

Como organizaciones de ocio que tratan de cubrir esta dimensión de las personas podemos mencionar a los polideportivos, megaeventos deportivos, clubs de excursionistas, clubs de montaña, clubs de tiempo libre,

concursos, fiestas populares, parques de juegos para niños, parque de atracciones, etc.

DIMENSIÓN CREATIVA

La dimensión creativa del ocio se refiere a una vivencia formativa y cultural de las personas. Suele hacer alusión a un disfrute más razonado, ligado a procesos de reflexión: desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folclóricas...

Esta dimensión guarda relación directa con el capital cultural de las personas y los grupos, siendo expresión de modos de vida y de mentalidades, puntos de vista, visión estética y, en muchos casos, planteamientos éticos. Podemos encuadrar en esta dimensión actividades como el teatro, el cine, los bailes folclóricos, la literatura, la danza, los conciertos, la ópera, el turismo, museos, revistas... Existen por tanto muchas organizaciones orientadas a cubrir esta dimensión: teatros, instituciones públicas, editoriales, etc.

La extendida creencia de que el marketing consiste en vender podría hacer pensar que un enfoque marketing podría estar en contraposición a la libertad creativa de artistas o músicos. Sin embargo, la aplicación del enfoque marketing en esta dimensión no trata de limitar la creatividad de las organizaciones, sino que tal y como afirman Mokwa, Nakamoto y Enis (1980:15) «el marketing no indica al artista cómo crear su pieza de arte; su papel es aunar las creaciones e interpretaciones del artista con la audiencia apropiada».

DIMENSIÓN FESTIVA

La dimensión festiva se entiende como una manifestación extraordinaria del ocio, permite el fomento de la cohesión comunitaria y puede ser también una seña de identidad de culturas y sociedades. Podríamos hablar aquí de las fiestas populares, de los grandes eventos, de los parques temáticos, etc. Generalmente, además, se trata de una experiencia eminentemente grupal, lo cual permite hablar de ocio compartido y social frente a la vivencia individual en sí misma.

DIMENSIÓN AMBIENTAL-CREATIVA

La dimensión ambiental-ecológica del ocio 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 los espacios y a la naturaleza, ejemplificada en el turismo y la recreación al aire libre. Las personas deseosas de cubrir esta

dimensión del ocio se agrupan en asociaciones con un propósito de conservación, de protección del medio ambiente, de disfrute de la naturaleza... o acuden a parques naturales, practican deportes en contacto con la naturaleza, disfrutan de parques multiaventuras, etc.

DIMENSIÓN SOLIDARIA

La dimensión solidaria permite hablar de un ocio entendido como vivencia social, comprometida y altruista, permite pensar en la satisfacción que muchas personas sienten al ayudar desinteresadamente a otros, independientemente de la actividad realizada en sí misma. Nos referimos por tanto a todas aquellas personas que en su tiempo libre colaboran con asociaciones culturales, deportivas, recreativas, participan en movimientos de voluntariado, asociaciones de apoyo a colectivos desfavorecidos...

Las organizaciones que posibilitan cubrir esta dimensión solidaria de las personas son las asociaciones culturales, las deportivas, los movimientos de voluntariado, y muchos tipos de organizaciones no gubernamentales.

El proceso de adquisición de un servicio

Cuando una persona es consciente de que tiene una necesidad en cualquiera de los ámbitos, barajará diversas opciones. Imaginemos que quiere cubrir una necesidad de ocio en un día especial, por ejemplo, la fecha de su cumpleaños. De alguna manera recorre una serie de pasos hasta la adquisición de unas entradas para el teatro, una reserva en un restaurante, la compra de unas entradas para un concierto, etc. Estos pasos se pueden resumir en los siguientes:

1. Conciencia de una necesidad: de distracción, de relación, de descanso. En el caso del sector turístico por ejemplo, como Pearce y Butler (1993) defienden no es la calidad específica de un destino y sus atracciones las que motivan, sino la gran oportunidad que ofrece el destino para cubrir las necesidades particulares.
2. Búsqueda de información: ¿cómo cubrir la necesidad? ¿acudiendo a un parque temático, haciendo un viaje, organizando una fiesta?
3. Evaluación de los proveedores de servicios alternativos: ¿qué viajes podía hacer? ¿qué lugares donde practicar deporte tengo cerca? ¿dónde celebrar la fiesta?
4. Solicitar el servicio al proveedor elegido: acudir al lugar donde se presta el servicio y hacer la petición o la reserva.
5. Entrega del servicio: el disfrute del servicio en sí.

6. Evaluación del desempeño del servicio: ¿se han cumplido mis expectativas? ¿se han cubierto las necesidades que existían?
7. Intenciones futuras: ¿y ahora qué? ¿deseo repetir cuando se cumplan las circunstancias adecuadas? ¿elegiré de nuevo al mismo proveedor?

De alguna manera con el proceso anterior se quiere poner en evidencia que todo cliente tiene unas expectativas previas a la prestación del servicio. Las organizaciones que prestan servicios de ocio han de conocer y profundizar en estas expectativas de los potenciales usuarios de los servicios. Además, podemos afirmar que estas expectativas dependen fundamentalmente de cuatro elementos:

- Sus necesidades personales: una persona a la que le gusta el deporte puede disfrutar de un fin de semana de ski, mientras que a otra persona que le apetece relajarse puede disfrutarlo en un balneario.
- Su experiencia anterior: dependiendo del tipo de servicio que haya recibido en el pasado de esa empresa, la persona genera unas expectativas de lo que espera recibir. Quien ha recibido siempre en el balneario un trato exquisito, un asesoramiento médico personalizado, unas instalaciones modernas y limpias, tendrá unas expectativas más altas.
- La información que le han dado amigos y conocidos en relación al servicio que va a recibir, lo que comúnmente se denomina «boca a boca». Si continuamente recibimos información de amigos o conocidos sobre la variedad de actividades en el balneario, la profesionalidad de los masajistas o la comodidad de las instalaciones, estos comentarios contribuye a que tengamos una expectativa a la hora de acudir a un balneario.
- Lo que la entidad ha prometido en sus comunicaciones: folletos, anuncios en televisión o radio, etc., así como lo que otros balnearios prometen. Toda la información que nos llega sobre las diferentes actividades (spa, gimnasio, masajes, servicios de estética...) y de los servicios que ofrece (alojamiento, restaurante...) contribuye a que nos hagamos una idea de lo que podemos esperar a la hora de acudir al balneario.

En definitiva, tal y como afirma Atkin (2005:26): «La hiperabundancia de información, las décadas de experiencia colectiva y la posibilidad de elegir entre un amplísimo abanico de productos hacen muy difícil engañar al moderno consumidor, aunque usted lo pretenda».

Tras la adquisición del servicio, el usuario compara sus expectativas con lo que percibe que ha recibido. El usuario decide cómo de satisfecho ha quedado con la entrega y hace un juicio de la calidad ofrecida.

A pesar de que las expectativas de unos y otros clientes son diferentes, hay una serie de elementos que es necesario que se cumplan para catalogar la prestación del servicio como eficiente:

- Conocimiento de los productos/servicios por parte del personal. El personal ha de conocer bien los productos y servicios que puede ofrecer al cliente. Siguiendo con el ejemplo del balneario, el personal deberá asesorar a los clientes sobre las actividades que mejor se adapten a su salud.
- Calidad de información suministrada. El personal ha de contar con información de calidad para ofrecer al cliente. Por ejemplo, deberán tener una información detallada sobre los beneficios que aporta cada actividad.
- Claridad en el suministro de información. El personal ha de saber dar a conocer la información en el lenguaje de quien le escucha. El cliente que acude por primera vez a un balneario deberá recibir una información más detallada de las actividades a realizar en cada instalación.
- Rapidez. Es preciso tener agilidad en la prestación de los servicios. No es adecuado que el cliente perciba que tiene que esperar demasiado tiempo para recibir un servicio.
- Sin errores. El servicio se ha de prestar en un estándar de calidad adecuado, sin fallos.
- Seguir unas pautas de actuación uniformes en situaciones similares. El personal ha de tratar a los clientes con un estándar similar de calidad, aunque a cada uno según sus especificidades: edad, condición física, gustos, etc. Ya en 1990, Zeithaml, Parasuraman, y Berry plantearon la dependencia de la calidad de un servicio respecto a la inversión no sólo en las personas sino también en los procesos.
- Adaptación al cliente. El personal ha de saber adecuar la prestación del servicio a cada cliente. No se deberán aconsejar las mismas actividades a gente joven que a gente mayor.
- Cumplir los compromisos adquiridos con los clientes. Es preciso cumplir todo lo prometido. Nunca debe prometerse algo de lo que no se está seguro de poder cumplir.
- Dar una respuesta siempre. El personal ha de dar la respuesta adecuada en el momento oportuno, y cuando no sea posible, recabar la información o dar los pasos necesarios para dar una respuesta eficiente con posterioridad.

En definitiva, como plantea Esteban (1997:692) «las condiciones de la calidad de los servicios están determinadas por los propios componentes de los servicios, es decir, para alcanzar la calidad integral las acciones deben orientarse hacia todas las partes y dimensiones de forma individual y coordinada».

Características diferenciales de los servicios

Al igual que se afirma para el caso de los productos tangibles, todo servicio ha de responder a necesidades concretas de un grupo de personas, ha de tener un precio coherente, ha de ser distribuido convenientemente y promocionado de cara a dicho público objetivo. Ahora bien, es posible mencionar algunas diferencias básicas entre bienes y servicios que pasamos a comentar (Lovelock y Wright, 2002):

Los servicios son esencialmente intangibles

El servicio en sí no puede verse, no puede tocarse, no puede sentirse. De hecho, los individuos al adquirir un servicio no adquieren la propiedad de algo tangible, sino el derecho a un «disfrute», a una experiencia.

A los usuarios les resulta más difícil, en general, juzgar la calidad de un servicio que la de un bien. ¿Por qué sucede esto? Porque muchos servicios no se pueden probar, tocar, oír, ni oler antes de ser adquiridos. Eso significa que el cliente siente un mayor riesgo al comprar un viaje que al comprar muchos bienes tangibles. Para reducir la incertidumbre los compradores buscan signos de calidad del servicio. Así llegan a conclusiones sobre la calidad a partir del lugar dónde están situadas las oficinas de la agencia de viajes, la propia decoración del establecimiento, la apariencia del personal que te atiende o los folletos entregados.

Es, por tanto, tarea de la organización, aprovechar todos los elementos tangibles a su alcance para transmitir calidad, eficiencia, etc. Se trata de «tangibilizar el servicio», a través de una ambiente físico concreto, una presencia adecuada de los empleados, etc. Atkin (2005:202) cita como ejemplo a seguir los concesionarios de coches Saturn: «no había pequeñas y cutres oficinas con distribuidores abrumados, montones de papeles y cuchicheando. Había «áreas de invitados» (usted es un invitado antes de que compre un coche y un cliente después de que se haya unido a la familia) con mesas y sillas al aire libre. Además no hay nada que ocultar, todos los precios son los mismos para cada cliente».

Los servicios son inseparables de quien los presta

El servicio es muchas veces inseparable de quien lo presta. La inseparabilidad supone que no se puede separar el servicio en sí, de la persona que lo presta. Esto significa que el empleado de la empresa, en muchas ocasiones forma parte del servicio. En el caso de la industria del turismo, se dice

que es un negocio de personas. Las personas que responden a las necesidades de los usuarios constituyen un ingrediente esencial del propio producto (Holloway y Robinson, 1999). De ahí que se distinga entre calidad técnica y calidad funcional. La calidad técnica se refiere a la calidad del servicio en sí, y la calidad funcional se refiere a la calidad de la interacción prestador del servicio-usuario. Un ejemplo sería una clase de aeróbic. La calidad técnica tiene que ver con el planteamiento de los ejercicios, la dinámica de la sesión, etc. y la calidad funcional tiene que ver con la relación que surge en la interacción entre los deportistas y el monitor: si trasmite confianza, si genera entusiasmo, si entabla una relación positiva, etc.

Es un reto para toda empresa lograr que la relación empleado-cliente sea excelente, teniendo en cuenta además que los usuarios de muchos servicios participan activamente en su prestación. En este sentido se dice en ocasiones que la prestación de un servicio es como la representación de una obra de teatro. Todas las personas que prestan el servicio han de desempeñar un papel, tienen un guión que seguir, el lugar donde se presta el servicio es el escenario y el usuario del servicio ha de encontrarse con una representación perfecta.

Los servicios son perecederos. No hay stocks en la prestación de servicios

Una cualidad de los servicios es que no se pueden almacenar. Eso significa que si un teatro tiene la mitad del aforo vacío, si un parque temático tiene pocos visitantes en una fecha determinada, si un avión tiene plazas vacías... esa capacidad de prestar un servicio no aprovechada se pierde. ¿Qué implicación tiene en muchas ocasiones esta característica de caducidad en los servicios? Muy comúnmente se modifican los precios para no perder ventas. Sería el caso de los billetes de avión vendidos muy por debajo del precio cuando faltan pocas horas para el vuelo, el caso de la venta de plazas hoteleras a precios bajos cuando el establecimiento ve que va a perder esas ventas... En todos esos casos es muy importante comunicar bien la decisión para que los clientes que han pagado la tarifa normal no se sientan perjudicados.

Los servicios son altamente variables

La variabilidad en la prestación de un servicio es generalmente mayor que la que se da en la fabricación de un bien.

Es muy difícil dar idéntica calidad en las diferentes prestaciones: influye el propio cliente, el empleado, los otros clientes... Es evidente que

por ejemplo, la calidad de un servicio deportivo o cultural es altamente variable: depende de quién en concreto presta el servicio (su preparación, su edad, su motivación, su estado de ánimo...), de quién lo recibe (su formación, sus intereses, sus preocupaciones, su estado de ánimo...), así como de otros elementos que pueden condicionar la prestación: otros clientes, día de la semana, factores climatológicos, tecnológicos, etc.

La clave está en admitir esta característica de los servicios y en lugar de verla como una desventaja considerar lo que tiene de ventaja: se puede transmitir al usuario del servicio que cada servicio es diferente porque se adapta a él/ella como usuario/a, a sus intereses, a su estado de ánimo y a otros factores que estén condicionando la prestación.

Las «8 ps» en el marketing de servicios

Toda empresa de servicios de ocio ha de definir la oferta que plantea a los posibles usuarios, visitantes, excursionistas, deportistas, amantes de la cultura, etc. Eso implica concretar el producto a ofrecer (product), el precio que tendrá (price), los canales a través de los cuales se distribuirá el servicio (place), cómo se va a promocionar (promotion), quiénes van a ser las personas implicadas en la prestación (people), qué equilibrio se va a buscar entre productividad y calidad (productivity and quality), etc. A este conjunto de elementos a definir se les conoce como «las 8 p's» de los servicios (Lovelock y Wright, 2002). Veamos cada una de estas variables.

PRODUCT. Elementos del producto de ocio

Todo servicio consiste en un servicio esencial que se complementa con una variedad de servicios suplementarios. En el caso de un hotel, hablaríamos de la necesidad básica a cubrir de descanso y otros servicios suplementarios pueden ser la peluquería, la hostelería, la posibilidad de pago con tarjeta, la opción a dejar los elementos de valor en la caja fuerte, etc.

Como servicios suplementarios podemos mencionar todos aquellos que facilitan y aumentan la utilización del servicio esencial o le dan un atractivo añadido: desde la provisión de información, asesoramiento y documentación, hasta la resolución de inconvenientes y acciones de fidelización del cliente.

Analizando diferentes tipos de servicios se confirma muchos de ellos incluyen servicios suplementarios como los siguientes:

- Información relevante: El cliente desea obtener información clara, correcta y con agilidad.
- Tramitación de la petición en firme del servicio
- Eficiencia en la gestión: prestar un servicio excelente para el precio prefijado
- Petición de información complementaria
- Hospitalidad y trato al cliente. El usuario de todo servicio espera contar con las condiciones mínimas de hospitalidad por parte del proveedor del servicio: guarda y custodia de objetos de valor, restaurante, áreas de descanso... En cuanto al trato dispensado por parte de los empleados se pueden destacar los siguientes aspectos:
 - Adecuada comunicación verbal y no verbal.
 - Confidencialidad: discreción profesional y privacidad.
 - Calidad de escucha.
 - Empatía.
 - Actitud de servicio del empleado.
 - Transparencia.
- Seguridad e integridad de los clientes. El cliente ha de sentir que está en un entorno seguro cuando recibe un servicio.
- Resolución de imprevistos y excepciones: las excepciones corresponden a servicios suplementarios que no se encuadran dentro de la prestación normal del servicio: un cliente solicita un servicio que exige un procedimiento diferente a la operatoria normal, cuando la prestación normal del servicio sufre dificultades ocasionadas por causas imputables a la organización o por causas imputables a los clientes.

PLACE. Distribución en tiempo y lugar

¿Dónde, cuándo y cómo se presta el servicio? Se trata de decidir y elegir los canales físicos y electrónicos adecuados, vigilando de que se presta el servicio a conveniencia del usuario. Así, Gronroos (1994) insiste en que si bien la distribución es importante para los bienes, el énfasis para los servicios está también en la accesibilidad.

PROCESS. El proceso de prestación

Se trata de definir el método y secuencia en la creación y prestación del servicio. Es preciso tener en cuenta las actividades necesarias en la prestación, la implicación que deseamos tenga el usuario del servicio (un

papel más o menos activo), el papel que ha de jugar el personal en contacto con el usuario, el grado de automatización que deseamos en la prestación del servicio, etc.

PRODUCTIVITY AND QUALITY. Equilibrio entre la productividad y la calidad

En la mayor parte de los servicios, la búsqueda de una mayor productividad reduce en una menor calidad percibida de servicio. Una clase de aeróbic con más de 15 personas, un parque temático atestado de gente, un hotel de vacaciones repleto... son situaciones que redundan en un peor servicio para el deportista, turista o excursionista. Lógicamente prestar el servicio a un número alto de usuarios hace más rentable la prestación, pero a su vez hace disminuir la calidad. La organización que presta un servicio de ocio ha de decidir la dimensión óptima con la que funcionar. En definitiva, como comenta Gallego (1997), no tiene sentido hablar de calidad sin establecer una relación entre la oferta y el público al que se le ofrece. Según este autor, la calidad no es sino tener contentos a los clientes, pero siempre satisfaciendo sus expectativas de forma que sea rentable para la empresa.

PEOPLE. Las personas implicadas

La gestión de las personas es clave en la prestación de servicios. En muchas situaciones la calidad percibida está altamente afectada por la interacción entre quien presta el servicio y quien lo recibe: el guía de un viaje, el monitor de una clase de gimnasia, el personal del hotel, el personal de un teatro, etc. Es preciso entrenar y formar a los empleados no sólo en la parte técnica de su desempeño, sino también en cuanto a cómo han de dirigirse a los usuarios, cómo les han de tratar, qué vocabulario utilizar, etc. Esto es lo que Esteban (1997:693) denomina «Calidad Personal Exterior» (normas de servicio, capacitación del personal...), y «Calidad Personal Interna» (cultura de servicio, comunicación interna...).

Por otro lado, la empresa también ha de aleccionar a los usuarios del servicio. Un claro ejemplo sería el de cómo ha de comportarse el usuario de un parque temático, de un parque multiaventura, etc.

Tal y como afirma Atkin (2005:63) respecto a la compañía aérea jetBlue, una de las dos únicas aerolíneas que consiguieron ganar dinero con posterioridad a la recesión del 11-S, «la dirección de jetBlue creía encarecidamente que unos buenos empleados daban lugar a unos buenos clientes. Unos clientes que, luego, se sentían tan comprometidos en su reciprocidad

hacia el personal que incluso se identificaban con el negocio y sentían la responsabilidad de vender la aerolínea a sus conocidos».

PHYSICAL EVIDENCE. Evidencia física

La gestión de la evidencia física hace referencia a cómo utilizar todo lo tangible para comunicar la imagen que se desea de la organización. El mobiliario de la oficina de información, la decoración de las habitaciones del hotel, la ropa del personal del vuelo de unas líneas aéreas, los folletos, etc. Todos estos elementos se pueden utilizar para transmitir eficacia, o juventud, o calidad, o aventura... o cualquier otro atributo con el que se quiera vincular la organización o sus servicios.

PRICE. Precio y otros costes

La empresa que presta un servicio de ocio, ha de definir el precio de venta de dicho servicio, o en su caso la idoneidad de que sea gratuito. ¿Qué precio cobrar? ¿qué descuentos ofrecer? ¿cómo premiar al usuario fiel? ¿qué precios distintos cobrar en distintas épocas del año o a diferente horas del día?

En todo caso, la organización que presta un servicio ha de ser consciente de que el coste para el usuario incluye muchos otros costes además del puramente económico. Como el gran economista Adam Smith señaló tiempo atrás el precio real de las cosas, lo que realmente le cuesta al individuo que las quiere comprar, son las dificultades y el duro trabajo para adquirirlas. Podemos mencionar el tiempo invertido para el disfrute del servicio, los esfuerzos físicos necesarios, el posible esfuerzo psicológico en el que en ocasiones se ha de incurrir, y por último, posibles experiencias sensoriales negativas. De esta forma, se hace consciente la organización de que el tiempo que se dedica a utilizar un servicio de ocio tiene un coste de oportunidad, participar en una actividad deportiva requiere un esfuerzo físico, ir a escuchar una ópera puede suponer un coste psicológico para un profano y, por último, estar a la una de la mañana en un pub, puede generar un coste sensorial alto de malos olores, ruidos, etc.

PROMOTION. Promoción del servicio y educación del usuario

Toda organización que presta un servicio ha de dar a conocer lo que ofrece, cuándo lo ofrece, a qué precio, qué tipo de necesidades ayuda a cubrir, etc. Por ello, deberá prestar atención especial a todos aquellos elemen-

tos que puedan comunicar, desde el lugar donde se presta el servicio, los folletos, el diseño de la factura, la decoración... En el caso de un museo, tal y como señala McLean (1997:129) «la comunicación se refleja en la experiencia total del museo. El producto central del museo, su exposición, junto con sus funciones de información, con su infraestructura, y con sus servicios de apoyo, todos están comunicando un mensaje al público».

Las etapas más importantes en el desarrollo de un programa de comunicación son las siguientes (Kotler, 2004):

1. Identificación del público objetivo.
2. Fijación de los objetivos de comunicación.
3. Diseño del mensaje.
4. Selección de los canales de comunicación: personales y no personales.
5. Establecimiento del presupuesto de comunicación de medios.
6. Decisión del mix de comunicación.
7. Puesta en práctica y medición de resultados.

Veamos cada una de estas etapas con más detalle.

IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Para diseñar cualquier plan de comunicación es necesario tener una idea clara del público objetivo al que nos vamos a dirigir. La decisión de cuál sea el público objetivo influenciará qué comunicar, cómo, cuándo, dónde y a quién. La audiencia la pueden constituir individuos, grupos de influencia, prescriptores, personal de la propia organización o público en general.

FIJACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Una vez identificado el público objetivo y sus características, se debe decidir el cambio de actitud a conseguir en el mismo, siendo la última respuesta buscada la compra del servicio o la participación en una actividad, que es el resultado final de un largo proceso de decisión. Según señala McLean (1997) los diversos objetivos que podrán ser perseguidos se engloban dentro de estos tres objetivos generales: informar, persuadir, y recordar.

DISEÑO DEL MENSAJE

Una vez que se ha decidido la respuesta deseada por el público objetivo, la tarea del comunicador consistirá en desarrollar un mensaje efectivo.

Como recoge O'Sullivan (1991) el mensaje en sí mismo es un componente muy importante de la promoción. Debe crear atención, generar interés en el público objetivo, provocar un deseo y llevar a la acción de participar en el servicio.

La comunicación del mensaje requiere dar respuesta a cuatro interrogantes: qué decir (contenido del mensaje), cómo decirlo de una forma lógica (estructura del mensaje), cómo expresarlo (formato del mensaje) y quién debe decirlo (fuente del mensaje).

SELECCIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN: PERSONALES Y NO PERSONALES

El comunicador debe seleccionar canales eficientes de comunicación para hacer llegar el mensaje a la audiencia. Se pueden distinguir canales personales y no personales.

- Canales de comunicación personales: suponen la existencia de dos o más personas tratándose directamente el uno con el otro, cara a cara, a través del correo o a través del teléfono.
- Se pueden distinguir tres tipos de canales personales: (1) los propios empleados de la organización contactan con usuarios potenciales; (2) expertos independientes que se dirigen al público objetivo; y finalmente (3) el boca a oído: los vecinos, amigos, conocidos, familiares, etc.
- Canales de comunicación no personales: llevan los mensajes sin contacto o interacción entre las personas. Se pueden destacar como canales de este tipo: los medios masivos (radio, prensa, televisión...), la atmósfera creada (decoración, música de fondo...) y los acontecimientos especiales (conferencias, inauguraciones, patrocinos, etc.).

ESTABLECIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN DE MEDIOS

Los métodos más utilizados de establecimiento del presupuesto de comunicación son los siguientes: (1) lo que se pueda, es decir, en base al nivel de gasto que pueda afrontar la organización; (2) dedicar un porcentaje sobre los ingresos (del año anterior o de las ventas esperadas); (3) dedicar la misma cantidad que otras organizaciones que prestan similares servicios; y, por último, (4) invertir según los objetivos a conseguir.

El método más lógico, y no por ello el más utilizado, es el expuesto en último lugar. Este método requiere una definición clara de los objetivos específicos de comunicación, además de las tareas que deben desarrollarse para conseguirlos, y una estimación de los costes de desarrollo de cada una

de estas tareas. La suma de todos estos costes constituirá el presupuesto de comunicación.

DECISIÓN DEL MIX DE COMUNICACIÓN

Una cuestión difícil de responder es la de qué peso ha de tener el presupuesto de comunicación dentro del presupuesto general de la organización. En pura teoría, se puede responder que el presupuesto de comunicación debe establecerse de tal forma que el beneficio marginal del último euro invertido en comunicación iguale al del invertido en otra herramienta diferente del marketing mix: producto, precio y distribución.

La siguiente decisión a tomar es la de cómo distribuir el presupuesto total de comunicación entre las diferentes herramientas: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal.

Entre los factores que afectan la decisión del mix de comunicación se pueden mencionar las siguientes:

- La propia naturaleza de cada una de las herramientas de comunicación.
 - La publicidad es una comunicación no personal y onerosa, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador no identificado. Utiliza diversos soportes: revistas, periódicos, radio, televisión, correo, catálogos, etc. Sería el caso de una determinada comunidad autónoma que se publicita en televisión como destino de fin de semana.
 - El marketing directo es un sistema interactivo de marketing, que utiliza uno o más medios de publicidad con objeto de conseguir una respuesta medible y/o una transacción en cualquier lugar (por ejemplo, comprar en el propio domicilio). Puede adoptar diferentes formas, como son: el telemarketing, el marketing a través del correo, marketing a través de internet... Sería el caso de las páginas web de cadenas hoteleras, de poblaciones turísticas, de estaciones de esquí, etc.
 - La promoción de ventas es aquel conjunto de actividades que, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos (premios, regalos, cupones, descuentos, mayor cantidad de producto, etc.), tratan de estimular de forma directa e inmediata la demanda a corto plazo de un producto. Sería el caso de la venta de billetes de avión con descuento para el acompañante, los días azules de RENFE, etc.
 - Rubright y MacDonald (1981) conciben las relaciones públicas como un conjunto de actividades, entre las que se encuentran las

notas de prensa y aspectos relativos a la prensa, las ruedas de prensa y las comparencias de portavoces. Son llevadas a cabo por las organizaciones o instituciones para conseguir la difusión de información favorable a través de los medios de comunicación, así como para mejorar su propia imagen y la de los productos o servicios que ofrecen, ante los distintos públicos a los que se dirigen, en particular, y la sociedad, en general. Sería el caso de las acciones tendentes a dar a conocer una determinada población como destino turístico, la organización de actos benéficos, la organización de eventos, etc.

- La venta personal es la forma de comunicación oral e interactiva, mediante la cual, se transmite información de forma directa y personal a un usuario potencial específico y se recibe, de forma simultánea, respuesta del destinatario de la información. Como ejemplo de venta personal se podría mencionar el trabajo que desempeña el personal en una agencia de viajes.
- La situación mental del usuario. La publicidad tradicional es especialmente efectiva en las primeras fases del proceso de toma de decisión, mientras que la venta personal y la promoción de ventas lo son en las últimas.
 - El ciclo de vida del producto. Como señalan Edginton, Hudson y Lankford (2001), al igual que las personas tienen un ciclo de vida, también lo hacen los productos y servicios, que pasan desde una etapa de máxima aceptación y expectación hasta un periodo de declive. En la etapa de introducción tiene más efectividad la publicidad tradicional, seguida de la promoción de ventas (que anima a probar el producto) y de la venta personal (dirigida a obtener distribución). En la fase de crecimiento, se puede disminuir el presupuesto destinado a comunicación, ya que la demanda ya se ha creado a través de la comunicación boca a oído. En la etapa de madurez, el orden de importancia es: promoción de ventas, publicidad y venta personal. En la fase de declive, continúa siendo importante la promoción de ventas, mientras que la publicidad tradicional es menos importante, y la fuerza de ventas dedica una atención mínima al producto.

PUESTA EN PRÁCTICA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MEDICIÓN DE RESULTADOS

Todo plan de comunicación tiene mucho de «ensayo y error»: qué herramientas, a través de qué canales, qué mensaje... Por ello la organización ha de hacer un seguimiento de los resultados alcanzados y tratar de extraer conclusiones para que el siguiente plan de comunicación sea mejor que el

previo, es decir, logre de una manera más eficaz los objetivos de comunicación pretendidos.

Conclusiones

Tal como se ha ido recogiendo a lo largo de las páginas precedentes, toda organización que ofrece un producto al mercado (sea cultural, turístico, deportivo...) ha de tomar similares decisiones que las que toman las empresas que ofrecen productos al mercado tan tangibles como un detergente o un coche. En todos los casos las organizaciones buscan generar relaciones estables y mutuamente satisfactorias con sus usuarios, así como distinguir su propuesta de la que otras organizaciones pueden estar ofreciendo a dichos usuarios en la satisfacción de sus necesidades de ocio. La clave está por tanto, en conocer tan bien a unos determinados usuarios, para así poder desarrollar una oferta tan atractiva para ellos que haga prácticamente innecesaria la venta.

Bibliografía

- ATKIN, D. (2005): *El culto a las marcas*. Ed. Robinbook, Barcelona.
- BERRY, L. y PARASURAMAN, A. (1993): *Marketing de Servicios*. Ed. Parramon, Barcelona.
- COLBERT, F. (1993): *Le Marketing des Arts et de la Culture*. Gaëtan Morin Editeur, Québec, Canadá.
- COLLINS, M.F. y COOPER, I.S. (1998): *Leisure Management. Issues and Applications*. CAB International, UK.
- CUENCA, M. (2000): *El Ocio Humanista*. Universidad de Deusto. Bilbao.
- EDGINTON, C.R., HUDSON, S.D., y LANKFORD, S.V. (2001): *Managing Recreation, Parks and Leisure Services: An Introduction*. Sagamore Publishing. United States.
- ESTEBAN, A. (1997): *Principios de Marketing*. Ed. ESIC, Madrid.
- GALLEGO, J. (1997): *Marketing hotelero: principios y aplicaciones para la gestión día a día*. Ediciones Deusto, Bilbao.
- GREENE, M. (1988): *Marketing de Hoteles y Restaurantes*, Ed. Deusto Bilbao, 339 páginas, 1.^a edición.
- GRONROOS, CH. (1994): *Marketing y Gestión de Servicios*. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- HOLLOWAY, J.C. y ROBINSON, C.(1999): *Marketing for tourism*. Tercera edición. Longman.
- KOTLER, P. y A. R. ANDREASEN (1991): *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. Editorial Prentice Hall, 4.º edición, New Jersey.

- KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J.(1997): *Mercadotecnia para Hostelería y Turismo*, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 705 páginas, Traducción de la 1.ª edición.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G (2004): *Marketing*. Prentice Hall. Undécima edición. New Jersey.
- LOVELOCK, CH. y L. WRIGHT (2002): *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice Hall. Segunda edición. New Jersey.
- LOVELOCK, CH.; HUETE, L.; DÁNDREA, G. y J. REYNOSO (2004): *Administración de Servicios*, Prentice Hall Hispanoamericana, México.
- MASLOW, A. (1970): *Motivation and Personality*. Harper & Row Publishers.
- MCLEAN, F. (1997). *Marketing the Museum*. Routledge. London.
- MOKWA, M.P., NAKAMOTO, K. y ENIS, B.M. (1980): «Marketing management and the arts», en MOKWA, M.P., DAWSON, W.M. y PRIEVE, E.A. (Eds.): *Marketing the Arts*. Praeger. New York.
- MOKWA, M.P.; DAWSON, W.M. y PRIEVE, E.A. (1980): *Marketing the Arts*, Praeger, New York.
- MORGAN, M. (1996): *Marketing for Leisure and Tourism*, Prentice Hall, London, 317 páginas, 1.ª edición.
- O'SULLIVAN, E. I. (1991): *Marketing for parks, recreation, and leisure services*. State Collage, PA: Venture.
- PEARCE, D. G. y BUTLER, R. W. (1993): *Tourism Research: Critiques and Challenges*, Routledge, London.
- RUBRIGHT, R. y MACDONALD, D. (1981): *Marketing health and human services*. Rockville, MD: Aspen Systems Corporation.
- TORKILDSEN, G. (1990): *Leisure and Recreation Management*. Chapman and Hall, London, Cambridge University Press. 525 páginas, 2.ª edición.
- ZEITHAML, V.A., PARASURAMAN, A. y BERRY, L.L. (1990): *Delivering Quality Service - Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.
- ZEITHAML, V.A. y M.J. BITNER (2002): *Marketing de servicios*. McGraw-Hill. Segunda edición. México.

Capítulo 6

Psicología del ocio

Susana Gorbeña Etxebarria y Silvia Martínez Rodríguez

Orígenes de la psicología del ocio

Se puede afirmar que la psicología del ocio, como tal, es un campo de conocimiento relativamente nuevo, ya que los primeros estudios datan de los años 80. La disciplina se ha desarrollado en Estados Unidos y Canadá. Existe una gran tradición de estudios de ocio en Francia y también en Inglaterra, pero son, principalmente, estudios de carácter sociológico, antropológico y filosófico. Al trazar los orígenes de la psicología del ocio, como bien hace Iso-Ahola (1988), hay que seguir dos sendas. En primer lugar, uno debería recorrer la historia de la psicología e identificar en ella toda la investigación realizada sobre temas de ocio. Hay temáticas conocidas como el juego y el deporte, pero muchas otras están aún por explorar y, por tanto, se puede afirmar que esta tarea todavía no ha sido llevada a cabo con seriedad y exhaustividad. La segunda senda es aquella que traza la aparición y el desarrollo de la psicología en el marco de los *Estudios de Ocio*. En 1978 Iso-Ahola organizó el primer encuentro profesional sobre Psicología y Psicología Social del Ocio en un Simposio de Investigación en Ocio en Estados Unidos. Desde entonces, la psicología ha adquirido un papel relevante en los estudios de ocio, siendo, junto con la sociología, las dos disciplinas que más relevancia tienen, posiblemente porque han aportado una metodología científica que ha favorecido que los Estudios de Ocio se prestigien ante la comunidad científica que siempre los miró con cierto recelo. En 1969 la aparición de la revista *Journal of Leisure Research* permitió publicar artículos sobre el tema. Hasta entonces, había que buscar en las revistas de otras disciplinas para encontrar, rara vez, algún artículo sobre ocio.

Los estudiosos del ocio que han revisado la historia de la Psicología Social del Ocio destacan como hito, la publicación del artículo de Witt y Bishop (1970) sobre las fuentes de la varianza conductual durante el ocio en la prestigiosa revista de la APA, *Journal of Personality and Social Psychology* (Iso-Ahola, 1988). Sin embargo, se puede encontrar estudios anteriores como por ejemplo uno de 1934 sobre las actitudes de hosteleros hacia las personas orientales.

En cualquier caso, todos sitúan el inicio formal del trabajo en la aparición del primer libro de texto publicado por Neulinger en 1974 en el que se presenta por primera vez una investigación psicológica sobre la naturaleza del ocio. A pesar de las críticas que ha recibido la obra, continúa siendo ampliamente consultada por estudiantes e investigadores. Seguramente, el autor que más destaca es Iso-Ahola, que desde su puesto de profesor en la Universidad de Maryland, publicó dos textos importantes en 1980. Uno propio, *The social psychology of Leisure and Recreation* en el que ofrece una panorámica del conocimiento desarrollado hasta el momento y otro, en el que ejerce de editor, *Social psychological perspectives on leisure and recreation*.

Tenemos que esperar hasta 1997 para ver publicado un nuevo libro sobre psicología del ocio (Mannell y Kleiber, 1997) aunque en 1984 la revista *Leisure and Society* dedicó un monográfico a temas de psicología y la revista *Annals of Tourism Research* otro sobre la psicología social del turismo. También debemos destacar las publicaciones de Kleiber (1999) y Jackson y Burton (2000) sobre la experiencia de ocio y el desarrollo humano.

Aproximaciones psicológicas a la definición del ocio como experiencia subjetiva o estado mental

Existen varios intentos de definir el ocio como experiencia subjetiva. Algunos de estos intentos están basados en investigaciones, otros son aún meras propuestas teóricas. Es necesario reconocer que debido a la juventud de la disciplina y complejidad y amplitud de la temática, contamos, si acaso, con algunas hipótesis e intentos de formular paradigmas que expliquen la conducta y vivencia de ocio. Vamos a revisar algunas formulaciones que intentan definir el ocio como experiencia subjetiva. En concreto nos centraremos en las aportaciones de John Neulinger, Seppo E. Iso-Ahola y Mihalyi Csikszentmihalyi.

John Neulinger

John Neulinger publicó el primer libro de texto sobre la psicología del ocio en 1974, resultado de siete años de investigación en temas de ocio.

Uno de sus primeros cometidos fue definir el ocio. Para ello, parte de la constatación de que la dicotomía ocio-trabajo es más sociológica que psicológica, y de la necesidad de distinguir *ocio* de *tiempo libre* para llegar a una definición psicológica.

El ocio es sólo un estado mental de carácter subjetivo. «Ociar» es participar en una actividad llevada a cabo por sí misma, libremente y sin coerción; hacer algo de lo que uno deriva significado y satisfacción y que nos implica en nuestra misma esencia. El ocio significa ser uno mismo, expresar los propios talentos, capacidades y potencialidades. Es decir, el trabajo puede ser ocio. Según Neulinger (1980) hay dos criterios básicos de definición de la experiencia de ocio:

- La libertad percibida: estado en el que uno percibe que lo que hace es por propia elección, y porque quiere. Si la libertad es real o no, no importa, lo importante es que se perciba como tal. Puede variar en intensidad y cualidad. Neulinger (1980) lo simplifica hablando sólo de intensidad y la dicotomiza en alta y baja, aunque asume que es una variable continua.
- La motivación para la actividad: La fuente de la satisfacción que se obtiene y que puede ser intrínseca (la satisfacción se deriva de la mera participación en la actividad, por el placer de hacer la actividad misma) y extrínseca (si es por otra recompensa).

Neulinger (1980) entiende que son dos conceptos interrelacionados aunque independientes. Así, combina estos dos factores y obtiene tres tipos de estados mentales de ocio y tres de no ocio que aparecen a continuación:

- *Ocio puro*: un estado mental que se deriva de una actividad en la que nos implicamos libremente y la realizamos por la satisfacción derivada de la mera participación o ejecución de la actividad.
- *Ocio-trabajo*: actividad libre con motivación intrínseca y extrínseca a la vez. La sensación de ocio está presente porque uno siente que su conducta está auto-determinada pero la actividad es satisfactoria tanto por sí misma como por los beneficios externos que ofrece. La clave es que uno sabe que si quisiera podría no hacerlo y lo hace tanto por los refuerzos intrínsecos como por los extrínsecos.
- *Ocio-ocupación*: actividad libre pero que se hace por las recompensas externas. Ejemplo: practicar un deporte en el tiempo libre para estar en forma, no por el placer mismo de correr; ir a un baile y bailar no por el placer de bailar sino para conocer a gente, jugar a cartas para ganar dinero (sino se apuesta no quieren jugar).

- *Puro trabajo*: actividad no libre pero con motivación intrínseca. Ejemplo: hacer un trabajo en clase con más de lo que nos piden.
- *Trabajo-ocupación*: no es libre pero existe la motivación intrínseca y extrínseca; Ejemplo: muchas situaciones de empleo, no lo puedes dejar si lo deseas y lo haces porque algo de ello te gusta y también por el dinero.
- *Pura ocupación*: actividad obligatoria y sólo realizada por las recompensas: trabajo sólo por dinero.

El mismo Neulinger (1980) reconoce que algunas de estas dimensiones son bastante extremas, sólo suceden raramente. Además no están aisladas ni son excluyentes, en la misma persona pueden variar de momento a momento porque la conducta está multideterminada y es cambiante. Por ejemplo el niño que empieza a ir a clases de piano de forma obligada y termina convirtiéndose en una actividad de ocio cuando es adulto. Neulinger (1980) afirma que para entender el ocio se podrían añadir otras variables como el objetivo de la actividad (final o instrumental), el placer percibido, la presión del tiempo, la importancia percibida... pero para él la libertad es el determinante clave. Es por lo tanto un modelo teórico de carácter jerárquico en el que la libertad percibida es lo más importante.

Seppo E. Iso-Ahola

Este investigador parte de una concepción dialéctica del ocio. Para él, cada persona tiene una definición personal de ocio que es el producto de las experiencias personales y las influencias situacionales y sociales. Esta definición a su vez está directamente relacionada con las elecciones personales de ocio y las conductas que se llevan a cabo. Pero también la conducta de ocio está afectada por los factores situacionales que inciden en el momento de la participación. La conducta finalmente afecta a las experiencias personales y factores situacionales/sociales que va causando el cambio o permanencia de la propia definición subjetiva. Es un modelo circular para explicar la relación entre los antecedentes y consecuencias de la conducta de ocio.

Para Iso-Ahola (1980) una teoría de ocio debe incluir tres parámetros fundamentales: la persona, la influencia social/situacional, el tiempo. ¿Significa esto que no podemos hacer generalizaciones porque todo es función de la situación específica, de la persona concreta? No, parece que las definiciones subjetivas de ocio tienen algunas características en común.

- La primera es la libertad percibida; es decir, parece que las definiciones subjetivas de ocio están en gran medida determinadas por la

- libertad percibida para participar en distintas actividades. Decimos que la libertad percibida es alta cuando una persona se auto-atribuye la iniciación de la conducta de ocio y baja cuando sitúa la fuente de la conducta en factores externos.
- La segunda es, como en el caso de Neulinger (1980), la motivación intrínseca.

El modelo de Iso-Ahola (1980) propone que el ocio es la percepción e inferencia de una persona de la cantidad y calidad de actividades. Por tanto, el ocio se convierte en la percepción subjetiva de una actividad real o imaginaria en la que una persona participa en un momento dado. Deben tomarse en cuenta los aspectos objetivos y subjetivos del ocio. A diferencia de Neulinger (1980), piensa que hay que tener en cuenta los aspectos objetivos. A pesar de haber actividades de trabajo y ocio que comparten elementos comunes (pueden tener ambos refuerzos intrínsecos) todos distinguimos bien entre lo que es ocio y lo que es trabajo, por tanto, la distinción es válida. Considera que la existencia del tiempo libre (opuesto a tiempo de trabajo) es un requisito indispensable del ocio, aunque no podamos equiparar los dos conceptos. Así que termina definiendo el ocio como un estado mental subjetivo experimentado en cierto grado cuando un individuo participa en actividades durante el tiempo libre o horas de no trabajo. La gente juzga las experiencias de ocio como mejores cuando las actividades de tiempo libre se eligen libremente y están motivadas intrínsecamente.

Mihaly Csikszentmihalyi

Csikszentmihalyi (1993, 1997) es un psicólogo americano que estudia la fenomenología del disfrute humano. Su obra ha tenido un gran impacto en la psicología. Desarrolla el concepto psicológico de experiencia óptima o estado óptimo de la experiencia humana, también llamada experiencia autotélica o flow (término en inglés que usaban sus sujetos de investigación para describir su experiencia).

Csikszentmihalyi (1993) tampoco separa ocio y trabajo ya que el disfrute se produce o puede producirse en cualquier actividad y contexto de la vida. Intenta estudiar el ocio también como experiencia subjetiva y ve que definirlo sólo desde las dimensiones de libertad percibida y motivación intrínseca es muy limitado. En primer lugar, hay problemas al evaluarlo pues la gente puede decir que se siente libre porque es lo que se supone que debe sentir, porque así está evaluada la actividad socialmente. Otra limitación que Csikszentmihalyi (1993) encuentra en definir el ocio sólo desde la

libertad percibida y la motivación intrínseca, es la observación de que hay actividades, como el consumo de drogas, el juego patológico, o el vandalismo, que son elegidas libremente y pueden ser reforzantes por sí mismas, pero sus resultados son difícilmente concebibles como ocio. Apoya sus observaciones con datos de investigaciones como, por ejemplo, la evidencia de que ciertas actividades de ocio, como ver la televisión, puede conducir a la depresión o apatía física. A partir de estas observaciones Csikszentmihalyi (1993) hace el siguiente razonamiento: o admitimos que el ocio puede ser algo cansado, depresivo, criminal, aburrido etc., o afirmamos que llamamos ocio a aquellas experiencias que tienen esas dos características básicas, pero que además conllevan experiencias positivas y culturalmente aceptadas, que conducen a la autorrealización y desarrollo de la persona. Csikszentmihalyi (1993, 1997) retoma las connotaciones griegas del término. En este sentido el ocio no es algo para descansar, no hacer nada, sino que para este autor el ocio implica un esfuerzo para alcanzar una sensación de logro y un aumento de la propia estima. Le interesa en relación con el ocio, el aspecto del bienestar personal y no tanto la recreación, la relajación y el placer. Según el autor, el placer es pasivo, homeostático; el disfrute es algo activo, que implica crecimiento, cambio, porque lo que ya dominamos nos aburre y buscamos nuevos retos.

Lo que le interesa investigar es el concepto de disfrute y analiza lo que las personas sienten cuando realizan esas actividades de las que dicen que disfruta intensamente. De hecho Csikszentmihalyi (1993, 1997) estudió muchos tipos de personas y actividades, viendo que se daban ciertas características comunes a casi todos los sujetos. Denomina a estas experiencias, experiencias «flujo», pues muchas personas decían que al estar inmersas en ellas se sentían como llevados por una corriente, como dentro de un flujo de consciencia. Las características psicológicas de estas experiencias son las siguientes:

- Se trata de experiencias desafiantes que requieren habilidades. El ajuste entre retos y habilidades produce emociones óptimas, el desajuste produce ansiedad y frustración o aburrimiento.
- Se produce la unificación de la acción y la consciencia, atención plena a la actividad.
- Hay metas claras y retro-alimentación.
- Se da una concentración en la actividad: se olvida todo lo demás.
- El sujeto percibe una sensación de control: ejercer más que tener control.
- Se produce una pérdida de la autoconciencia, pérdida del sentido de uno mismo como ser diferenciado por fusión con la experiencia.
- Se produce una pérdida de la conciencia del paso del tiempo.

Otras aproximaciones a la definición de ocio

Para terminar, debemos hacer constar otras definiciones que, provenientes de otros investigadores del campo de la sociología, filosofía o pedagogía, son próximas a la caracterización que estamos haciendo del ocio como experiencia subjetiva o estado mental. Así, vamos a destacar las siguientes definiciones:

La Asociación Mundial de Ocio y Recreación (WLRA) no ha formulado una definición clara, pero su Carta para la Educación del Ocio (1994) recoge la siguiente propuesta: «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»

Cuenca (2000), pedagogo y fundador del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, define el ocio desde una vertiente humanista considerando que es un área fundamental de la experiencia humana que favorece el desarrollo personal y social. Entiende que el ocio tiene una direccionalidad negativa y otra positiva; está última tiene cinco dimensiones: lúdica, creativa, festiva, ambienal-ecológica y solidaria.

Determinantes psicológicos de la experiencia de ocio

Se ha hablado de diversos aspectos psicológicos que definen y caracterizan la experiencia o estado de ocio. Entre todos ellos, destacan, por la unanimidad que manifiestan los investigadores, la libertad percibida y la motivación intrínseca. Vamos a profundizar en estas dos variables, consideradas las condiciones mínimas para que hablemos de ocio. Veremos que son dos constructos muy relacionados, que a veces se solapan generando cierta confusión conceptual.

La libertad percibida

El primer aspecto definitorio de las experiencias de ocio es la percepción de libertad a la hora de implicarnos en una conducta, actividad o experiencia. Toda la investigación demuestra que difícilmente llamamos ocio a algo que nos ha sido impuesto, que realizamos de forma obligada. La libertad percibida hace referencia a la sensación, sea real o no, de que lo que uno hace es por libre elección y porque uno desea hacerlo. Es decir, libertad

que tiene que ver con la posibilidad de decidir si hacer o no algo, y también con la posibilidad de elegir entre diferentes opciones. Es la diferencia entre hacer algo porque *ienes* que hacerlo y porque *quieres* hacerlo. Tiene por tanto mucho que ver con la sensación de control sobre los propios actos, con la autodeterminación de la conducta y con lo que de Charms (1968) denominó la causación personal, la sensación de que somos los agentes de nuestra conducta. Existen también otros constructos en psicología relacionados con la libertad como el de de indefensión aprendida, propuesto por Seligman (1975) para hacer referencia a la respuesta que mostramos los humanos ante situaciones repetidas de incontrolabilidad. Seligman (1975) demostró que cuando somos sometidos repetidamente a experiencias o sucesos incontrolables, es decir sobre los que no hemos podido decidir nada o elegir, se genera una tendencia en el futuro y ante las mismas situaciones, aún aunque la situación represente una amenaza para nuestro bienestar, a mostrar conductas de pasividad, de renuncia al intento de ejercer el control.

AMENAZAS AL EJERCICIO DE LA LIBERTAD Y EL CONTROL

Cuando las personas sentimos amenazada nuestra capacidad de elección, nuestro ejercicio de la libertad, o incluso cuando la vemos suprimida reaccionamos rápidamente. Esta reacción psicológica se ha dado en llamar reactividad o reactividad psicológica y fue formulada por Brehm en 1966. Se define como una reacción motivacional que experimenta un individuo cuando la libertad para llevar a cabo una acción que se veía factible se limita o elimina y que le lleva a intentar realizar esa conducta limitada para restablecer su libertad. Algunos autores, incluso han afirmado que esta respuesta tiene cierta base biológica ya que puede ser importante para asegurar la supervivencia. Hasta los niños recién nacidos parece que responden ante las limitaciones de tipo físico al movimiento.

La reactividad psicológica, su intensidad y las conductas para restaurar la libertad que genera, dependen de muchos factores. Algunos de ellos son:

- La fuente de la amenaza: depende de quien sea el agente que limita o impide nuestra libertad la reactividad variará. Se distinguen tres tipos de fuente:
- Una amenaza de carácter personal: una persona concreta es quien amenaza nuestra libertad. Por ejemplo, un padre no deja salir a su hijo de noche. Es la fuente que produce la mayor reactividad aunque su grado varía en función de diversas características del agente como por ejemplo su legitimidad, su intencionalidad o la similitud o correspondencia de intereses.

- Una amenaza de carácter impersonal. Por ejemplo, el tiempo que nos impide llevar a cabo una actividad al aire libre. Muchas veces se intenta manipular la percepción de la fuente de la amenaza con objeto de eludir la reactividad. Una institución como el Estado, el Gobierno, puede ser vista de forma más impersonal que una institución más cercana como el alcalde del propio municipio.
- Una amenaza auto-impuesta. Nuestra capacidad para regular nuestra propia conducta hace que uno mismo pueda ser el agente que limita la libertad. Decidir no salir hasta terminar con nuestras responsabilidades o no practicar un deporte de riesgo aunque nos llame la atención, por los peligros que conlleva, son ejemplos de control de nuestra libertad.
- Expectativa de libertad. Cuanta más libertad sentimos o creemos que tenemos, más reaccionaremos ante su pérdida o la amenaza de perderla. Esa expectativa depende de factores tales como el grado en que la hemos disfrutado en el pasado, el nivel en que nuestros iguales o semejantes la disfrutaban y el derecho legal a ejercerla. La reacción al cierre del cine del pueblo será mayor entre aquellos que iban a menudo que entre quienes iban sólo de manera ocasional. La reacción a la negativa de unos padres de dejar salir a su hijo será mayor si al resto de sus amigos de igual edad les dejan salir que si sólo tienen permiso unos pocos. La amenaza de no poder ir de vacaciones genera una mayor reactividad psicológica en aquellos cuya legislación garantiza el derecho a las vacaciones que en aquellos cuyo sistema social no garantiza ese derecho.
- La importancia de la libertad. Cuanto más importante o relevante sea para nosotros una determinada libertad, principalmente por su papel para satisfacer ciertas necesidades o porque es nuestra actividad favorita, mayor será la reactancia.
- La fuerza de la amenaza. Cuanto mayor es la amenaza, mayor la reactancia. El mayor nivel se alcanza cuando la libertad se elimina totalmente. Si cierran completamente el polideportivo de un municipio la reactancia, entre la población que asiduamente lo utiliza, será mayor que si sólo cierran una parte de las instalaciones.
- La proporción de las libertades amenazadas. Cuantas más libertades se encuentren amenazadas mayor será la reactancia. No genera la misma reacción, impedir a un joven que salga con sus amigos que además de esto, no dejarle recibir en casa a amigos, ver la televisión, o leer sus comics preferidos.

Cuando experimentamos la reactividad psicológica, los seres humanos tendemos a llevar a cabo diferentes conductas para recuperar la libertad:

- Restauración directa: intentos explícitos de recuperar la libertad. Esto sucede, normalmente, porque una consecuencia habitual de la amenaza o pérdida de libertad es que el atractivo de la actividad o conducta aumente.
- Restauración indirecta: búsqueda de conductas alternativas, intento de compensar la pérdida implicándonos en actividades relacionadas, similares. En base a esta respuesta habitual, Iso Ahola (1980) propuso el principio de sustitución de las conductas de ocio. Según este principio, cuando no podemos realizar una actividad que deseamos, las personas podemos implicarnos en actividades similares que satisfacen las mismas necesidades o que tienen parecido significado psicológico para nosotros. Así, por ejemplo, si a una persona le gusta tanto jugar al fútbol como al baloncesto y debido a un accidente tiene una lesión permanente en una mano, es más fácil que experimente menos reactividad pues puede continuar con una actividad que le gusta. De esta observación se deduce una conclusión importante: las personas que tienen diversos y amplios intereses de ocio y cuentan con muchas destrezas están mejor equipadas para manejar la amenaza o pérdida de libertad en el ámbito del ocio. Por tanto, ninguna actividad debe verse como única y exclusiva.
- Respuestas subjetivas. Una respuesta es el cambio en la evaluación que hacemos de la situación o de la importancia de la libertad. Desde la teoría de la disonancia cognitiva se ha apuntado que una forma de responder a estas situaciones es cambiando las atribuciones, nuestras cogniciones. Quedaría reflejado en respuestas como «En realidad, poder hacer esto no era tan importante para mi».

INCREMENTO DE LA SENSACIÓN DE LIBERTAD

Del mismo modo en que la libertad puede verse amenaza o eliminada, también puede aumentarse su percepción. Así, se ha visto que aumentar el número de opciones disponibles, aumenta la sensación de libertad ya que uno tiene más cosas entre las que elegir. Sin embargo, parece que existe un umbral para cada individuo ya que aumentar indefinidamente las alternativas de ocio disponibles no aumenta de forma directa la percepción de libertad. Demasiadas opciones pueden producir el efecto contrario y terminar resultando aversivas.

La sensación de libertad no depende sólo del número de opciones disponibles sino también de su atractivo, es decir hay que tener en cuenta tanto la cantidad como la calidad o naturaleza de las opciones disponibles. Así, la sensación de libertad será mayor si las opciones son varias pero similares en cuanto a su atractivo, que si son muchas pero con diferentes

niveles de atractivo. En este sentido Iso-Ahola (1980) aporta la distinción entre libertad de elección y libertad de resultados. La sensación de libertad de elección es alta cuando existen muchas opciones y son similares en cuanto a su atractivo. Si lo importante es la libertad de resultados, entonces la sensación de libertad será alta si además de haber varias opciones hay también diversidad en cuanto a resultados posibles.

La motivación intrínseca

El estudio de la motivación intrínseca en ocio es uno de los campos que mayor interés ha generado pero también uno de los más confusos. Parece unánime el acuerdo entre estudiosos e investigadores respecto al hecho de que la motivación intrínseca caracteriza las experiencias de ocio. Sin embargo, dos hechos han favorecido la confusión:

La especificación de lo que se entiende por motivación intrínseca. Como veremos, motivación intrínseca y libertad percibida se solapan.

La profusión de estudios sobre las necesidades que el ocio satisface, paradigma que entre en conflicto con la defensa de la motivación intrínseca como determinante básico. Esta será una cuestión que abordaremos en el siguiente tema.

El concepto de motivación intrínseca fue propuesto por Deci y Ryan en los años 70 en el marco de la Teoría de la Autodeterminación. Surge en respuesta a las teorías de corte conductista que defendían que toda conducta está sujeta a las contingencias de reforzamiento. Los primeros estudios fueron investigaciones de laboratorio con animales, especialmente monos. Se vio que se implicaban en conductas exploratorias, de juego y movidas por la mera curiosidad, incluso sin presencia de un refuerzo o recompensa. Eran conductas espontáneas que no tenían un carácter instrumental sino que se llevaban a cabo por el mero placer de realizarlas. Lo mismo se ha observado en los seres humanos. Nos sentimos motivados de forma natural, desde dentro, desde el nacimiento, a realizar actividades que nos gustan por la tendencia a estar activos, a jugar y explorar y parece que este elemento es clave para que identifiquemos una actividad o experiencia como ocio.

La motivación intrínseca hace referencia a la tendencia inherente a buscar la novedad y el reto, a ejercitar y ampliar nuestras capacidades, a explorar y aprender pues conlleva disfrute. Deci y Ryan (2000) afirman que a la base de la conducta intrínsecamente motivada está la satisfacción de necesidades básicas, necesidades de crecimiento, como la necesidad de competencia, de autonomía y de relación interpersonal o conexión. Esta última fue propuesta en estudios posteriormente y hace referencia a la necesidad de sentirse querido y en contacto con otros, sentirse comprendido y parte

de un grupo social. Los autores reconocen que la evidencia de su importancia no está todavía claramente establecida (Ryan y Deci, 2000).

La necesidad de competencia hace referencia a tendencia innata a controlar el entorno, ejercitar nuestras capacidades, ser mejores en lo que hacemos. La necesidad de autonomía sería el componente de la motivación intrínseca más cercano al concepto de libertad percibida y lo que ha hecho que ambos conceptos muchas veces se entremezclen.

La motivación intrínseca no es algo estático ya que las condiciones del entorno pueden facilitarla (no causarla pues se considera algo inherente al organismo), mantenerla, aumentarla y también disminuirla. Según la investigación realizada, cualquier aspecto del entorno que facilite sentimientos de competencia personal, mientras se realiza una acción, puede aumentar la motivación intrínseca. Así, la oportunidad de llevar a cabo una actividad con un nivel de reto óptimo o con *feedback* sobre nuestro nivel de competencia tienden a facilitar la motivación intrínseca. Muchos experimentos han demostrado que la presencia de un *feedback* positivo sobre nuestro nivel de desempeño aumenta la motivación intrínseca mientras que un *feedback* negativo tiende a disminuirla.

Además del sentido de competencia, también está presente el sentido de autonomía, o dicho en términos de la teoría de la atribución, un sentido de locus de causalidad interno. Para que se dé la motivación intrínseca necesitamos experimentar no sólo sentido de competencia o auto-eficacia, sino también auto-determinación. Así, se ha visto que la introducción de recompensas externas tangibles, que se interpretan como agentes de control de la conducta, ajenos a uno mismo, tienden a disminuir la motivación intrínseca. Además de las recompensas, se ha visto que las amenazas, fechas límite, directrices y presión competitiva son también vividos como controladores de la conducta y por tanto disminuyen la motivación intrínseca.

Aunque la motivación intrínseca es una cualidad esencial del ocio, lo cierto es que podemos pensar en muchas actividades y experiencias de ocio en las que actuamos por refuerzos extrínsecos, es decir, por el logro de un objetivo ajeno a la mera satisfacción derivada de llevar a cabo la actividad. Deci y Ryan (2000) han aportado un nuevo concepto que en ocio nos sirve para explicar muchas conductas de este tipo. Al incluir la necesidad básica de la autonomía en la motivación intrínseca han formulado que los seres humanos nos implicamos en muchas conductas por refuerzos extrínsecos pero que la variabilidad respecto al sentido de autonomía es fundamental. Por ejemplo, es muy diferente, en el caso de un adolescente, hacer deporte sólo para evitar que los demás consideren que tiene una figura poco atlética (es decir, para evitar una «sanción social») que hacer deporte porque se cree en el valor que éste tiene para la promoción y mejora de la salud. O es muy diferente quien acude a las discotecas de moda, sin gustarle bailar en

absoluto, sólo para que no le cataloguen de aburrido, etc. a quien lo hace porque entiende que es una buena oportunidad para establecer y mantener relaciones sociales que le resultan satisfactorias. En ambos casos la actividad no se lleva a cabo porque en sí misma resulta gratificante, al menos en principio, si no que se hace por su valor instrumental para lograr otras cosas. La diferencia es que en un caso supone el mero sometimiento a un agente externo de control (la norma o presión social en este caso) y en el otro existe una relativa autonomía o autodeterminación personal. Deci y Ryan (2000) explican esto apelando a la capacidad de interiorizar e integrar la regulación de la conducta, haciendo que surja de uno mismo. Así, podemos comprender cómo muchas conductas de ocio, por ejemplo aquellas que empiezan como actividades extra-escolares obligatorias, pueden no ser vividas como ocio en la infancia pero terminar siendo tal en la juventud o vida adulta. Tampoco debemos olvidar que existen muchas actividades de ocio que conllevan recompensas (premios, trofeos, reconocimiento social, etc.) que son vividas como altamente gratificantes en sí mismas. Es de nuevo aquí donde motivación intrínseca y libertad percibida se solapan. De hecho Iso-Ahola (1980) en algún momento afirma que ya que ejercer el control resulta en sí mismo altamente satisfactorio, el deseo de libertad y control puede ser concebido como una parte más de la motivación intrínseca.

Finalmente indicaremos que hay ocasiones en las que el ocio se puede tornar en no ocio, en dependencia, adicción y conductas compulsivas. El inicio del consumo de sustancias, por ejemplo, puede ser entendido como una actividad libre y altamente gratificante. Sin embargo, llega un momento en que la libertad se pierde (uno no es libre de dejar de consumirlas) y además se hace, principalmente, por evitar los estados aversivos que su carencia provoca.

UN EJEMPLO DE MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y OCIO: EL OCIO SERIO

Las actividades que elegimos por sus refuerzos intrínsecos pueden llegar a convertirse en un elemento clave de nuestra vida. Así, Stebbins (2000, 2005) ha acuñado e investigado el denominado ocio serio. Según el autor, el ocio serio implica la búsqueda sistemática de una intensa satisfacción por medio de una actividad amateur, de voluntariado o de un hobby que los participantes encuentran tan importante y atractivo que, en la mayoría de los casos, se embarcan en una carrera de ocio con la intención de adquirir y expresar la destreza, conocimientos y experiencia necesaria en ella.

Stebbins (2000) ha estudiado en profundidad a muchas personas que practican actividades de forma amateur (deporte, arte, ciencias, entretenimiento, etc.), a coleccionistas, voluntarios fuertemente comprometidos con

su actividad, etc., llegando a la conclusión que hay características definitorias del ocio serio, entre las cuales se hallan: a) la perseverancia en la actividad; b) ser una tarea basada en el esfuerzo; c) ser una tarea basada en la adquisición de conocimientos o destrezas de alto nivel; d) conllevar cierto tipo de beneficios duraderos: auto-realización, enriquecimiento personal, auto-expresión, regeneración o renovación de la propia identidad, mejora de la imagen personal, interacción social y sensación de pertenencia a grupo; d) se da una profunda identificación con la actividad elegida.

LA FALTA DE MOTIVACIÓN INTRÍNSECA: EL ABURRIMIENTO

La carencia total de actividades intrínsecamente gratificantes llevaría al estado de apatía y aburrimiento cuando uno dispone de tiempo libre con el que no sabe qué hacer. Iso-Ahola y Weissinger (1990) desarrollaron una escala para medir el aburrimiento en el ocio. Lo definieron como la percepción subjetiva de que las experiencias de ocio disponibles no son suficientes para satisfacer las necesidades de activación óptima. Según los autores, las percepciones del ocio como algo aburrido están asociadas con un estado afectivo negativo y pueden manifestarse en creencias como por ejemplo, que las oportunidades de ocio disponibles no son suficientemente frecuentes, excitantes, interesantes, variadas o novedosas. El aburrimiento en ocio es un desajuste entre las características de las experiencias de ocio deseadas, en cuanto al nivel de activación, y la disponibilidad, real o percibida, de dichas experiencias (Iso-Ahola y Weissinger, 1990). La escala desarrollada para evaluar el aburrimiento incluye ítems como: Durante mi tiempo de ocio, casi siempre tengo algo que hacer, En mi tiempo de ocio, normalmente no me gusta lo que hago, pero no sé que hacer, Durante mi tiempo de ocio siento que estoy «mirando a las musarañas», El ocio me activa.

Actitud hacia el ocio

Nuestras actitudes hacia el ocio son producto de nuestras experiencias y están influidas por el contexto sociocultural. Como se ha mencionado anteriormente, la sociedad actual mantiene una actitud hacia el ocio mucho más favorable que la que existía hace unas décadas. Las actitudes hacia el ocio se van formando en los primeros años de vida y con las primeras experiencias de ocio. La orientación de una persona hacia el ocio tiene sus raíces en la infancia. De hecho, muchos programas de educación de ocio tratan, entre otras cosas, de fomentar una actitud general positiva hacia el ocio.

Desde el inicio de los estudios de ocio ha existido un gran interés tanto desde la psicología como desde la sociología, por el estudio y la medición

de las actitudes. Los primeros trabajos se remontan a Burdge, en 1961, que desarrolló la *Escala de Orientación al Ocio* con sólo 11 ítems y en la que la orientación al ocio se formulaba como opuesta al trabajo. Se definía como la cantidad de afecto positivo o negativo asociado al ocio. También han trabajado en esta línea Buchholz (1976,1978) y Crandall y Slivken (1980) que elaboraron escalas en las que se intenta detectar a las personas que manifiestan tener una actitud pro ocio. Podemos mencionar también el trabajo de Neulinger (1980) que dedica un capítulo al tema en su libro. Neulinger y Breit (1971), construyeron una escala de actitudes hacia el ocio compuesta de 150 ítems. Utilizando el análisis factorial obtuvieron 5 grandes factores que son:

- Papel de la sociedad en la provisión de servicios de ocio en cinco áreas (productiva, artística/creativa, ejercicio físico, participación en asuntos sociales y aspectos mentales).
- Definición personal vía ocio o trabajo: la relativa importancia del ocio o del trabajo («es más importante para mi ser bueno en mi trabajo que en mi ocio»).
- Cantidad de ocio percibido.
- Afinidad hacia el ocio: saber la cantidad de tiempo que les gustaría dedicar al ocio y al trabajo y su valoración del escenario de vivir una vida de completo ocio.
- Cantidad de trabajo y vacaciones deseadas.

Aunque Iso-Ahola (1980) no ha desarrollado ninguna herramienta para estudiar las actitudes hacia el ocio, habla de ellas como un caso especial o una forma de motivación intrínseca hacia el ocio. Este autor ofrece una definición de actitud hacia el ocio, simple y centrada en el componente afectivo «es la cantidad de afecto expresado hacia un objeto relativo al ocio dado» (Iso-Ahola, 1980, 251). En principio, uno puede asumir que cualquiera que participa por voluntad propia en una actividad que considera ocio, tiene desde luego una actitud positiva hacia esa actividad.

Otro intento de medición de las actitudes hacia el ocio es la Escala de Actitud hacia el Ocio de Ragheb y Beard (1982). Según los autores, la escala se compone de:

- Un componente cognitivo: mide el conocimiento general y actitudes sobre ocio, creencias sobre la relación entre ocio y la salud, felicidad, trabajo, creencias sobre las virtudes, características y beneficios del ocio para el individuo
- Un componente afectivo: incluye la evaluación del sujeto de sus experiencias y actividades de ocio, el gusto por esas actividades y los sentimientos al respecto.

- Un componente conductual: la intencionalidad respecto a acciones pasadas, presentes y futuras relativas al ocio.

Los primeros estudios de adaptación en castellano revelan una estructura factorial que no corresponde con la versión americana y por tanto todavía no se han llevado a cabo investigaciones con ella.

Otro autor que ha tenido en cuenta las actitudes es Ajzen (1980, 1986, 1991). En su intento de predecir la conducta de ocio propuso un modelo que confiere un lugar importante a las actitudes y que ha sido adoptado por Iso-Ahola (1980). Según Ajzen (1980, 1986, 1991) para predecir la conducta de ocio de una persona debemos tener en cuenta los antecedentes (normas sociales e influencias y nuestras experiencias de ocio pasadas), que determinarán las creencias que vamos formando. Las creencias a su vez van conformando las actitudes a medida vamos asociando un determinado afecto a esa creencia. Las actitudes a su vez influyen en nuestras intenciones de conducta lo que finalmente determinará nuestro comportamiento de ocio. El modelo propone que la conducta, la participación en actividades de ocio a su vez va a influir e ir modificando nuestras creencias, actitudes e intenciones. El modelo es sencillo y no tiene en cuenta el efecto simultáneo de todas las variables ni otro tipo de aspectos que determinan nuestra conducta.

Finalmente, las actitudes hacia el ocio pueden estudiarse también como un impedimento o barrera intrapersonal (Mannel y Klieber, 1997) ya que una actitud negativa puede ser vista como barrera a la conducta. En concreto, hay un estudio sobre la falta de ocio de personas que se dedican a cuidar familiares con enfermedades crónicas, que descubrió que estos los cuidadores percibían el ocio como una amenaza y por tanto tenían actitudes negativas al respecto, no podían permitirse el lujo de disfrutar del ocio.

Los beneficios del ocio

El estudio sobre los beneficios que reporta el ocio a la persona es algo que ha interesado e interesa a los investigadores de múltiples disciplinas y ramas del saber como la psicología, la sociología, la medicina, etc. El beneficio que resulta de la práctica del ocio se refiere a un cambio que es visto como algo ventajoso, la mejora de una situación o la consecución de logros a nivel personal, del grupo o sociedad (Driver, Brown y Peterson, 1991).

Además de los innegables beneficios económicos derivados de la industria del ocio, la experimentación del ocio resulta tener importantes y beneficiosas repercusiones sobre la persona a diversos niveles. Centrándonos en las personas adultas, el ocio no sólo reporta beneficios sobre la salud

(Iso-Ahola, 1980), también se ha comprobado que el ocio en personas de 20 a 50 años está directamente relacionado con la percepción de felicidad, el ajuste a las circunstancias vitales y la implicación en los procesos vitales (Casady, 1975). Se ha estudiado también que las personas adultas que disfrutan de experiencias de ocio son personas más alerta desde un punto de vista intelectual y más implicadas socialmente y con su entorno (Iso-Ahola, Jackson y Dunn, 1994). Flanagan (1978) halló que la *recreación activa* era uno de los seis coeficientes en una correlación de indicadores de alta calidad de vida y según los datos de un estudio longitudinal realizado por Heintzman (2000) la vivencia del ocio va asociada al bienestar espiritual de la persona.

Además de un impacto beneficioso directo, el ocio, tal y como hallaron Pondé y Santana (2000) en un estudio en que se confirmaba la relación entre la participación en actividades de ocio y la salud mental de un colectivo de mujeres, puede cumplir la función de paliar los efectos o impactos que determinadas circunstancias negativas en otras esferas de la vida (trabajo, economía, familia) pueden generar. En cualquier caso el impacto del ocio en el plano psicológico o afectivo de la persona sigue siendo un área de investigación en la que resultan necesarios estudios sistemáticos dado que, tal y como reflejan Kelly y Godbey (1992), la reflexión sobre los beneficios del ocio así como la referida a las motivaciones hacia el ocio se han situado siempre en la periferia de la investigación sociológica referida al ocio, siendo el qué, el quién y el dónde las cuestiones fundamentales.

A pesar de este hecho, resultan clarificadores los trabajos de investigación desarrollados para medir los posibles beneficios del ocio. Aunque, efectivamente, una comprensión del ocio como fenómeno de carácter personal, y por ello subjetivo, hace evidente la imposibilidad de una clasificación exhaustiva de posibles beneficios, las escalas e instrumentos de medición creados por diversos autores en las últimas décadas son iluminadoras.

Entre las primeras aportaciones que se elaboraron se encuentra la que recogen Kelly y Godbey (1992) que atribuye al ocio las siguientes funciones: la huida de la civilización y el disfrute de la naturaleza, la huida de la rutina y la responsabilidad, el ejercicio físico, la creatividad, el relax, el contacto social, la oportunidad de conocer a otras personas, el contacto heterosexual, la interacción con la familia, el reconocimiento y el estatus, el poder social, el altruismo, evitar estimulación, la autoactualización y la mejora personal, el logro, la competición y el desafío, evitar el aburrimiento, el esteticismo intelectual.

Otra tipología en este sentido es la desarrollada por Beard y Ragheb (1980) en base a su *Escala de Satisfacción de Ocio*, que fue diseñada para medir en qué medida las personas percibían que sus necesidades personales se satisfacían a través de las prácticas de ocio. Según esta escala, se

podieron establecer seis posibles tipos de beneficios o propiedades de las actividades de ocio sobre la persona:

- Propiedades psicológicas: sentimiento de libertad, diversión, pertenencia y cambio;
- Propiedades de tipo educativo: progreso intelectual y adquisición de conocimientos;
- Propiedades de tipo social: relaciones gratificantes con otras personas;
- Propiedades relativas al relax: descanso del cansancio y reducción del estrés;
- Propiedades fisiológicas: forma física, salud, control del peso, bienestar;
- Propiedades estéticas: acceso a entornos placenteros y a la belleza del medio.

En un trabajo posterior, Driver y Bruns (1999) recogen en un documento actualizado que hasta el momento no había sido publicado, un listado de los beneficios del ocio que recopila los hallazgos de la investigación al respecto. Los autores aglutinan los beneficios del ocio en torno a cuatro bloques: beneficios personales de tipo psicológico y fisiológico, beneficios sociales y culturales, beneficios económicos y beneficios medioambientales. Por supuesto, las características de las diversas prácticas así como los enfoques y variantes con que se aborden, unido a las necesidades de la persona, inciden en que, en cada caso, las diversas prácticas reporten unas u otras ventajas.

Bibliografía

- AJZEN, I. y FISHBEIN, M. (1980): *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs (New Jersey): Prentice-Hall, Inc.
- AJZEN, I. y MADDEN, T.J. (1986): «Prediction of goal directed behaviour: attitudes, intentions, and perceived behavioral control». *Journal of Experimental Social Psychology*, n. 22, pp. 453-474.
- AJZEN, I. y DRIVER, B.L. (1991): «Prediction of leisure participation from behavioral, normative and control beliefs: an application of the theory of planned behavior». *Leisure Studies*, vol. 13, pp. 202-204.
- BEARD, J.G. & RAGHEB, M.G. (1980): «Measuring leisure satisfaction». *Journal of Leisure Research*, vol. 12, n. 1 pp. 20-33.
- BREHM, J.W. (1966): *A Theory of Psychological Reactance*. New York: Academic Press.
- CASADY, M. (1975): «Character lasts: if you are active and savy at 30, you will be warm and witty at 70». *Psychology Today*, n. 9, pp. 138-148.

- CRANDALL, R. & SLIVKEN, K. (1980): «Leisure attitude and their measurement» (pp. 261-284), ISO-AHOLA, S.E. (Ed.): *Social psychological perspectives on leisure and recreation* Springfield, Illinois: Charles C. Thomas Publisher.
- CUENCA, M. (2000): *Ocio humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1993): *The evolving self: a psychology for the third millennium*. Nueva York: Harper Collins.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1997): *Fluir. Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairos.
- DECHARMS, R. (1968) *Personal causation*. New York: Academic Press.
- DECY, E. L., & RYAN, R.M. (2000): «The support of autonomy and the control of behavior». In: E.T. HIGGINS, & A.W. KRUGLANSKI (eds.): *Motivational Science: Social and personality perspectives* (pp. 128-145), AnnArbor, MI: Taylor, & Francis
- DRIVER, B. L., BROWN P.J. y PETERSON G. L. (eds.): (1991): *Benefits of leisure*. State College: Venture.
- DRIVER, B.L. & BRUNS, D.H. (1999): «Concepts and uses of the benefits approach to leisure». En JACKSON, E.L. & BURTON, T.L. (eds.): *Leisure studies. Prospects for the twenty-first century* (pp. 349-369): State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- FLANAGAN, J.C. (1978): A research approach to improving our quality of life. *American Psychologist*, n. 33, pp. 138-147.
- GORBEÑA, S. (Ed.) (2000): *Ocio y salud mental*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- HEINTZMAN, P. (2000): «Leisure and spiritual well-being. A qualitative study». *Loisir et Société*, vol. 3, n. 1, pp. 41-69.
- INGHAM, R. (1986): «Psychological contributions to the study of leisure, Part I». *Leisure Studies*, 5, 255-279.
- INGHAM, R. (1987): «Psychological contributions to the study of leisure, Part II». *Leisure Studies*, 6, 1-14.
- ISO-AHOLA, S. (1980): *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque: W.C. Brown.
- ISO-AHOLA, S. (ed.): (1980): *Social psychological perspectives on leisure and recreation*. Illinois: Charles C Thomas.
- ISO-AHOLA, S. (1988) «The social psychology of leisure: Past, present and future». En L. A. BARNETT (ed.): *Research about Leisure: Past, present and future* (pp. 75-93): Illinois: Sagamore.
- ISO-AHOLA, S.E. y WEISSINGER, E. (1990) «Perceptions of boredom in leisure: Conceptualization, reliability and validity of the leisure boredom scale». *Journal of Leisure Research*, 22,1-17.
- ISO-AHOLA, S.E., JACKSON, E. & DUNN, E. (1994): «Starting, ceasing and replacing leisure activities over the life-span». *Journal of Leisure Research*, vol 26, n. 3, pp. 227-249.
- JACKSON, E. L. y BURTON, T. L. (eds.): (1989): *Understanding leisure and recreation: mapping the past, charting the future*. State College: Venture.
- JACKSON, E. L. (1993): «Recognizing patterns of leisure constraints. Results from alternative analices». *Journal of Leisure Research*, 25, 129-149.
- JACKSON, E. L. y BURTON, T. L. (ed.) (2000): *Leisure studies: prospects for the twenty-first century*. State College, PA: Venture.

- JACKSON, E.L. (2000): «Will research on leisure constraints still be relevant in the twenty first century?». *Journal of Leisure Research*, vol. 32, n. 1, pp. 62-68.
- KAY, T., & JACKSON, G. (1991): «Leisure despite constraint: The impact of leisure constraints on leisure participation». *Journal of Leisure Research*, 23, 301-313
- KELLY, J.R. (1990): *Leisure (2.^a ed.)*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- KELLY, J. R. & GODBEY, G. (1992): *The sociology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- KLEIBER, D. A. (1999): *Leisure experience and human development*. Boulder: Westview.
- MANNELL, R. C. y KLEIBER, D. A. (1997): *A social psychology of leisure*. State College: Venture.
- NEULINGER, J. y M. BREIT (1971): «Attitude dimensions of leisure: A replication study». *Journal of Leisure Research* 3: 108- 115.
- NEULINGER, J. (1980): *The psychology of Leisure*. Springfield: Charles C. Thomas.
- PONDÉ, M.P. & SANTANA, V.S. (2000): «Participation in leisure activities: is it a protective factor for women's mental health?». *Journal of Leisure Research*, vol. 32, n. 4, pp. 457-472.
- RAGHEB, M.G. & BEARD, J.G. (1982): «Measuring leisure attitude». *Journal of Leisure Research*, vol. 14, n. 2, pp. 155-167.
- SELIGMAN, M. (1975): *Helplessness: on depression, development, and death*. San Francisco: W.H. Freeman.
- STEBBINS, R.A. (2000): «Obligation as an aspect of leisure experience». *Journal of Leisure Research*, 32, pp. 152-155.
- STEBBINS, R.A. (2005): «Project-based leisure: theoretical neglect of a common use of free time». *Leisure Studies*, 24, 1, pp. 1-11.
- TINSLEY, H. E. A. y TINSLEY, D.J. (1986): «A theory of attributes, benefits and causes of leisure experience.» *Leisure Sciences*, 8, 1-45.
- TINSLEY, H. A. E, HINSON, H.A., TINSLEY, D.J., HOLT, M.S. (1993): «Attributes of leisure and work experiences». *Journal of Counselling Psychology*, 40:447-455.
- WITT, P.A. & BISHOP D.W.: «Situational antecedents to leisure behavior». *Journal of Leisure Research*, 1970, 2(1), 64-77.

Capítulo 7

Derecho al ocio

Yolanda Lázaro Fernandez

Al inicio de este siglo XXI hablar de la existencia del Derecho al Ocio no debiera ser algo sorprendente puesto que, este derecho, es una conquista social reconocida en numerosas e importantes declaraciones de organismos internacionales.

Este capítulo, que pretende ser una aproximación al concepto de Derecho al Ocio, hará un acercamiento al concepto de Derecho y su evolución, donde se incluye la aparición del Ocio como un derecho humano. Continúa acercándose a los organismos internacionales que han trabajado el Derecho al Ocio, desde sus diferentes ámbitos, para finalmente aproximarse a esta realidad en el contexto del Estado Español. Se concluye con una pequeña muestra de bibliografía relativa al Derecho al Ocio y a sus diferentes ámbitos.

Aproximación al concepto de Derecho

El Derecho, como producto social e histórico, es un fenómeno omnipresente en las distintas sociedades, siendo su objetivo establecer los límites recíprocos y los enlaces necesarios entre la conducta de distintos sujetos, para conseguir la ordenación de un modo objetivo y externo de la vida comunitaria. Es evidente que entre las características del Derecho, su carácter social, es quizá la característica más consensuada. El Derecho no puede entenderse sin la comunidad humana, y tampoco puede imaginarse sociedad que no esté organizada en base a las reglas de Derecho. Por tanto, el Derecho ha de entenderse desde la referencia al marco social en el que aparece y en el que se proyecta.

Para diferentes autores, cualquier definición de Derecho no puede prescindir de alguno de los aspectos que siguen: el normativo (el Derecho como ordenamiento y su respectiva ciencia ya que el Derecho se expresa siempre a través de las normas), el fáctico (el Derecho como hecho o su efectividad social e histórica, ya que sólo puede entenderse inmerso en la realidad social) y el axiológico (el Derecho como valor de justicia, puesto que está inspirado en un sistema de valores concreto), (Segura Ortega, 1998).

Otra característica del Derecho es su versatilidad, es decir, a través del Derecho se puede condicionar la conducta de los sujetos, pero también el Derecho puede utilizarse para obtener objetivos e intereses, y se puede hacer asegurando un mínimo o más los intereses y objetivos de todos.

Los fines a los que se orienta el Derecho convergen en torno a la libertad, igualdad, paz y seguridad que quedan integrados en la idea de justicia. Por tanto, la relación entre justicia y derecho es evidente puesto que cada uno de los términos remite al otro, es decir, no puede entenderse el Derecho sin referirse a la justicia y viceversa, aunque también la realidad de cada uno de ellos supera al otro.

En general, el Derecho es un factor que cambia al hilo de las transformaciones sociales y a su vez es un factor de cambio y transformación social. El Derecho es un producto de los seres humanos en el marco de circunstancias diversas, contextos históricos, ideologías, intereses y conflictos y así debe ser entendido. Bajo este prisma y de forma paralela, es evidente que el ocio ha ido evolucionando y ocupando un papel cada vez más importante. Es un elemento definitorio de las sociedades modernas y determinante fundamental del bienestar y la calidad de vida entre los ciudadanos.

Evolución de los Derechos

Toda conducta humana y toda actividad de los grupos y sociedades está regulada, como se ha dicho, por el Derecho que articula los derechos, deberes y obligaciones de los ciudadanos. Hay que señalar que existe un conjunto de derechos que el ser humano posee por el mero hecho de haber nacido, es decir unos derechos universales que reciben el nombre de Derechos Humanos. Puede afirmarse que estos derechos son fundamentales para conseguir el objetivo último de la dignidad humana que es la esencia de toda persona, siendo los principios básicos de la teoría de los derechos humanos, el principio de la igualdad y la no discriminación de todos los seres humanos. La aceptación de los derechos humanos incluye la aceptación de la exigibilidad de tales derechos al Estado.

En su devenir histórico, los derechos humanos han recorrido su camino en tres etapas, estando actualmente en la tercera de ellas (Gómez

Isa, 2003). Los antecedentes más inmediatos a lo que actualmente se conoce como Derechos Humanos están en el marco de dos revoluciones, la norteamericana y la francesa de finales del siglo XVIII, que dieron lugar a dos de las Declaraciones más importantes de la historia de los derechos humanos, la «Declaración del Buen Pueblo de Virginia» de 1776 y la «Declaración francesa de los Derechos del Hombre y del Ciudadano» de 1789. En ambas declaraciones se consagran los derechos civiles y políticos que posteriormente se han llamado «derechos humanos de primera generación». Posteriormente, a finales del siglo XIX y principios del XX, como consecuencia del auge del movimiento obrero y de la aparición de partidos políticos de ideología socialista, aparecen los derechos económicos, sociales y culturales, llamados más tarde «segunda generación de derechos humanos». Tras finalizar la Segunda Guerra Mundial y tras la creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 1945, uno de los objetivos primordiales de esta Organización es la defensa de los derechos humanos como garantía de la paz y la seguridad internacional. Así, el 10 de diciembre de 1948 es aprobada por la Asamblea General de la ONU la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El problema fue que se aprobó mediante una Resolución de la Asamblea General, lo que constituye una mera recomendación para los Estados pero no obligaciones jurídicas vinculantes. Por ello, se continúa trabajando en un documento internacional más elaborado y concreto, que no se puede aprobar debido a diferentes acontecimientos políticos hasta 1966. Éste es el momento en el que se procedió a la firma de los dos Pactos Internacionales de derechos humanos, un Pacto Internacional de derechos civiles y políticos y un Pacto Internacional de derechos económicos, sociales y culturales. Diez años después, en 1976, entran en vigor ambos Pactos, tras la ratificación del número suficiente de Estados. Actualmente existe un gran número de Convenciones de carácter internacional que abordan sectorialmente los derechos humanos (derechos de los niños, de la mujer, de las personas con discapacidad, etc.).

No debe olvidarse que hablar de derechos humanos es aludir a una categoría jurídica de vital importancia. Ese conjunto de derechos, de atributos innatos al ser humano, es decir, que nacen con él y que son inseparables de la condición de persona, «son cualidades cuyo origen no ha de buscarse en la ley humana, sino en la propia dignidad del individuo» (De Ángel, 1993: 398).

Como se ha señalado, la primera generación de derechos humanos comprendía los derechos clásicos, es decir los derechos civiles y políticos, recogidos en las constituciones nacionales, que quieren garantizar «sobre todo la no injerencia, la no presencia del poder público en la esfera de las libertades» (Pérez Luño, 1995: 110). Entre estos derechos de primera

generación quedan recogidos, entre otros, el derecho a la vida, derecho a la intimidad, inviolabilidad personal, inviolabilidad del domicilio y de la correspondencia, la igualdad ante la ley, el derecho a la libertad, libertad de expresión, de opinión, de pensamiento, de reunión, libertad de circulación y residencia, etc. Esta generación de derechos tenía como sujeto titular al individuo, al ciudadano como individuo, a la persona individual.

La segunda generación de derechos humanos es la referida a los derechos sociales, derechos que para su cumplimiento es necesaria la actuación del Estado, es decir, un comportamiento positivo de los poderes públicos encaminado a hacer efectivo y real el disfrute de esos derechos. Según Pérez Luño se exige al poder público una actividad en términos de prestaciones y de servicios públicos. Dentro de esta segunda generación están el derecho al trabajo, a la asistencia social, la educación, vivienda, etc. y aparecen alusiones al ocio, aunque en la mayoría de las ocasiones se formula en contraposición al trabajo (descanso laboral, vacaciones remuneradas, etc.), y por otro lado, dentro de la categoría de derechos sociales se recogen los derechos culturales, pero sin conexión con el concepto de ocio humanista. La titularidad de estos derechos se amplía a la persona que desarrolla su existencia como ser social, extendiéndose la titularidad a determinados tipos de agrupaciones humanas tales como sindicatos, partidos políticos, a grupos humanos como mujeres, infancia, tercera edad, personas con discapacidad, etc.

Desde hace unas décadas se viene hablando de la tercera generación de los derechos humanos. Entre los derechos que incluye esta nueva generación el más reconocido por la comunidad internacional ha sido el derecho al desarrollo y, en segundo lugar, el derecho a la paz. También destacan derechos tales como el derecho a la comunicación, el derecho a ser diferente, el derecho al medio ambiente, el derecho a la autodeterminación de los pueblos, el derecho a la propiedad sobre el patrimonio común de la humanidad, el derecho a la calidad de vida, etc. Aunque específicamente los enunciados de los derechos de esta tercera generación no mencionan el ocio como tal, investigadores en ocio (véase Cuenca, 2000; San Salvador del Valle, 2000; Gorbeña, 1997) entienden que bajo los epígrafes «derecho al desarrollo» y «derecho a la calidad de vida», el ocio es un factor clave y por lo tanto entienden que el Derecho al Ocio está amparado bajo el paraguas de la tercera generación de derechos humanos que, por otra parte, ha ampliado la titularidad de estos a todos los ciudadanos del mundo y tienen, por tanto, una dimensión que no se circunscribe a grupos o sectores, como ocurría en el caso de la generación anterior. Son derechos universales, donde no hay distinciones, si bien es cierto que aún queda por resolver el valor jurídico de las resoluciones de la Asamblea General de la ONU por las que se han efectuado el reconocimiento de estos nuevos derechos.

Es evidente que hablar de las generaciones de los derechos humanos es una prueba de su constante evolución y cambio. Puede decirse que el término «generación» de derechos humanos tiene un aspecto atractivo, que refleja el dinamismo de la tradición de estos derechos. Los derechos humanos de la primera generación tuvieron como valor guía la libertad, mientras que la segunda generación se fijaron en la igualdad y los derechos de tercera generación en la solidaridad. Actualmente encontramos nuevas necesidades, problemas, pretensiones y situaciones, en definitiva nuevos retos que plantean a la comunidad internacional la necesidad de cooperación internacional, aunque no debe olvidarse que esta última generación de derechos aún están en proceso de formación.

El Ocio y su relación con el Derecho

Aún con todo lo dicho anteriormente, el Derecho al Ocio viene definiéndose desde tiempos atrás cuando Lafargue, en 1880, publica y defiende su libro el «Derecho a la Pereza» y desde mediados del siglo pasado cuando distintos autores y pensadores señalaron que era una realidad el acceso al ocio por parte de la clase popular, y no sólo por parte de una minoría ociosa como apuntaba Veblen (1953). Esta nueva realidad es el resultado no sólo de un aumento de la disponibilidad de tiempo libre, sino también de un aumento de la capacidad de consumo de la población.

Ahora bien, para poder establecer la relación entre el Ocio y el Derecho se necesita una definición del concepto ocio y esto no es un lujo académico sino una necesidad jurídica, ya que se trata de precisar el bien jurídico que se quiere proteger.

El ocio es una experiencia humana libre, satisfactoria y con un fin en sí misma, lo que significa ser voluntaria y separada de la realidad como necesidad primaria (Cuenca, 2003). Neulinger (1974) lo define como un estado mental de carácter subjetivo que se apoya en dos criterios básicos, la libertad percibida (sensación de que lo que uno hace está bajo el control de uno mismo) y la motivación intrínseca (fuerza interna que dirige la actividad hacia un determinada objetivo). El ocio se vivencia a través de diferentes ámbitos o esferas como son la cultura, el deporte, la recreación y el turismo, teniendo claro que el ocio no es sinónimo de ellas, ya que, como afirman Tinsley y Tinsley (1986), el centro de la atención es la persona y no la actividad.

Visto así, el ocio es un fenómeno de carácter multidisciplinar, con una importante incidencia en la vida sociocultural, económica y política de un país. Además, por su heterogeneidad, puede ser objeto de estudio y análisis desde diferentes campos del saber, siendo uno de ellos el Derecho.

La Declaración de los Derechos Humanos de 1948 hace una clara referencia al ocio en su art. 24 cuando señala que «Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas» y en el art. 27.1. cuando sigue afirmando que «Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten».

Cuenca (2000) afirma que es al tratar de la tercera generación de derechos humanos cuando se produce la separación definitiva del ocio y el trabajo, y por tanto es posible la fundamentación y justificación de la existencia del ocio. Así, puede hablarse del ocio como elemento importante para el desarrollo personal y colectivo y, por tanto, del Derecho al Ocio como necesidad y modo de expresión personal. Del mismo modo, estudiosos del ocio, tales como Dumazedier (1968, 1988), Racionero (1983) y Setién (2000), entre otros, han defendido la importancia de éste como elemento central de la calidad de vida. El ocio es una realidad polifacética, es mucho más que hablar de cultura, turismo, deporte o recreación, es una realidad que cada individuo actualiza de distinta manera. Hacer efectivo el Derecho al Ocio significa, entre otras consideraciones, garantizar la vida comunitaria, el ocio en la vida diaria, el derecho a la fiesta, a lo lúdico y recreativo, a los espacios naturales y a la acción solidaria.

La Asociación Mundial del Ocio y la Recreación (WLRA), organización no gubernamental, de ámbito mundial, que se dedica a la investigación y al estudio de las condiciones que permiten que el ocio sea un instrumento para mejorar el estilo de vida y el bienestar colectivo e individual y que mantiene relaciones formales con la ONU, adopta en 1970 la Carta del Ocio, revisada y perfeccionada posteriormente. Dicha Carta declara en su artículo 1 que «El Ocio es un derecho básico del ser humano. Se sobreentiende, por eso, que los gobernantes tienen la obligación de reconocer y proteger tal derecho y los ciudadanos de respetar el derecho de los demás. Por lo tanto, este derecho no puede ser negado a nadie por cualquier motivo, credo, raza, sexo, religión, incapacidad física o condición económica». Esta Carta afirma en su prólogo que todas las sociedades y culturas reconocen, cada vez más, el derecho de las personas a periodos de tiempo en los que pueden optar libremente por experiencias que les proporcionen satisfacción personal y mejoría de su calidad de vida. Reconoce que, para ello, son necesarios una serie de prerrequisitos como son, entre otros, la paz, un mínimo de estabilidad social, oportunidades para relaciones personales significativas y la reducción de la desigualdad social. Requisitos coincidentes con los fines integrados en la idea de justicia, señalada anteriormente.

En 1994, WLRA aprueba la Carta Internacional para la Educación del Ocio donde sigue afirmando que «el ocio es un derecho humano básico, como la educación, el trabajo y la salud». Igualmente en 1998, proclama la Declaración de Sao Paulo (El Ocio en la sociedad globalizada) donde declara que «todas las personas tienen derecho al Ocio y la recreación por medio de acciones políticas y económicas sostenibles e igualitarias» (art. 1).

El Derecho al Ocio en la normativa internacional

Ya se ha señalado que la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la ONU en 1948, recoge dimensiones y manifestaciones significativas del ocio, como es el derecho explícito al descanso, al disfrute del tiempo libre y vacaciones periódicas pagadas (art. 22), el derecho a tomar parte en la vida cultural de la comunidad y gozar de las artes (art. 27.1) y el respeto a la actividad creadora (art. 27.2). También en esta Declaración se trata sobre el derecho a la libertad de reunión y asociación (art. 20). En definitiva, puede afirmarse que esta Declaración, así como los Pactos Internacionales aprobados posteriormente (el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales) son claves en el reconocimiento del Derecho al Ocio, tanto en relación al derecho a la cultura, al turismo y al ocio en su vertiente más social y relacional.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se propone, tal y como indica el art. 1 del Acta de Londres (aprobada el 16 de noviembre de 1945), «contribuir a la paz y a la seguridad estrechando, mediante la educación, la ciencia y la cultura, la colaboración entre las naciones, a fin de asegurar el respeto universal a la justicia, a la ley, a los derechos humanos y a las libertades fundamentales».

La UNESCO centra gran parte de su trabajo actual en la cultura, siendo a partir de los años 70 cuando empieza a entenderse la cultura como elemento indispensable para el desarrollo de los individuos y de las sociedades. Por ello, la UNESCO aborda, entre otras cuestiones, el derecho a la cultura, a la preservación del patrimonio cultural de la humanidad, el respeto a la cultura como elemento de identidad, la relación entre cultura y tecnología, los derechos de autor y la cooperación cultural internacional. A partir de ahí pueden encontrarse importantes documentos, resoluciones y declaraciones en relación al Derecho a la Cultura.

También ha sido abordado desde la UNESCO otro ámbito del ocio como es el deporte. En 1978 proclamó la «Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte», donde apostaba por el deporte como derecho

humano fundamental y como un «medio para proporcionar una sana ocupación del tiempo libre» (art. 2.2). En este ámbito, sus acciones a lo largo de los años han quedado en declaraciones de buenas intenciones, pero es indiscutible su apuesta por preservar el Derecho al Deporte y por la relación que evidencia entre el deporte y el ocio.

Otro organismo internacional que se ha preocupado explícitamente de otro importante ámbito de ocio es la Organización Mundial del Turismo (OMT). Su objetivo es la promoción y el desarrollo de los viajes y el turismo como medios para estimular el desarrollo económico y fomentar la paz y la comprensión internacionales. Destaca la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), por ser un importante punto de inflexión. En ella se propugna el turismo como un fenómeno social y un vehículo clave para el desarrollo humano, conceptos muy cercanos al ocio humanista. A partir de dicha fecha, son innumerables e interesantes los documentos desarrollados por este Organismo ya que son esenciales para defender el Derecho al Turismo.

El Consejo de Europa, organización de cooperación europea instituida en 1979 con sede en Estrasburgo, tiene como fines consolidar la paz y el respeto a los derechos humanos, usando como herramienta fundamental la cooperación a nivel judicial, cultural y social. En relación al objeto de análisis de este capítulo, el Derecho al Ocio, puede decirse que el Consejo de Europa ha adoptado gran número de recomendaciones y resoluciones que, aunque no tienen potestad de legislar, sí que sirven de base para modificar y organizar las leyes de cada país.

El ámbito de ocio en el que más intensamente trabaja el Consejo de Europa es la cultura y lo hace desde el principio de democratización cultural. Igualmente ha desarrollado una importante labor en el ámbito deportivo, defendiendo su práctica como un derecho humano. Por el contrario, el turismo es el ámbito donde más escasas son sus aportaciones.

Por último, a nivel internacional, destacamos la Unión Europea, una organización supranacional de integración o de unificación, en la que produce una cesión de competencias de los Estados miembros a los órganos comunes.

Respecto a los ámbitos del ocio, es a partir del Tratado de Maastricht (1992) cuando se pueden encontrar referencias en los documentos generados por esta organización. En relación al ámbito cultural, dicho Tratado le dedica un artículo completo señalando como áreas prioritarias de intervención la difusión de la cultura, conservación del patrimonio cultural europeo, intercambio cultural y creación artística y literaria. Desde esta organización son muchas las Resoluciones y documentos respecto a este ámbito del ocio, destacando como uno de los programas más emblemáticos la Capital Europea de la Cultura que viene desarrollándose desde 1985.

También el turismo es un ámbito de interés para la Unión desde finales de la década de los 80, cuando comienza a prepararse el Año Europeo del Turismo para 1990. Se entiende que éste es un elemento integrador de la Europa de los ciudadanos y un importante sector económico, mostrando además interés y preocupación por la promoción del denominado turismo social. Igual que con el turismo, la Unión empieza a trabajar por el deporte en la década de los 80, reconociéndolo como actividad de ocio y actividad económica importante. El Foro Europeo del Deporte, órgano consultivo, favorece el debate de los problemas comunes surgidos en el ámbito deportivo. Es, por tanto, a partir de los 80 cuando vamos a poder encontrar documentación desarrollada por la Unión Europea relacionada con el turismo y el deporte.

El Derecho al Ocio en la normativa estatal

En el caso español, el Derecho al Ocio y sus ámbitos quedan reflejados en la Constitución Española de 1978 aunque, como se verá, han sido traspasados como responsabilidad política y social hacia las Comunidades Autónomas (CC.AA.).

El ámbito de la cultura se recoge en una serie de artículos de la Carta Magna. El art.3.3. aborda las lenguas como patrimonio cultural señalando que «la riqueza de las distintas modalidades lingüísticas de España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección». El art. 20 protege el derecho a «la producción y creación literaria, artística, científica y técnica», prohibiendo su censura previa. Los arts. 21 y 22 se refieren a los derechos de reunión y asociación y el art. 34 reconoce el derecho de fundación. Por otra parte, en este mismo ámbito, se encuentran artículos que hacen referencias más explícitas a la cultura, así el art. 44.1 señala que «los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho» y el art. 46 dice que «los poderes públicos garantizarán la conservación y promoverán el enriquecimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran». Respecto al deporte, es el art. 43.3 de la Constitución el que deja explícito que «los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio». El artículo que hace referencia a la recreación es el 45.1. que reconoce «el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo» y, el punto 2, señala que «los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de vida». Por último, en el ámbito del turismo, destaca

el art. 40. 2 que señala la obligación de los poderes públicos de «garantizar el descanso necesario, mediante la limitación de la jornada laboral, las vacaciones periódicas retribuidas y la promoción de centros adecuados».

La Constitución Española, reconoce el derecho a acceder a la autonomía a aquellas provincias definidas por unas características históricas, culturales y económicas propias (art. 143). Actualmente el Estado se configura en su entidad administrativa en 17 CC.AA. y prácticamente en todas ellas tiene transferidas las competencias en materia de ocio, ya que la Constitución, en su art. 148, señala las competencias que podrán asumir las Comunidades Autónomas y que son las siguientes:

Cultura: Artesanía. Museos, bibliotecas y conservatorios de música de interés para la Comunidad Autónoma. Patrimonio monumental de interés de la Comunidad Autónoma. El fomento de la cultura, de la investigación y, en su caso, de la enseñanza de la lengua de la Comunidad Autónoma.

Deporte: Los puertos de refugio, los puertos y aeropuertos deportivos y, en general, los que no desarrollen actividades comerciales. La caza y la pesca fluvial. Promoción del deporte.

Recreación: Ordenación del territorio. La gestión en materia de protección del medio ambiente. Promoción de la adecuada utilización del ocio.

Turismo: Promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

Por su parte, el art. 149 señala que el Estado tiene competencia exclusiva en las relaciones internacionales que puedan contemplarse en determinadas actividades de carácter cultural, deportivo recreativo o turístico e igualmente se reserva la vertiente productiva de todos los ámbitos de ocio en la planificación general de la actividad económica.

Considerando lo anterior, son cada una de las CC.AA. del Estado Español quienes legislan y ordenan los aspectos que influyen en el Derecho al Ocio de los ciudadanos, y para la comprensión de esta realidad social, cultural, económica e incluso política debe acudirse tanto a principios y técnicas del Derecho Privado (Civil, Mercantil, Laboral) como del Derecho Público (Administrativo y Financiero).

A modo de conclusión

Puede decirse que desde el mundo asociativo, académico y jurídico se reconoce y se formula el Derecho al Ocio superando concepciones reduccionistas, que identificaban a éste con el derecho al descanso laboral o el derecho a la cultura, para abarcar un fenómeno más complejo, con múltiples dimensiones y con una mayor dificultad en su articulación. Así, el Derecho al Ocio es un Derecho Humano que debe ser garantizado puesto que favorece el desarrollo personal y comunitario.

Los derechos humanos nacen de la respuesta a situaciones anteriores, en las que determinadas necesidades humanas eran ignoradas, negadas o perseguidas. Así los nuevos derechos humanos lo que pretenden es dar respuesta a necesidades del mundo actual, donde el Ocio es un elemento cada vez más importante de la calidad de vida de los ciudadanos.

En la medida que el Derecho tiene el cometido de satisfacer la necesidad de justicia entre los miembros de la sociedad, el Derecho al Ocio no puede estar ausente. El Ocio humanista defiende la construcción de la sociedad y el desarrollo individual fundamentados en la justicia (Henderson, 2000). En esta línea de pensamiento, Kleiber (1999), apunta que el ocio que contribuye al desarrollo humano, vincula los resultados y los procesos con la equidad, la justicia social y la inclusión.

El Ocio comprometido con el desarrollo personal y la calidad de vida de las personas debe hacerlo desde los valores de justicia, equidad y capacitación; entendiendo por justicia «la virtud que inclina a dar a cada uno lo que le corresponde» (Comares, 1997: 468), por equidad la cualidad de no favorecer a uno perjudicando a otro, es decir, la equidad tiene que ver con la ecuanimidad, y capacitación entendida como sentimiento que cada persona experimenta al participar en la vida y tener control sobre ella, donde se incluyen todas las cuestiones relacionadas con el ocio como parte de la vida de los individuos.

El ocio justo precisa la inclusión de aspectos que diferencian a los individuos, como son el género, la raza, la clase social y las capacidades que conforman el centro de atención del ocio. De ese modo, en muchas ocasiones determinadas formas de actividad de ocio pueden favorecer tanto el desarrollo de una conciencia de la identidad propia como el desarrollo de la comunidad.

El Derecho al Ocio justo significa recompensar y reconocer los logros de todos los individuos de igual forma. Un ocio justo, orientado desde la implicación de la equidad, es aquél que proporciona una gran posibilidad de opciones a todos los individuos.

Kleiber (1999) afirma que el ocio proporciona condiciones que conducen a la optimización del desarrollo humano y a la realización personal, estando la realidad del desarrollo humano en algún lugar, entre el poder incuestionable de las influencias sociales y la autodeterminación de los individuos.

Es responsabilidad del Derecho articular medidas eficaces que promuevan el libre acceso y disfrute al ocio para todas las personas, aunque la garantía del Derecho al Ocio no la vamos a encontrar únicamente en el Derecho. Como ya se ha dicho, al ser un derecho humano enmarcado en los llamados de tercera generación, la responsabilidad ciudadana y la solidaridad son elementos imprescindibles para que este derecho sea efectivo.

Algunos apuntes bibliográficos

A continuación se presenta una breve representación de la bibliografía existente sobre el Derecho en relación a los distintos ámbitos del ocio (cultura, turismo, deporte y recreación).

Fundamentalmente se trata de bibliografía referida a la normativa española siendo el contenido, en su mayor parte, libros correspondiendo el volumen más importante a la década de los 90 y principios del siglo XXI.

- AGUILERA, A. (1992): *Estado y deporte. Legislación, organización y administración del deporte*. Barcelona: Icaria.
- ALONSO GONZÁLEZ, L.M. y ESTEVE PARDO, J. (1996): *Derecho del medio ambiente y administración local*. Barcelona: Diputació.
- BARRACHINA JUAN, E. (2001): *Derecho del deporte*. Barcelona: PPU.
- BLANQUER CRIADO, D.V. (1999): *Derecho del turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- CAZORLA, L. (2002): *Derecho del deporte*. Madrid: Tecnos.
- CUENCA CABEZA, M. (coord.): (1997): *Legislación y política social sobre ocio y discapacidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DE MIGUEL PERALES, C. (2000): *Derecho español del medio ambiente*. Madrid: Cívitas.
- ESPARTERO CASADO, J. (2004): *Introducción al derecho del deporte*. Madrid: Dykinson.
- ESTEVE PARDO, J. (2005): *Derecho del medio ambiente*. Madrid: Marcial Pons.
- FERNÁNDEZ DE CASADEVANTE ROMANÍ, C. y VICECONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE DEL PAÍS VASCO (1991): *La protección del medio ambiente en derecho internacional, derecho comunitario europeo y derecho español*. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco.
- FRANCO DEL POZO, M. (2000): *El derecho humano a un medio ambiente adecuado*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- GAMBAU I PINASA, V.; RODRÍGUEZ PÉREZ, A. y PASCUAL CARDEO, L.F. (2001): «El “ocio” en las leyes autonómicas del deporte en España». En M. LATIESA RODRÍGUEZ; P. FERNÁNDEZ MARTOS y L. PANIZA PRADOS. (comps.): *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*, vol. II (pp. 167-181): Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz.
- GAMERO CASADO, E. (2004): *Los seguros deportivos obligatorios: régimen público vigente y perspectivas, con especial referencia al ámbito andaluz*. Barcelona: Bosch.
- GARCÍA MACHO, R.; RECALDE CASTELLS, A. y PETIT LAVALL, M.^a V. (2000): *Lecciones de derecho del turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- GARCÍA VISO, M. (1996): «Derecho al ocio de la persona con discapacidad: legislación y políticas desde los foros internacionales». *Boletín del Real Patronato*, 34, 7-20.
- LÁZARO CALVO, T. (2005): *Derecho internacional del medio ambiente*. Barcelona: Atelier.
- LÁZARO FERNÁNDEZ, Y. (2002): «Situación del derecho al ocio de las personas con discapacidad: análisis de organismos internacionales». Estudios del IMAE

- Ocio y desarrollo personal. Enfoques y perspectivas II*, 5, 39-47. Instituto de Medio Ambiente y Ecología - Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo (USAL): (<http://www.salvador.edu.ar/ui220-8-04-17.htm>):
- LÁZARO FERNÁNDEZ, Y. (2003): «El derecho al ocio de las personas con discapacidad: un reto para una sociedad humanista». En CD *COMUNICACIONES CONGRESO INTERNACIONAL. Humanismo para el Siglo XXI*. Bilbao: Universidad de Deusto, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación.
- LÁZARO FERNÁNDEZ, Y. (2004): Equiparación de Oportunidades, No Discriminación y Derecho al Ocio. *Boletín ADOZ*, 28, 33-38.
- MARLASCA MARTÍNEZ, A. (1994): *Legislación turística*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- MELGOSA ARCOS, F.J. (ed.): (2004): Derecho y turismo. IV y V Jornadas de Derecho y Turismo celebradas en Ávila en noviembre de 2001y 2002. Salamanca: Universidad.
- MINISTERIO DE CULTURA (ed.): (1970): *Los derechos culturales como derechos humanos*. Madrid.
- MINISTERIO DE CULTURA. SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA (ed.) (1979): *Los derechos culturales como derechos humanos*. Madrid.
- MONTEAGUDO SÁNCHEZ, M.ªJ. (2004): «El principio de igualdad aplicado al derecho al ocio». En, Y. LÁZARO FERNÁNDEZ (ed.): *Ocio, Inclusión y Discapacidad* (pp. 457-463): Bilbao: Universidad de Deusto.
- ORTEGA ÁLVAREZ, L. (dir.) (1998): *Lecciones de Derecho del Medio Ambiente*. Valladolid: Lex Nova.
- PÉREZ FERNÁNDEZ, J.M. (dir.): (2004): *Derecho público del Turismo*. Navarra: Aranzadi.
- REAL FERRER, G. (1991): *Derecho público del deporte*. Madrid: Cívitas.
- RUIZ-RICO RUIZ, G. (2000): *Derecho comparado del medio ambiente y de los espacios naturales protegidos*. Granada: Comares.
- VIZCAÍNO SÁNCHEZ-RODRIGO, P. (1996): *Introducción al Derecho del Medio Ambiente*. Madrid: CTO Medicina.

Esta breve muestra pone, entre otras cosas, de manifiesto, la vigencia del tema y la creciente importancia del Derecho al Ocio como objeto de estudio.

Bibliografía

- COMARES (1997): *Diccionario básico jurídico (5.ª ed.)*: Granada: Biblioteca Comares de Ciencia Jurídica.
- CUENCA CABEZA, M. (2000): *Ocio humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA CABEZA, M. (2003): «El ocio como experiencia de desarrollo humano, un reto para el siglo XXI». En C. DE LA CRUZ AYUSO. (ed.): *Los retos del ocio y la discapacidad en el siglo XXI* (pp. 33-66): Bilbao: Universidad de Deusto.
- DE ÁNGEL, R. (1993): *Una teoría del derecho*, Madrid: Cívitas.

- DUMAZEDIER, J. (1968): *Hacia una sociedad del ocio*. Barcelona: Estella.
- DUMAZEDIER, J. (1988): *La revolution culturelle du temps-libre*. París: Méridiens Klincksieck.
- GÓMEZ ISA, F. (2003): *El derecho al desarrollo: entre la justicia y la solidaridad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- GORBEÑA, S.; GONZÁLEZ, V.J. y LÁZARO, Y. (1997): *El Derecho al Ocio de las personas con discapacidad. Análisis de la normativa internacional, estatal y autonómica del País Vasco*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- HENDERSON, K. (2000): «Desarrollo humano y ocio justo». En M. CUENCA (ed.): *Ocio y desarrollo humano. Propuestas para el 6.º Congreso Mundial de Ocio* (pp. 37-43): Bilbao: Universidad de Deusto.
- KLEIBER, D.A. (1999): *Leisure experience and human development: a dialectical interpretation*. New York: Basic Books.
- LAFARGUE, P. (1991): *El derecho a la pereza*. Madrid: Fundamentos.
- NEULINGER, J. (1974): *The psychology of leisure*. Illinois: Charles C. Thomas.
- PÉREZ LUÑO, A.E. (1995): «Tercera generación de derechos humanos». En V. THEOTONIO CÁCERES y F. PRIETO MARTÍNEZ: *Derechos humanos: una reflexión interdisciplinar*. (Seminario de investigación Francisco Suárez) (pp. 106-132): Córdoba: ETEA.
- RACIONERO, L. (1983): *Del paro al ocio*. Barcelona: Anagrama.
- SAN SALVADOR DEL VALLE, R. (2000): *Políticas de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SEGURA ORTEGA, M. (1998): *Manual de teoría del derecho*. Madrid: Centro de Estudio Ramón Areces.
- SETIÉN SANTAMARÍA, M.^a L. (coord.): (2000): *Ocio, calidad de vida y discapacidad*. Actas de las IV Jornadas de la Cátedra de Ocio y Minusvalías. Documentos de Estudios de Ocio, 9. Bilbao: Universidad de Deusto.
- TINSLEY, H.E.A. y TINSLEY, D.J. (1986): «A theory of attributes, benefits and causes of leisure experience». *Leisure sciences*, 8, 1, 1-45.
- VEBLÉN, T. (1953): *Theory of the leisure class*. New York: New American Library.
- WORLD LEISURE AND RECREATION ASSOCIATION (WLRA): (1994): «International charter for leisure education». *European Leisure and Recreation Association*, 13-16.
- WORLD LEISURE AND RECREATION ASSOCIATION (WLRA): (1998): *Declaración de Sao Paulo. El Ocio en la Sociedad Globalizada: Inclusión o Exclusión*. Aprobada en el V Congreso de la WLRA. Sao Paulo, Brasil, 26-30 de octubre de 1998. (<http://www.redcreacion.org/documentos/declaracionsp.html>)

Capítulo 8

Ocio y salud

Juan Francisco López Paz

Introducción

A lo largo del siglo XX ha ido incrementándose la importancia dada a la salud, especialmente a partir de los años 50. Actualmente, la preocupación por este área ha superado el concepto tradicional más pasivo por un acercamiento más activo como mejorar la calidad de vida, o en términos más coloquiales «sentirse en forma».

La medicina ha sido, tradicionalmente, la encargada de llevar a cabo esta tarea; los logros conseguidos se han basado en un determinado modelo de entender la salud, considerándola como algo que hay que mantener o recuperar frente a agresiones puntuales como accidentes, infecciones o intoxicaciones, para las que se han desarrollado dos potentes armas de intervención: la cirugía y la farmacia.

Pero, realmente, el problema se plantea cuando cambia el modelo de salud, desde posiciones conservadoras como algo a conservar, a posiciones activas, algo a desarrollar; para esta tarea el valor de la cirugía y de la farmacología no es suficiente. Son escasas las posibilidades de intervención de estas dos áreas disciplinares.

La acción de curar a un sujeto con trastornos infecciosos puede ser abordada fundamentalmente con procedimientos farmacológicos y para traumatismos o fracturas con procedimientos quirúrgicos, pero ni unos ni otros parecen la solución idónea para prevenir situaciones relativas al control del estrés, ansiedad, ... o sea capaz de controlar su activación en determinados acontecimientos (Ogden, 1996). Todo ello ha provocado que desde la propia medicina se estén fomentando nuevos tipos de acercamiento

tos desde otros ámbitos y disciplinas que ayuden a centrar más bien la incidencia sobre los hábitos de vida de las personas: higiene, alimentación, entretenimientos, laboral, académico, ... (Simon, 1999). Se ha pasado de intervenir de forma invasiva por procedimientos físicos y químicos, a intervenir de forma no invasiva sobre los propios hábitos de conducta de los sujetos; y frente a un objetivo de recuperación a otro de mejora o desarrollo positivo de la salud.

Los profesionales de la salud constatan en su actuación como gran parte de los problemas mentales tienen componentes o conllevan concomitantes físicos, por ejemplo, alteraciones del sueño, nutrición, ... Es más, desde la propia medicina se ha comenzado a remitir a otros profesionales y especialistas de la salud, a personas afectadas de diferentes trastornos caracterizados como funcionales (Veenhoven, 1995). Esto ha hecho que, una vez superada la dicotomía físico-mental, se trate de abordar con diversas técnicas de intervención desde un modelo más amplio de salud, como salud integral. Este modelo es aplicable a las nuevas concepciones de la salud: incidiendo sobre lo que el individuo hace, sobre su forma de comportarse, sobre sus conductas. Es evidente que se ha superado la tradicional parcelación del área de la salud, en física y mental, considerando a la salud como un concepto unitario, global, holístico en el que se engloban esos distintos aspectos con frecuencia interaccionados y sólo artificialmente separados (Sánchez López, 1997).

El trabajo aislado de cada una de las disciplinas (Medicina, Psicología, Sociología, Antropología, ...) aunque puede conseguir logros más o menos importantes, debe dejar paso a un trabajo de colaboración dada la confluencia en objetivos y la divergencia en conocimientos y procedimientos (Bayés, 1982). El nuevo panorama interdisciplinar de los últimos 30 años pretende facilitar y promover la integración de conocimientos y la coordinación de esfuerzos de las distintas disciplinas implicadas en el área de la salud.

Concepto de salud

Cada persona tiene una percepción y vivencia personal de lo que es la salud de acuerdo con lo que considera normal, su experiencia personal, su nivel cultural y socioeconómico, religión, forma de vida, etc. y los conceptos que los grupos sociales en los que participa tienen de ella. Es un concepto múltiple que depende de la cultura en la que se produce, pues ella es la que suministra el patrón que define la forma de estar o de ser sano. Depende de la filosofía propia de la época, de las características del estar sano y de las directrices terapéuticas más eficaces del momento,

en esa sociedad, y, por ende, de sus conocimientos, métodos de vida, tecnología que se conoce y emplea, relaciones sociales, incluidas las que se producen entre las clases, ideas que tiene la población sobre la salud y la enfermedad, y los modos de sentirse sano o enfermo de los componentes de la sociedad.

Salud bajo denominación subjetiva

La salud es un estado de bienestar físico, mental y social que no menoscaba, sino que estimula, el desarrollo diacrónico del ser humano y de su descendencia. Sitúa al lado del concepto de armonía instantánea el de diacronía o melodía en el desarrollo de la psique, del soma y de la sociedad. Puede ser concebida como el modelo de una capacidad de normatización vital que permite a la persona gozar de su armonía psicofísica en equilibrio dinámico con su circunstancia natural y social (Taylor, 1990). El papel de «sano» no es simplemente la ausencia de enfermedad, sino algo positivo, una gozosa actitud, una alegre aceptación de las responsabilidades.

La OMS (1986) considera a la salud como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedades. Esta definición confiere a la salud un carácter estático y, puesto que como característica vital es dinámica, ya que el hombre está en permanente evolución, la salud perfecta o plena no se alcanzará nunca.

El completo bienestar de la definición de la OMS (1981) pone a la salud como un objetivo, utópico en cuanto a inalcanzable, pero importante en cuanto a meta a conseguir, para lo cual es preciso ir poniendo en práctica los mecanismos y actitudes adecuados para lograr la salud para todos. Limita el objetivo de la salud: el de lograr el bienestar, con lo que se confunde con ideologías del tipo del utilitarismo, apoyándose en filosofías hedonistas y olvidando la trascendencia.

La subjetivación de la definición de salud convierte a ésta en la propia opinión respecto a la particularidad personal. Influye, desde luego, la capacidad de introspección y de autoanálisis de la persona y en gran parte de su sensibilidad, la cual depende sobremanera de su estado de salud (Leventhal y cols., 1986).

El bienestar está a menudo en las cosas pequeñas, en mirar una puesta de sol, en tomar tranquilamente un café, en leer un poema o en hablar con un amigo. La salud subjetiva, la del bienestar, se nota a menudo por la ausencia de signos negativos, el dolor, la impotencia funcional, ... pero también positivamente. Es decir, es más fácil definir la enfermedad que sería la alteración de las estructuras y de las funciones con malestar, disforia, fiebre, dolor, debilidad, insomnio, angustia, etc., que la salud.

La salud debe ir, como todo lo que corresponde al hombre, dirigida a la consecución de los objetivos vitales. La salud apoya la libertad, es decir, la posibilidad de elegir en un acto racional (Matarazzo, 1982; Ibañez, 1990). El sentido que demos a nuestra vida tiene más valor en cuanto lo dedicamos con mayor libertad y responsabilidad. La salud efectivamente ofrece la integridad de los sentidos y la disponibilidad del cuerpo y de la mente, da soporte emocional, estimula la cooperación, la amistad, y el amor/aprecio a los demás, posibilitando el trabajo y el uso del tiempo libre adecuadamente, y permite actitudes creativas y de resistencia frente a las frustraciones.

La salud es una aptitud personal óptima para una vida completa, fructífera y creativa. El hombre en el ejercicio de su libertad elige los objetivos a los que va a aplicar su salud. La salud puede emplearse para lograr una mayor perfección atlética, deportiva, artística, intelectual o creadora, a fin de rebasar los límites existentes (Bacal, 1996).

Por último, el hombre puede dedicar y agotar su salud en el cumplimiento de sus fines transcendentales, lo cual confiere a la salud una máxima categoría. Esta finalidad va más allá de la biología, de la psicología y de la sociedad en que vive.

Salud bajo denominación objetiva

La salud desde el punto de vista objetivo es la resultante de los criterios de las personas que nos rodean respecto a nuestra situación en relación con una serie de normas, aplicables a los diversos niveles en los que se estructura el hombre.

El hombre está estructurado en niveles o planos diversos, formados cada uno de ellos por una serie de elementos, cuya interrelación caracteriza la estructura del nivel (Maibach y Murphy, 1995). Estos niveles son los siguientes: por un lado, el nivel fisicoquímico que el hombre comparte con la materia inerte y que está constituido por: el subnivel atómico, formado por las partículas de materia y los cuanta de energía, el subnivel molecular, cuyos elementos son los átomos. Un segundo nivel, el biológico, compartido con el medio vivo, capaz de desarrollarse y reproducirse, comenzó para el hombre hace dos millones de años. Está formado por las células cuyos elementos son los orgánulos celulares, formados por conjuntos de células con funciones determinadas, la mayoría de las veces reunidos físicamente, y los sistemas, constituidos por conjuntos de órganos. En este nivel, la interrelación se efectúa por medio de la sangre, linfa, sistema nervioso y vegetativo, el endocrino y el inmunitario. Desarrolla los sentidos para la comunicación con el medio exterior. El tercer nivel, el psicológico, en el que se forjan las emociones, sentimientos y pensamientos que el hombre

comparte con otros. Y el nivel sociocultural, que permite el aprendizaje de los hábitos, actitudes y conocimientos específicos al contexto.

La salud sería la existencia de una adecuación de la estructura y de la función, la cual permitirá una suficiente y flexible resistencia del organismo ante las agresiones excesivas del ambiente en el que se vive y se trabaja con buen rendimiento (Sánchez López, 1997).

Concretamente, la salud física es muy fiable pero de poca validez ya que lo que mide lo mide bien, pero no es exactamente salud lo que mide; usa características heterogéneas, por ejemplo, tener una cifra alta de glucosa y buena relación conyugal.

La actuación de la medicina en el campo de la salud, considerada objetivamente, debe estar de acuerdo y en armonía con lo que el sujeto experimenta respecto a ella.

Perspectiva biopsicosocial del ocio y su entronque con la salud

De los distintos factores que contribuyen a lograr calidad de vida (trabajo, salud, educación, ...) destacan el tiempo libre y ocio y, en concreto, las actitudes hacia tales aspectos, la participación e implicación en actividades de recreo y el empleo adecuado del tiempo de asueto. El disfrute del tiempo libre se ha convertido en un indicador significativo de calidad de vida.

Calidad de vida entendida no sólo como condiciones objetivas de vida sino como experiencias subjetivas positivas percibidas por los miembros de una comunidad (p.ej. satisfacción vital, bienestar psicológico, sentimientos de felicidad), puesto que la calidad de vida, sobre todo, depende de la importancia y significado que el individuo.

atribuye a las experiencias que tiene y a las relaciones que establece con el ambiente (Blanco y Chacón, 1985; Munné, 1992).

En la cultura actual, a pesar de la fuerza que está adoptando esta nueva filosofía, se sigue socializando para el trabajo y no para el ocio, y convive la idea de que éste es un estado de inactividad condicionada por el tiempo de trabajo (estado de actividad) que repone física, mental y psicológicamente para poder seguir trabajando de forma productiva, con la idea de que el trabajo es, simplemente, un medio obligado para subsistir y el ocio un estado de actividad deseado.

La revalorización del tiempo de recreo se refleja, en la vida cotidiana, en el aumento de la práctica del ejercicio físico y deportes, de la participación social en actividades culturales y de las demandas ciudadanas de lugares públicos para disfrutar del tiempo de asueto y favorecer los encuentros sociales, en las escapadas de fin de semana al campo y al aire libre y en las visitas a distintas ciudades y países, por citar algunos ejemplos.

La importancia del tiempo libre se pone también de manifiesto en las actuaciones institucionales. Desde la óptica ambiental y ecológica las ciudades están experimentando cambios en cuanto a la creación de infraestructura, la mejora de los lugares de juego y esparcimiento y la preocupación por la conservación del medio ambiente. Desde el ámbito cultural se observa el aumento de la oferta en cuanto a cantidad, diversidad y calidad de las actividades organizadas. Desde los servicios sociales, el ocio se ha convertido en un objetivo de los programas de intervención y en una estrategia de actuación empleada por los profesionales y paraprofesionales para prevenir problemas sociales, ofrecer asistencia a personas con necesidades específicas y favorecer la adaptación a los cambios vitales y la integración social, especialmente de colectivos marginados (Conde y Isidro, 1995). Desde la perspectiva profesional han surgido agentes de cambio social, como el caso de animadores socio-culturales, monitores de tiempo libre, entre otros.

La preocupación creciente de la comunidad, de sus grupos e instituciones, por aprovechar y usar adecuadamente el tiempo libre, responde, asimismo, a una dimensión temporal, a la cuantía del tiempo de esparcimiento de que disponen algunos sectores de la población y al aumento del mismo en algunos colectivos sociales como consecuencia de los cambios habidos en el ámbito laboral.

Con frecuencia las personas asocian el tiempo libre con estados fisiológicos y psicológicos positivos de relajación, placer, satisfacción, disfrute o diversión. Otras, en cambio, relacionan el tiempo libre con estados negativos que se plasman en aburrimiento, apatía, nerviosismo, ansiedad o estrés. Estas formas contrarias de entender el tiempo libre no son más que el reflejo de que el ocio es un fenómeno dinámico (Kleiber, 1999), sujeto al significado que el individuo atribuye a la conducta de recreo y a las características de la situación en la que lleva a cabo la actividad (Ajzen, 1991). La subjetividad y dependencia situacional del ocio demuestra claramente que no puede ser definido en función de la actividad.

Una explicación de tiempo libre que aporta Gete (1987) recoge la cualidad del ocio, el ser deseado, esperado o evitado. Esta perspectiva no concede al ocio una identidad propia y parte de su condición de dependencia del trabajo y de ser un tiempo contrapuesto al trabajo. Son dos realidades distintas, ni siquiera tienen que ser contrapuestas.

Se demuestra, en investigaciones que reportan Iso-Ahola y Coleman (1993), que la satisfacción con las oportunidades de recreo de la comunidad afectan a la satisfacción laboral y a la mejora del rendimiento, y que la satisfacción con el trabajo influye en la satisfacción con el ocio.

El ocio se entiende que, bajo la concepción de Castilla y Díaz (1988), es un espacio del tiempo libre y que el tiempo libre no está sujeto a obli-

gaciones sean del tipo laboral, doméstico, de estudio o de satisfacción de necesidades básicas como comer o asearse. Por otro lado, piensa en el ocio como un tiempo positivo, constructivo, innovador y enriquecedor. Y, finalmente, consideran que hay un «no ocio», que puede ser frustrante, en el cual las personas cubren otro tipo de necesidades y obligaciones.

El ocio alude a las experiencias que tiene el individuo cuando realiza actividades orientadas a alcanzar satisfacción, autoexpresión, autoconocimiento y desarrollo personal e implica percepción de libertad de elección, autonomía y capacidad de decisión (Driver, Brown y Peterson, 1991). En concreto, San Martín e Iso-Ahola consideran que la percepción de libertad de elección es la condición sine qua non para poder hablar de ocio. En relación con esta percepción, Iso-Ahola enunció la existencia de un umbral de ocio diferente en cada persona, por encima del cual el individuo experimenta falta de control de sus decisiones.

Dumazedier (1998) define el ocio de forma similar, se centra en la voluntad personal de realizar actividades que sean satisfactorias en sí mismas, pero añade el factor sociocognitivo, pues las actividades de recreo favorecen la interacción adecuada con el ambiente y el establecimiento de relaciones sociales satisfactorias, sean informales o formales.

El ocio conlleva, por tanto, sentimiento de libertad, motivación intrínseca y autoactualización. Sin los tres elementos no se estaría ante un auténtico ocio (Deci y Ryan, 1985). En este sentido, el ocio es un medio activo que posee el individuo para explorar y conocer sus límites y potencialidades, y a través de este autoconocimiento crecer como persona. Es un medio que proporciona las oportunidades que necesita el individuo para plantearse retos constantes que desafíen su personalidad, le procuren nuevas habilidades y conocimientos y contribuyan al bienestar físico y psicológico, sin que haya lugar para el aburrimiento y el tedio, puesto que motiva que la persona tenga siempre nuevas experiencias (Csikszentmihalyi y Kleiber, 1991).

En definitiva, la revalorización del ocio obedece a los beneficios que se le han reconocido a lo largo de los años. Beneficios que trascienden los límites de lo personal e inciden en el nivel social y comunitario, y van del bienestar físico y psicológico al desarrollo y bienestar comunitario (Coleman, 1993; Cuenca, 2000). Este protagonismo responde a un doble papel: el ser un contexto de riesgo social y el ser un marco potenciador.

La perspectiva multifactorial de un comportamiento saludable

El comportamiento implicado en la salud se entiende como cualquier acción que influye en la probabilidad de consecuencias físicas y fisiológicas inmediatas y a largo plazo que afectan al bienestar físico y a la longevidad.

dad (Bayés, 1985). Estos comportamientos pueden promover o impedir un funcionamiento humano óptimo y gratificante.

La investigación epidemiológica ha identificado una gran variedad de comportamientos relacionados con la salud (Rodríguez Marín, 2001), entre otros: a) La actividad física regular: la actividad física puede ayudar a demorar, o impedir, el comienzo o reducir la severidad de varias de las principales enfermedades degenerativas, responsables por otra parte de incapacidades prematuras de las culturas industrializadas. El ejercicio físico regular y adecuado beneficia particularmente el control de peso, la prevención de la enfermedad coronaria, la normalización de lípidos y el metabolismo de carbohidratos. La evidencia empírica y clínica sugiere que el ejercicio tiene también beneficios psicológicos por cuanto que facilita la estabilidad emocional y mejora el autoconcepto. b) las prácticas nutricionales adecuadas: una dieta sana es aquella que minimiza el riesgo de desarrollar enfermedades relacionadas con la nutrición. Esto significa que la dieta debe proveer cantidades adecuadas de todas las sustancias nutritivas esenciales y, al mismo tiempo, debe minimizar el riesgo de enfermedades asociadas con el exceso de consumo. El consumo de una cantidad adecuada y variada de nutrientes es una necesidad humana básica y un objetivo específico para la salud. c) Los comportamientos de seguridad: los accidentes son la tercera causa de muerte en los países desarrollados después de las enfermedades cardiovasculares y los procesos oncológicos. d) El consumo de estupefacientes: diferentes clases de tumoraciones, enfermedades del aparato respiratorio, la cardiopatía isquémica, las enfermedades cerebrovasculares, y desajustes sociales e interpersonales están en estrecha relación con el consumo de drogas. e) Las prácticas adecuadas de higiene: problemas y enfermedades asociadas con el tracto digestivo (caries dental), enfermedades de transmisión sexual, hepatitis, tuberculosis, ... afectan a más del 95 % de la población ubicada en países desarrollados. f) El desarrollo de comportamientos de autoobservación: existen procesos de riesgo cuya única forma de ser detenidos es observando muy tempranamente su aparición para poder así adoptar medidas eficaces de enfrentamiento (hipertensión, asma, diabetes, ...). g) El desarrollo de un estilo de vida minimizador del estrés: el patrón de conducta A como un factor de riesgo de la enfermedad coronaria. Este patrón conductual caracterizado esencialmente por ambición intensa, impulso competidor, preocupación constante por la falta de tiempo y un sentido de vivir con urgencia facilita el desarrollo del estrés.

En definitiva, desarrollo de competencias para establecer relaciones sociales y resolver problemas interpersonales (Maibach y Murphy, 1995): ser competente a la hora de establecer redes sociales de apoyo y resolver problemas interpersonales.

La necesidad de un comportamiento saludable

La conducta de un individuo mantiene una regularidad con su ambiente, está embebida en un contexto ambiental en el que hay circunstancias y sucesos que la preceden y la siguen (Sánchez López, 1997). El comportamiento relacionado con la salud también está controlado por estos estímulos.

La probabilidad de adoptar o cumplir una recomendación de salud (cepillarse los dientes, seguir una dieta, una medicación) está vinculada a unas condiciones antecedentes o preparatorias de la conducta y a unas consecuencias que tienen la función de fortalecerlas.

Por un lado, las condiciones antecedentes que comprenden cuestiones como: a) la historia biográfica: las interacciones previas de un individuo influyen en su disposición a tener uno u otro tipo de comportamiento. La motivación general hacia la salud, el valor percibido de la amenaza de tener una enfermedad, la probabilidad percibida de que el comportamiento de seguimiento de la prescripción reducirá la amenaza, y las creencias y atribuciones en general son antecedentes disposicionales adquiridos a lo largo de la historia interconductual de un sujeto. b) Los factores disposicionales: las características estructurales (servicios de salud, mensajes, leyes, costumbres, ...) y demográficas (sexo, edad, status social, ...) del contexto sociológico en el que tiene lugar la acción de salud, introducen matizaciones que modifican y facilitan el comportamiento de seguimiento. Incluso, estas variables contribuyen a jerarquizar las necesidades de los individuos y, por tanto, a modificar su sistema motivacional. c) El modelado: la observación de la conducta de otros es un modo muy efectivo de comenzar el proceso de adquisición de conductas saludables. La observación proporciona conocimiento de qué hacer, así como constituye un ejemplo de cómo hacerlo, y por tanto es un excelente estímulo antecedente para proporcionar comportamientos saludables. d) La interacción: las habilidades y destrezas en comunicación verbal y no verbal de los proveedores de servicios de salud constituyen un poderosísimo antecedente disposicional en el cambio de conducta por razones como: en primer lugar, tienen un fuerte impacto en la comprensión, recuerdo, satisfacción y acuerdo de las prestaciones de salud, elementos todos ellos necesarios para un adecuado cumplimiento; y, en segundo lugar, el tono emocional o impacto en la interacción puede influir decisivamente en el consentimiento del individuo para adoptar la oportuna conducta saludable. e) La comunicación persuasiva: se trata de una comunicación que además de informar aporta la motivación necesaria para que la persona pueda pasar a la acción. Este tipo de comunicación lleva incorporado un mensaje motivacional que influye sobre las opiniones, sentimientos e intenciones del individuo (condiciones reforzantes o aversi-

vas). f) Las señales discriminativas para la acción: estas señales o estímulos pueden actuar como desencadenantes activos de las conductas saludables. Así mismo, también existen señales discriminativas internas y/o vinculadas al mismo organismo que pueden igualmente ejercer la función de detener o promover un comportamiento específico.

Por otro lado, las condiciones consecuentes: son los estímulos que siguen a una conducta y tienen el efecto de fortalecerla o debilitarla y extinguirla. Al proceso por el cual una conducta que va seguida de determinadas consecuencias se fortalece le denominamos reforzamiento, y extinción al proceso que describe el debilitamiento de una conducta por no ir seguida de consecuencias reforzantes, o por haber perdido estas consecuencias su valor reforzante. Existen condiciones de aplicación del refuerzo que aumentan su eficacia: inmediatez, discriminativo, ... En el ámbito de la salud, se plantea el desarrollo de comportamientos incompatibles y/o la extinción y castigo de los hábitos no saludables.

En definitiva, la implantación, interiorización y asunción de un comportamiento saludable está en función de condiciones antecedentes y consecuentes.

El contexto de la salud y la enfermedad

La salud y la enfermedad no tienen una raíz exclusivamente orgánica. Dada la condición social del ser humano y el funcionamiento intersistémico de nuestro organismo, cualquier factor que le afecte se encuentra involucrado en todos y cada uno de los sistemas de los que forma parte. La estrecha dependencia de unos y otros genera una especie de mecanismo de policausalidad en el que cada uno tiene alguna responsabilidad en los fenómenos o procesos que se desencadenan aparentemente aislados, en cualquiera de los restantes subsistemas.

El valor de la salud y su prevención han de fundamentar su actuación en el análisis previo de la estructura cognitiva en cada momento, cada lugar y cada persona. El papel de la Psicología en la promoción de la salud y en la prevención de las enfermedades se ha visto limitado al no haberse prestado atención a las vías por las que el contexto social afecta a procesos regulatorios, biológicos y cognitivos, del comportamiento de salud (Ewart, 1991).

La salud y los comportamientos sociales son variables de los procesos de salud y enfermedad estrechamente vinculadas entre sí. La sociedad y los grupos de pertenencia marcan pautas y determinan creencias y concepciones que se traducen en conductas favorables o desfavorables.

En concreto, la familia ejerce un papel en la interpretación de los síntomas de la enfermedad, y del propio concepto de salud, así como en

la interpretación de la eficacia de la respuesta, de los comportamientos de los profesionales, de los enfermos y del propio tratamiento, con marcadas repercusiones sobre el razonable pronóstico de una enfermedad (Huici, 1985).

Toda esa urdimbre de concepciones, estereotipos y experiencias intensas, como lo son las relacionadas con la salud, hace que los grupos sociales, y en un ámbito más reducido la familia como núcleo integrador, representen una fuerza de mediación en la reproducción de estilos de comportamiento ante: los síntomas de enfermedad y las subsiguientes demandas de atención, las conductas preventivas de la salud, las relaciones con los profesionales de la salud bien sea en el ámbito primario bien a escala de asistencia hospitalaria, hábitos de vida saludables.

El cambio de conducta, en consecuencia, es una compleja función que depende de diversas variables ya citadas y, por supuesto, la plasticidad personal, además de las derivadas de la interacción de la persona con el entorno y con el grupo de referencia (Spacapan, 1987).

Los estilos de vida son el resultado de un conjunto de variables que se presentan de manera diferente en los grupos dependiendo de variables personales y sociales, y que determinan las respuestas de los individuos ante los problemas de salud y la promoción y educación ante las conductas de enfermedad (Barriga, 1990).

Asimismo, las relaciones sociales condicionan el rol del enfermo, con amplias diferencias en función de otras variables personales, culturales, educativas, etc. Las respuestas comportamentales ante cualquier iniciativa, sea ante episodios de enfermedad sea ante medidas de prevención, están estrechamente condicionadas por los factores sociales como por factores externos como por la mediación cognitiva que ejercen.

Para cualquier iniciativa relacionada con programas o actividades de intervención en la promoción de la salud o en la prevención de enfermedades específicas, es indispensable partir de un análisis, desde la perspectiva de la psicología de la salud, de los factores que condicionan las respuestas comportamentales.

Concepción social de la salud

La salud está constituida por las cualidades de la vida humana necesarias para enfrentarse con las exigencias sociales, superando el grado mínimo de funcionamiento orgánico que le permita un desarrollo pleno y fuerte. Esto es relativo, pues el límite de desarrollo pleno y vigoroso no está establecido ni se alcanzará nunca. Podría reducirse a lo alcanzable por el más apto y evaluarla en relación con estos logros teniendo en cuen-

ta, por ejemplo, la aptitud física, fuerza estática y dinámica, equilibrio de movimientos, coordinación, capacidad de moverse con poco consumo energético, resistencia a la fatiga, factores emotivos y psíquicos, según sexo y edad (Coleman, 1993).

En este sentido, el entrenamiento aumenta la salud, pero la perfecta adaptación excluye el deseo o el estímulo para la reforma. Aunque cambios profundos o demasiado rápidos causan confusión y estrés, el simple hecho del cambio, sin ser excesivo, estimula al pensamiento y a la acción.

La salud es, en definitiva, un componente básico de la calidad de vida. Y se podrían contemplar, principalmente, tres significados: el descriptivo que sería lo que convierte a una persona en tal o cual, individualizándola y diferenciándola de los demás seres. El segundo significado sería el cuantitativo, medible por cualquier indicador como el producto económico; y, finalmente, el significado ético, de respeto a la vida. Más comúnmente, se la relaciona con la vida agradable, con el bienestar, protección y progreso social. La calidad de vida estaría integrada por posibilidades, bienes y servicios que se valoran subjetivamente con condicionamientos psicológicos tales como la comunicabilidad, curiosidad, equilibrio entre razón y sentimiento, ..., y sociales (comparativos).

Y qué se entiende, en definitiva, por apoyo social ? Aquel conjunto de vínculos interpersonales que tiene una persona determinada, bien sea individualmente, bien como miembro de un grupo, familiar, laboral, asociativo, etc. En la situación de enfermedad el apoyo puede tener muy diversas manifestaciones (ayuda domiciliaria, acompañamiento, asistencia doméstica, ...) o ser de naturaleza comunicativa o psicológica (estímulo, refuerzo ante las dificultades de la enfermedad, ayuda para afrontar los problemas, etc.) (Burlson, Albrecht y Saranson, 1994).

El apoyo social, bien entendido, ejerce un papel moderador de los efectos del estrés, entre los cuales se encuentra la enfermedad. Algunas de las situaciones en las que se ha estudiado y evidenciado el efecto amortiguador del estrés que ejerce el apoyo social son:

- El apoyo social ante comportamientos de salud, como por ejemplo la búsqueda de asistencia médica, operando como factor discriminatorio ante el momento, el tipo de asistencia, la búsqueda de soluciones alternativas, las respuestas comportamentales positivas del entorno, el cumplimiento de las prescripciones terapéuticas, etc.
- El apoyo social y adaptación a la enfermedad. El apoyo social es un importante modulador en las enfermedades crónicas.
- Aunque se considera que el apoyo social está relacionado con la recuperación de la enfermedad, no se han establecido evidencias con carácter general. Los programas de intervención basados en apoyo

- de grupos, terapia de grupo y grupos de apoyo social han revelado su eficacia al facilitar la recuperación o adaptación a la enfermedad.
- El efecto modulador del apoyo social se ejerce a través de la amortiguación de los acontecimientos estresantes o mediante la prevención de éstos, incidiendo favorablemente en la prevención de enfermedades o en el efecto de retroalimentación informativa sobre las conductas de salud, y que también incide directamente en un ambiente que promueva conductas de salud.

En resumen, la aplicación de las actuaciones a favor de la salud o de la mejora y diversificación de las respuestas ante la enfermedad tiene una base conceptual en el ámbito de la psicología y, en particular en la psicología de la salud así como en la medicina comportamental, cuyos conocimientos han de incorporar los profesionales para optimizar las respuestas de los individuos.

La importancia de la Medicina Comportamental ante los estados de salud y enfermedad

Uno de los más importantes críticos ha sido Engel (1977), para quien el modelo biomédico ha logrado extenderse tanto en el ámbito científico como en el popular asumiendo el status de imperativo cultural. Según este modelo, los signos y síntomas de un individuo son el resultado de un desequilibrio o trastorno biológico y por tanto, las intervenciones son guiadas por principios biológicos y el pensamiento mecanicista basado en las explicaciones categoriales o unicasales. Engel planteó la necesidad de realizar una formulación comprensiva de la enfermedad, que tuviera en consideración en el mismo nivel de importancia, los factores biológicos, psicológicos y sociales implicados en la enfermedad, y que pudiera dar cuenta de los vacíos explicativos del modelo biomédico.

Los postulados básicos del modelo biopsicosocial responden al concepto de que los procesos de salud y enfermedad son el resultado de la interacción de factores biológicos, psicológicos y sociales. El impacto real de este modelo ha sido en general bastante pobre, debido principalmente a que carece de operatividad, y por ello es de poca utilidad práctica (Cott, 1986). No obstante, la formulación de este modelo constituye un estímulo, que ha dado origen a numerosas investigaciones sobre factores psicosociales relacionados con la aparición y mantenimiento de la enfermedad (Ogden, 1996).

Las contribuciones más significativas de la Medicina Comportamental han resaltado el papel central de los procesos cognitivos en la comprensión de la experiencia individual de la enfermedad (Davidson y Davidson, 1982;

Maibach y Murphy, 1995). Desde esta perspectiva, los modelos cognitivos consideran que los individuos no permanecen pasivos frente a la enfermedad, sino que seleccionan la información (interna y externa) que reciben y elaboran significados personales en virtud de sus creencias, valores, expectativas y atribuciones, que contribuyen en definitiva a la construcción de la experiencia subjetiva de enfermar.

Una aportación importante ha sido la aplicación del modelo teórico del estrés de Lazarus y Folkman (1984), que ha conducido a la descripción, por analogía, de lo que podrían ser las estrategias básicas de afrontamiento de la situación de enfermedad. Estos autores han identificado la enfermedad como una situación de estrés en la que los esfuerzos del individuo para adaptarse a ella dependen de la evaluación que haga de esta situación. Se refiere al proceso de evaluación cognitiva descrito por Lazarus, que implica enjuiciamiento, discriminación y elección basados en experiencias pasadas. Junto a un primer proceso de evaluación de la situación en términos de significado, el individuo realiza también de manera interactiva una valoración de los recursos cognitivos y conductuales con los que cuenta para enfrentarse a ella. Nos referimos a un segundo proceso cognitivo mediador de la conducta de enfermedad, el afrontamiento; este definido como el conjunto de esfuerzos cognitivos y conductuales, permanentemente cambiantes, desarrollados para hacer frente a las demandas específicas externas, internas o de ambos tipos, evaluadas como abrumadoras o que exceden de los propios recursos. Básicamente cumple dos funciones primordiales: manipular o alterar el problema con el entorno causante de perturbación (afrontamiento a la solución) y regular las respuestas emocionales que aparecen como consecuencia (afrontamiento a la emoción). El afrontamiento para una respuesta adaptativa depende, como señalan Lazarus y Folkman, de la integración equilibrada de las estrategias dirigidas a la resolución de problemas, como el cumplimiento de la prescripción del rol de enfermo, el seguimiento de indicaciones médicas, etc., con aquellas dirigidas a controlar el disturbio emocional relativo a la situación de enfermedad.

El desarrollo de estrategias de afrontamiento eficaces para enfrentarse a las demandas de esta situación está condicionado por los sentimientos del individuo sobre competencia y dominio del entorno. Se han descrito diversos conceptos relacionados con la percepción de control del medio, como son las expectativas de control interno-externo y las atribuciones. Bandura (1977) ha identificado un importante proceso cognitivo que ha denominado expectativa de control o autoeficacia. Durante los años setenta, este autor desarrolló un constructo unificado (autoeficacia) para integrar los factores que subyacen a la motivación, en relación con la iniciación y el cambio conductual. Lo define como la convicción de que uno puede ejecutar con

éxito una conducta para producir determinados resultados; y distingue entre expectativas de eficacia y expectativas de resultado, entendiendo estas últimas como las estimaciones hechas por una persona respecto a que ciertas conductas van a conducirlo a determinados resultados.

La autoeficacia es, como señala Caro (1987), un concepto que representa el conocimiento, la percepción que tiene una persona sobre sus propias capacidades, lo que le conduce a elegir y a mantener determinadas líneas de acción.

El supuesto básico de la teoría de la autoeficacia es que ésta mejora la predicción. Es decir, los resultados de las medidas de autoeficacia nos ofrecen predicciones sutiles tanto de las acciones humanas como de las reacciones afectivas. En este sentido, superan como predictores a la conducta manifiesta. La integración de ambas expectativas (eficacia y resultado) se puede resumir, según Bandura, entendiendo que los resultados que una persona espera, dependen especialmente de que considera que va a ser capaz de hacer en determinadas situaciones. De esta forma, no podemos separar las expectativas de resultado de los juicios sobre la ejecución.

Podemos concluir que empíricamente las personas que se representan a sí mismas como incapaces de controlar el entorno y que perciben éste como impredecible y amenazante, responden ante sucesos de vida estresantes, como la enfermedad, con tendencia a presentar síntomas ansiosos y depresivos, y desarrollar conductas no adaptativas ante esta situación.

Se pueden identificar, concretamente, diversos estilos de afrontamiento relacionados con los problemas de salud y enfermedad (Ibañez, 1990): 1) estilo introversivo: suele utilizar un estilo cognitivo de minimización de los problemas. Tienden a pasar por alto las implicaciones de su enfermedad y se muestran indiferentes a los procedimientos médicos que normalmente condicionan ansiedad; 2) estilo inhibido: suelen ver la enfermedad como castigo, esperado y sentido como justo, lo que les lleva a desarrollar actitudes fatalistas hacia la enfermedad; 3) estilo cooperativo: ven la enfermedad como un alivio de sus responsabilidades rutinarias. La adopción del rol de enfermo es para ellos una oportunidad de volver a un estado de dependencia infantil; 4) estilo sociable: se trata de individuos extrovertidos, comunicativos, preocupados más de la forma que del fondo de las relaciones. Ven la enfermedad como una estrategia para asegurarse el apoyo de los demás. Su interés está centrado más en la apariencia externa de su cuerpo que en su salud real; 5) estilo confiado: se muestran calmados, aunque temen a la enfermedad. A menudo están motivados para recuperar su salud, buscando y esperando una atención especial; su estilo suele ser el de evitación; 6) estilo enérgico: el estado de afrontamiento de coping puede denominarse de ataque. Se niegan a aceptar el rol de enfermos y se enfrentan abiertamente a los retos y limitaciones que esta situación representa; 7) estilo respetuoso:

suelen mostrar autocontrol, disciplina y seriedad. Ven la enfermedad como una debilidad, como un proceso propio y como una pérdida del autodomnio, por lo que se sienten culpables; 8) estilo sensible: se trata de individuos impredecibles y emotivos, a menudo se quejan y relatan un historial de diagnósticos erróneos y operaciones quirúrgicas complicadas; actúan como si hubieran nacido para sufrir.

Un modelo interesante en relación con el estudio de la conducta de enfermedad es el desarrollado por Leventhal (modelo de autorregulación). Este autor define los esquemas cognitivos como las estructuras de conocimientos previos sobre sí mismo que organizarían la información del individuo. En este sentido, la información interna o externa coherente con el propio esquema es más fácilmente procesada que la incoherente. Como señala Taylor (1990), los esquemas de enfermedad del individuo pueden mantener o exacerbar una conducta de enfermedad crónica, además de explicar en gran parte las conductas de demora y la baja adherencia a las prescripciones médicas.

Leventhal y cols. (1990) contemplan que el paciente es un procesador activo que realiza una representación de su enfermedad y en función de ésta regula su comportamiento. A partir de este supuesto, proponen un modelo sobre cómo los sujetos autorregulan sus experiencias estresantes de enfermedad, siguiendo los esquemas del procesamiento de la información. Proponen una serie de premisas básicas sobre el modo de regular su experiencia: 1) parten de la consideración del individuo como un ser activo que recibe e interpreta la información, actuando en consecuencia; 2) plantean una relación simétrica entre síntomas y enfermedad, es decir, los síntomas son el punto de partida para deducir si se está enfermo o no; 3) señalan cómo la representación sintomática facilita los análisis de la atribución causal; 4) plantean que los síntomas y sus atribuciones forman teorías implícitas y organizadas acerca de la enfermedad y el tratamiento; 5) sostienen que la representación sintomática es una guía para planificar estrategias de afrontamiento; y, 6) los pacientes utilizan su representación sintomática de la enfermedad para evaluar y regular el uso del tratamiento y las estrategias de afrontamiento.

Otro aspecto deseable, que es un importante factor en la determinación de la conducta de enfermedad y que contribuye a explicar las diferencias individuales en las formas de respuesta y afrontamiento de la enfermedad, es el significado que para los enfermos tiene esta situación.

Estos significados, que reflejan las experiencias personales previas, el grado de conocimiento y el bagaje cultural, así como las creencias del enfermo, funcionan como un núcleo cognitivo que influye sobre las respuestas emocionales y motivacionales ante la enfermedad. Por tanto, determinarán la valoración que el individuo hace de esta situación.

Finalmente, en el estudio de las variables cognitivas en la conducta de enfermedad aparece el concepto de introspección que Mechanic (1995) define como orientación culturalmente aprendida hacia la autoatención difusa, que desempeña un papel importante en la percepción del malestar y de los síntomas físicos, y puede exacerbar la sintomatología y la incapacidad en el caso de los enfermos crónicos.

El hecho de que la gente se enfrente muchas veces a la enfermedad sin conciencia es un elemento central en el conocimiento personal y la adaptación social. Empezar a ser consciente, es un indicador más de un problema cotidiano, un mayor desafío y una ruptura con el curso de la actividad normal. No es económico, desde un punto de vista psicológico, preocuparse sobre lo que uno no puede predecir o controlar, de manera que los individuos mantienen un sentimiento de invulnerabilidad debido a la inatención a la amenaza potencial (Buendía Vidal, 1999). Es decir, mantendríamos nuestro bienestar gracias a una considerable filtración de la información potencialmente amenazante.

En resumen, los diversos aspectos de la evaluación cognitiva, las estrategias de afrontamiento, los estilos cognitivo-conductuales y el significado de la enfermedad, así como la importancia de las dimensiones de la personalidad, las circunstancias biográficas y los patrones de relaciones interpersonales, estudiados por las corrientes más actuales de la medicina comportamental, la psicología clínica y la psicología de la salud, han contribuido significativamente a la exploración de las variables que inciden en las respuestas de los individuos ante la enfermedad (Ogden, 1996).

Ocio como estrategia de prevención y promoción de la salud y bienestar

El ocio como un método de intervención, como una estrategia de potenciación, de participación y de cambio personal y social que trata de atender a las necesidades de las personas y promocionar la salud y la calidad de vida.

La intervención en el ocio se puede orientar a modificar las relaciones entre individuos, grupos y organizaciones que originan las desigualdades y problemas sociales, con el fin de provocar un cambio social y personal positivo.

Entender el ocio como estrategia de prevención y promoción de la comunidad significa que es utilizado para potenciar los recursos (psicológicos, de relación, de servicios, de infraestructura) de la comunidad de referencia que favorezca el desarrollo de las competencias sociales e individuales.

Las investigaciones que han examinado los beneficios del ocio en la salud han comprobado de forma consistente los efectos positivos que pro-

duce el ocio en la salud física y psíquica. Ahora bien, hay que tener en cuenta que no todas las actividades de ocio tienen el mismo impacto en la salud, depende de las características de las personas y de la situación. Una de las actividades de tiempo libre más estudiadas en relación con la salud ha sido el ejercicio físico. De todos es sabido que la práctica adecuada de ejercicio reduce los riesgos de padecer distintos tipos de enfermedades (cardiovasculares, reumáticas, ...), pero son menos conocidos los efectos que produce en el bienestar psicológico. Autores como Wankel y Berger (1991) señalan que el ejercicio físico reduce la ansiedad, el estrés y la depresión.

Distintos mecanismos son los responsables de que la actividad física influya en la salud. Así, el ocio ejerce de factor de distracción, crea un humor positivo, proporciona apoyo y aumenta la autoestima y autoeficacia. Biddle y Mutrie (1991) comprobaron que la actividad física y el deporte aumentaban la autoeficacia percibida. Balaguer, Blasco, García, Valcárcel, Pons y Atienza (1993) demostraron que en los universitarios la autoeficacia física era la variable que mejor explicaba las diferencias entre los que practicaban deporte y los que no. A su vez, los estudiantes que hacían deporte se sentían más eficaces físicamente y tenían una percepción más alta de sus habilidades físicas que los que no se sentían autoeficaces. Coleman comprobó que en hombres y mujeres la salud física de los que estaban más motivados intrínsecamente era mayor que la de los que estaban motivados extrínsecamente.

La experiencia positiva de ocio contribuye a que el individuo desarrolle habilidades y competencias sociales, no se perciba sometido a presiones externas, posea sentimientos de control y dominio y esté dominado por el desafío. Ello implica que cuando se encuentra ante situaciones potencialmente estresantes (rutinarias, aburridas, frustrantes) las interprete de forma positiva y no como dañinas y lleve a cabo acciones encaminadas a modificar las circunstancias de la situación, a prevenir el estrés y las consecuencias negativas que de él se pueden derivar. De hecho el estrés psicosocial es una reacción negativa que experimenta el sujeto como consecuencia de haber fracasado a la hora de afrontar las demandas continuas y específicas con las que se encuentra en la vida, porque considera que no tiene las capacidades para afrontar determinadas situaciones. Coleman e Iso-Ahola (1993) comprobaron que las personas que participaban en actividades de ocio estaban más satisfechas y eran menos vulnerables al estrés que aquellas que no participaban.

El ocio, en definitiva, proporciona recursos que ayudan a las personas a sentirse con capacidad para afrontar efectivamente los problemas. Al respecto, Coleman e Iso-Ahola consideran que el efecto preventivo del ocio se produce a través de dos procesos básicos. Por una parte, la parti-

cipación en actividades de ocio incrementa la percepción de apoyo social, puesto que favorece las relaciones interpersonales, la competencia social y el desarrollo de una identidad social por medio de la pertenencia a grupos. Por otra parte, aumenta la autodeterminación, es decir, la percepción de control y dominio de los acontecimientos y situaciones potencialmente estresantes.

Bibliografía

- AJZEN, I. (1991). «Benefits of leisure: a social psychological perspectives». En B. DRIVER, P. BROWN y G. PETERSON. *Benefits of leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- ATIENZA, F., BALAGUER, I., BLASCO, P., GARCÍA, M. y PONS, D. (1993). *Práctica deportiva y bienestar psíquico*. Madrid: Universidad Complutense.
- BACAL, D. (1996). *Psicología y salud*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- BANDURA, A. (1977). «Self-efficacy: toward a unifying theory of behavior change». *Psychological Review*, n.º 84, 191-215.
- BARRIGA, S., LEÓN, J., MARTÍNEZ, M. *et al.* (1990). «Intervención en salud desde la psicología social». *III Congreso Nacional de Psicología Social*. Santiago de Compostela: Tórculo.
- BAYÉS, R. (1982). *Papel de la Psicología en un nuevo modelo de actuación interdisciplinaria en el campo de la salud*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- BERGER, B. y WANKEL, L. (1991). «The personal and social benefits of sport and physical activity». En P. BROWN, B. DRIVER y G. PETERSON (eds.). *Benefits of leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- BIDDLE, S. y MUTRIE, N. (1991). *Psychology of physical activity and exercise. A health related perspective*. London: Springer-Verlag.
- BLANCO, A. y CHACÓN, F. (1985). «La evaluación de la calidad de vida». En A. BLANCO y J. FERNÁNDEZ, C. HUICI y J. MORALES (comps.). *Psicología social aplicada*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- BUENDÍA VIDAL, J. (1999). *Familia y psicología de la salud*. Madrid: Pirámide.
- BURLESON, B., ALBRECHT, T. y SARANSON, I. (1994). *Communication of social support*. London: Sage.
- CARO, I. (1987). «Revisión crítica de la teoría de la autoeficacia de Albert Bandura». *Boletín de Psicología*, n.º 16, 61-89.
- CASTILLA, A. y DÍAZ, J. (1988). «Ocio y tiempo libre en la actualidad». En A. CASTILLA y J. DÍAZ. *Ocio, trabajo y nuevas tecnologías*. Madrid: Fundesco.
- COLEMAN, D. (1993). «Leisure based social support, leisure dispositions and health». *Journal of Leisure Research*, n.º 25, 350-361.
- CONDE, J. y ISIDRO, A. (1995). *Psicología comunitaria, salud y calidad de vida*. Madrid: Universidad Complutense.
- COTT, A. (1986). «Practical application of the disease-illness distinction model: new concepts in health care delivery through the optimal integration of medical and behavioral sciences». *Canadian Journal of Public Health*, n.º 77, 51-58.

- CSIKSZENTMIHALYI, M. y KLEIBER, D. (1991). «Leisure and self-actualization». En B. DRIVER y P. BROWN. *Benefits of leisure*. Pennsylvania: Venture: Publishing.
- CUENCA, M. (eds.) (2000). *Ocio y desarrollo humano*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- DAVIDSON, P. y DAVIDSON, S. (1980). *Behavioral medicine: changing health lifestyles*. New York: Brunner Mazel.
- DECI, E. y RYAN, W. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Nueva York: Plenum.
- DRIVER, B., BROWN, P. y PETERSON, G. (eds.) (1991). *Benefits of leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- DUMAZEDIER, J. (1998). «La importancia oculta del crecimiento del tiempo libre en la metamorfosis de la civilización». *Boletín ADOZ*, n.º 15, 10-20.
- ENGEL, G. (1977). «The need for a new medical model: a challenge for biomedicine». *Science*, n.º 196, 129-136.
- EWART, C. (1991). «Social actions theory for a public health psychology». *American Psychologist*, n.º 46, 931-946.
- GETE, E. (1987). *Tiempo de ocio*. Barcelona: Plaza y Janés.
- HUICI, C. (1985). «Grupo social y comportamiento de salud y enfermedad». En J. MORALES, A. BLANCO, C. HUICI *et al.* (comps.). *Psicología social aplicada*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- IBÁÑEZ, E. (1990). *Psicología de la salud y estilos de vida*. Valencia: promolibro.
- ISO-AHOLA, S. y COLEMAN, D. (1993). «Leisure and health: the role of social support and self-determination». *Journal of Leisure Research*, n.º 25, 111-128.
- KLEIBER, D. (1999). *Leisure and human development*. San Francisco: Westview Press.
- LAZARUS, R. y FOLKMAN, S. (1984). *Stress, appraisal and coping*. New York: Springer.
- LEVENTHAL y cols. (1986). «The common-sense representation of illness danger». *Medical Psychology*. New York: Pergamon, n.º 2, 7-30.
- MAIBACH, E. y MURPHY, D. (1995). «Self-efficacy in health promotion research and practice: conceptualization and measurement». *Health Education Research*, vol. 10, n.º 1, 37-50.
- MATARAZZO, J. (1982). «Behavioral health's challenge to academic, scientific and professional psychology». *American Psychologist*, n.º 37, 1-4.
- MECHANIC, D. (1995). «Sociological dimensions of illness behavior». *Social Science Medical*, n.º 41 (9), 1207-1216.
- MUNNÉ, F. (1992). *Psicosociología del tiempo libre*. Un enfoque crítico. México: Trillas.
- OGDEN, J. (1996). *Health psychology: a textbook*. Buckingham: University Press.
- OMS (1981). *Preparación de indicadores para vigilar los procesos realizados en el logro de la salud para todos en el año 2000*. Ginebra.
- OMS (1986). *Documentos básicos*. 36.ª ed. Ginebra.
- RODRÍGUEZ MARÍN, J. (2001). *Psicología social de la salud*. Madrid: Síntesis.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, M. (1997). «El estilo psicológico como base del estudio de la diversidad humana». *Revista de Psicología*, n.º 15(2), 23-52.
- SIMÓN, M. (1999). *Manual de Psicología de la Salud*. Madrid: Pirámide.

- SPACAPAN, S. (1987). «Psychosocial mediators of health status: An introduction». En S. SPACAPAN y S. OSKAMP (eds.). *The social psychology of health*. Beverly Hills: Sage.
- TAYLOR, S. (1990). «Health psychology». *American Psychologist*, n.º 45, 40-50.
- VEEHOVEN, R. (1995). «Developments in satisfaction research». *Social Indicators Research*, n.º 20, 333-354.

Capítulo 9

Las Políticas de Ocio como objeto de estudio

Roberto San Salvador del Valle

En el contexto de los Leisure Studies (Estudios de Ocio), tanto a nivel de la Comunidad Científica Internacional como a nivel local, dedicamos la atención del presente capítulo, Estudios sobre Políticas de Ocio, al análisis de conjunto de obras que centran su interés en el análisis de los procesos de intervención política en el ocio y los ámbitos en los que se manifiesta.

Denominaremos Estudios sobre Políticas de Ocio a aquellas obras, estudios y publicaciones que tienen por objeto el análisis, evaluación o diseño de procesos de intervención política en los ámbitos del ocio. La lectura restrictiva del concepto nos restringe el campo de estudio a las últimas tres décadas, razón que fundamentamos en el hecho de considerar el conjunto de los Estudios de Ocio previos como antecedentes de los que ocupan estas últimas décadas. Desde los textos de Paul Lafargue o Thorstein Veblen hasta la década de los setenta, los Estudios de Ocio abordan: los nuevos problemas derivados del desarrollo del fenómeno social a comienzos del siglo XIX, la configuración del derecho al ocio en la segunda mitad del siglo XX, la consolidación del ocio como producto, primero, y experiencia, después, en el final de siglo e inicios del siglo XXI. Sólo en las tres últimas décadas del siglo pasado, asistimos a la consideración de los procesos de intervención política en el ocio como una cuestión relevante en el desarrollo de monografías y artículos de revistas científicas.

En el presente capítulo damos paso a la reflexión sobre las obras contempladas en estos treinta años en que las Políticas de Ocio han sido objeto de estudio. Para ello vamos a marcar dos tiempos diferentes. El primero tiene por objeto realizar un somero repaso de la evolución y tendencias manifestadas en los Estudios sobre Análisis de Políticas (Policy Analysis).

El segundo se ocupa de los Estudios sobre Políticas de Ocio, propiamente dichos.

Los Estudios sobre Análisis de Políticas

El origen de los *Estudios sobre Análisis de Políticas* está en la necesidad de contribuir a la solución de problemas sociales y, consecuentemente, a la toma de decisiones por parte de los agentes implicados, públicos o privados, con o sin ánimo de lucro. El objetivo común de este tipo de trabajos se encuentra en la mejora del conocimiento sobre los procesos de decisión y de diseño para mejorar la práctica política. Es en el proceso de transformación de la sociedad preindustrial a la industrial, con todos los cambios que conlleva, donde nos encontramos con el punto de partida de este tipo de estudios. Desde el comienzo se distingue dos grandes grupos de autores y obras: por un lado, los que investigan problemas y proponen soluciones; por otro lado, los que proponen políticas alternativas, construyendo modelos (Pérez Sánchez y Cueto, 1998).

Los campos y temas de estudio se diversifican. Brian Hogwood y Lewis Jun (1984) sugieren una tipología para los *Estudios sobre Análisis de Políticas* formada por siete grupos: estudios sobre el contenido (génesis y desarrollo de casos), sobre el proceso (etapas y factores condicionantes), sobre los resultados (*outputs* y provisión de servicios), sobre la evaluación (estudios de impacto), sobre la información (bases de datos útiles), sobre los procesos de mejora (organización y planificación) y sobre la defensa de modelos (argumentos a favor).

Margarita Pérez Sánchez y Carlos de Cueto señalan, como en todos los tipos anteriores, el analista «produce información y argumentos razonados sobre tres clases de cuestiones: valores, hechos y acciones» (1998: 562) y emplea alguna de estas tres aproximaciones: *empírica* (descripción de causas y efectos), *evaluativa* (determinación del valor) y *normativa* (recomendaciones de futuro). Establecen, por su parte, una tipología de los modelos teóricos más importantes aplicados al análisis de políticas, que pasamos a resumir:

1. *Teoría Institucional*:¹ la política como un producto institucional. Mantiene la tesis del papel primordial de las instituciones en la configuración de las políticas, por lo que promueve la investigación empírica de la relación entre estructura y políticas.

¹ Sobre sus diversas tendencias se recomienda la lectura del artículo: HALL, S. y TAYLOR, P., «The Political Sciences and the three New Institutionalisms», en *Political Studies*, vol. 44, núm. 5, 1996.

2. *Teoría del Proceso*: la política como actividad. Afirma que la política es, ante todo, un proceso, con lo que su propósito fundamental es el identificar modelos de actividades y sus problemas de desarrollo e implantación.
3. *Teoría de Grupos*: la política como equilibrio entre grupos. Establece que la interacción entre grupos es el hecho central de la política, el resultado del equilibrio en la lucha de grupos, por lo que la investigación debe ocuparse de los cambios de influencia relativa de los grupos de interés que conllevan un cambio de política.
4. *Teoría Elitista*: la política como preferencia de la élite. Plantea las políticas como el dominio de los valores de una élite, no el de las demandas de los ciudadanos, por lo que el estudio se centra en la redefinición de los valores que provocan los cambios.
5. *Teoría Racional (Rational Choice)*: la política como máximo beneficio social. Propone que una política es racional cuando la diferencia entre el valor de lo que se logra y el de lo que se pierde es positiva y mayor que cualquier otra alternativa, por lo que implica estudios del análisis coste beneficio (económico, social, político, etc.).
6. *Teoría de Juegos*: la política como elección en competencia o en cooperación. Aplica la racionalidad a la toma de decisiones entre dos o más sujetos en concurrencia, cooperativa o competitiva, los estudios no describen el proceso de toma de decisiones sino la decisión en sí misma.
7. *Teoría de la Elección Pública (Public Choice)*: la política como toma de decisión colectiva según intereses individuales. Afirma que los agentes políticos actúan de igual manera en el mundo del sin ánimo de lucro que en el con ánimo de lucro, por lo tanto los estudios analizan los beneficios personales alcanzados en ambos casos.
8. *Teoría de Sistemas*: la política como un producto del sistema político. Defiende la idea de que toda política es el resultado de los *inputs* (condiciones ambientales), *outputs* (acciones políticas) y la *black box* (ideología), las investigaciones analizan cada uno de ellos.

Otros autores, como Jan-Erik Lane (1993), reducen los enfoques y modelos a cuatro grandes tendencias. Los dos primeros están más orientados a la evaluación práctica y a la búsqueda de eficiencia y eficacia, mientras que los dos segundos responden más al cometido de la comprensión y explicación teórica.

1. *Modelos de Gestión (Management Approach)*: la política es el modo de alcanzar el objetivo. Los estudios sobre políticas se convierten en investigación sobre los diferentes modelos de gestión.

2. *Modelos de Elección Pública (Public Choice Approach)*: la política se genera en torno al conflicto de intereses, por lo que las investigaciones se ocupan de dicho conflicto.
3. *Teorías de Política Pública (Public Policy Framework)*: la política es el ejercicio de las decisiones y de las no decisiones, siendo éste el objeto principal de la investigación.
4. *Teorías Neoinstitucionalistas (Neo-Institutionalist Framework)*: la política nace de la institución y de las reglas del juego institucional, luego los estudios al respecto deben tratar de entenderla.

En su obra «*Public Policy*» (1995), Wayne Parsons establece otro criterio para diferenciar los *Estudios sobre Análisis de Políticas*, al establecer cuatro niveles de análisis, según el grado de proximidad a la realidad concreta:

1. *Estudios sobre Meta Análisis de Políticas (Meta Analysis)*: son aquellos que se ocupan de la clarificación de conceptos (políticas, público, análisis, etc.), los marcos teórico filosóficos, los procesos y modelos de análisis.
2. *Estudios sobre Meso Análisis de Políticas (Meso Analysis)*: son los que establecen el papel de las diferentes teorías sociales, ideologías políticas, teorías del estado y procesos de globalización en la realidad analizada.
3. *Estudios sobre Análisis de Decisiones (Decision Analysis)*: son aquellos que observan el proceso de toma de decisiones, el equilibrio de poder, los grupos de intereses, la elección personal y colectiva, la institución y su estructura.
4. *Estudios sobre Análisis de la Distribución (Delivery Analysis)*: son los que se centran en los procesos de implantación, desarrollo, distribución y evaluación de impactos.

Podemos establecer, a partir de los autores mencionados, una tipología de síntesis, conformada por la suma de las propuestas apuntadas. De acuerdo a lo cual, agrupamos los *Estudios sobre Análisis de Políticas* en cinco grandes líneas de trabajo:

1. Estudios sobre el método y el proceso de análisis.
2. Estudios sobre las teorías, modelos e ideologías.
3. Estudios sobre las instituciones, estructuras y sistemas.
4. Estudios sobre el individuo, los grupos, la ciudadanía y la comunidad (necesidades, deseos, intereses y elecciones).
5. Estudios sobre los procesos, la implantación, el desarrollo y la actividad.

Los Estudios sobre Políticas de Ocio

Señalaba Thomas Burton que la investigación centrada en Políticas de Ocio se encontraba con dos tipos de problemas: «problems of leisure research» y «problems with leisure research» (1982:324) es decir, problemas teóricos y metodológicos propios de los *Leisure Studies* en general y otros derivados de la relación con la sociedad. Sobre los primeros, ya hemos detenido nuestra atención en los anteriores apartados. Entre los segundos, destaca el autor: la falta de comunicación entre los investigadores y los potenciales máximos interesados en sus resultados (instituciones, ciudadanos, empresas, etc.), la inadecuada comunicación entre el investigador y el patrocinador o cliente, la ausencia de estructuras que coordinen y den continuidad a lo investigado, así como las condiciones no satisfactorias sobre las que se fundamenta el trabajo de investigación en la sociedad postindustrial. A la luz de las reflexiones anteriores, podemos realizar algunos apuntes iniciales en este repaso de los *Estudios sobre Políticas de Ocio*:

1. La mayoría de las propuestas de modelos, como parece lógico, aparece inserta en estudios sobre ocio en general. El número de obras únicas y exclusivamente dedicadas a las políticas es reducido.
2. Podemos identificar un grupo de autores comprometidos con la generación de un pensamiento y una metodología en torno a los *Estudios sobre Políticas de Ocio*, sin renunciar a otras incursiones en los *Estudios de Ocio* en general. Si ya es complejo reunir un elenco de autores que se consideren *estudiosos* del fenómeno del ocio de manera casi exclusiva, más difícil resulta juntarlos cerrando aún más el abanico.
3. Una parte significativa de las obras consultadas no se identifica como *Estudios sobre Políticas de Ocio*, se consideran a sí mismas como pertenecientes al mundo de la teoría del ocio, prospectiva, ciencias de la administración, planificación, gestión o educación². La intervención muestra facetas diversas que se aproximan cuando el ámbito de aplicación resulta más concreto y restringido, como es el caso que nos ocupa.
4. Al integrarse en los parámetros generales de los *Leisure Studies* y los *Estudios de Ocio*, los trabajos específicamente dedicados a las Políticas de Ocio, comparten teorías, escuelas de pensamiento, metodologías y temáticas con los anteriores. Comparten en gran medida las observaciones generales desarrolladas en los itinerarios ya presentados.

² Un buen ejemplo para ilustrar esta afirmación, la supeditación del mundo de las Políticas de Ocio al estudio de la Teoría del Ocio y la Teoría Social, es la ya comentada obra de C. ROJEK, *Capitalism and Leisure Theory*, Tavistock, Londres, 1985.

5. Probablemente sea en la órbita de influencia anglosajona donde los estudios sobre políticas se han desarrollado con mayor nivel de autonomía. Debido probablemente al componente más técnico y *desideologizado* con el que se aborda el análisis y diseño de toda intervención, no partícipe del *partidismo* más presente en el mundo latino. Por otro lado, no cabe la menor duda que la implantación del fenómeno del ocio se manifiesta menos contaminada por una lectura peyorativa o negativa del mismo, lo cual ha favorecido la implantación y desarrollo de estudios dirigidos a resolver cuestiones y problemas surgidos en su fomento, garantía y protección.
6. Los *Estudios sobre Políticas de Ocio* comparten con los estudios de ocio en general los problemas derivados de su accidentada relación con la Sociedad, a los que ya nos hemos referido anteriormente.

Aproximaciones integrales

Algunos buenos ejemplos, en los que se manifiestan gran parte de los modelos introducidos hasta el momento, son las obras de autores como Ian P. Henry, Anthony J. Veal y Roberto San Salvador del Valle. Sus obras reflejan la incorporación en distinta proporción de método, teoría, instituciones, grupos de interés y procesos de implantación.

IAN P. HENRY

La obra de Ian P. Henry³ a la que nos referimos es *The Politics of Leisure Policy*, editado en 1993 (siendo su última edición de 2001), en la que se aborda el *efecto reestructuración (impact of restructuring)* sobre las Políticas de Ocio en el caso de la sociedad británica. Arranca con el repaso del proceso de industrialización británico y la presencia del ocio en el mismo. Posteriormente, se introduce en el concepto *políticas de ocio*. Evoluciona sobre

³ Ian P. Henry, actualmente Senior Lecturer y Head of Leisure and Sport Policies Institute de la Universidad de Loughborough (Reino Unido), es probablemente uno de los estudiosos de las Políticas de Ocio más prolífico en las últimas décadas. Desde sus primeras colaboraciones con Peter Bramham, actual Senior Lecturer en Leeds University, a las que se sumó John Spink, fue analizando las Políticas de Ocio desde la intervención del sector público. Para, posteriormente, ir extendiendo su análisis a las teorías de estado, ideologías políticas, otros sectores, etc. Desde finales de los ochenta, viene participando del enriquecedor equipo de investigación formado, además de por el mencionado Bramham, por los profesores de la Katholieke Universiteit Brabant-Tilburg, Hans Mommaas y Hugo van der Poel. Dentro de los resultados obtenidos destacan, como veremos más adelante, diversas obras sobre políticas de ocio urbanas, políticas en general y estudios de ocio en Europa.

los fundamentos teóricos en los primeros capítulos, realizando una completa lectura de lo sucedido en las dos últimas décadas en el Reino Unido. Hace referencia a la presencia de los sectores privado comercial y voluntariado en el desarrollo de las políticas, cuestionando la idea que lleva a asimilar las políticas exclusivamente a lo *público*⁴. A modo de conclusión, reflexiona sobre el estado de la cuestión, a la luz de la *Teoría de la Regulación*, que pretende explicar los regímenes de acumulación de capitales, como formas de actividad económica, y los modos de regulación, relaciones sociales, políticas y culturales que sustentan dicho sistema. Los teóricos de la regulación, como señala Henry, identifican los cambios en curso con el desplazamiento paulatino de un régimen de acumulación fordista a otro postfordista. Con la crisis económica y la recesión mundial, que aflora en Occidente desde mediados de los setenta con cierta periodicidad, se demuestra la inoperancia del modelo fordista. Por otro lado, el marco político socialdemócrata que lo sostiene entra también en crisis, al verse obligado a desarrollar rígidas políticas económicas y sociales para hacer frente a un creciente paro y conflicto social. De este modo, podemos entender los cambios producidos en las últimas décadas en las Políticas de Ocio, en el marco de las políticas en general.

A pesar de la limitación que supone, para la consideración global de la obra, su encuadre en la realidad británica, aporta elementos perfectamente extrapolables. Como, por ejemplo, su ejercicio de sistematización de las ideologías en relación con las Políticas de Ocio, que completa lo ya defendido en artículos anteriores⁵. La crítica a la lectura de la reciente historia de las Políticas de Ocio, a partir de una nueva interpretación (regulación y postfordismo), resulta cuando menos sugerente. Pero, su mayor interés, desde el punto de vista de los objetivos de esta tesis, se encuentra en la propuesta de un modelo de análisis que, por un lado, profundiza más allá de lo meramente descriptivo, resultando de carácter evaluativo. Todo modelo evaluativo es cuestionable desde el momento que se soporta sobre unos preceptos teóricos y desestima otros, pero nos acerca a la función social de la investigación. Este requisito lo cubre con acierto, con una propuesta que invita a su reproducción en otro espacio y tiempo. No obstante, incluso valorando el repertorio de documentos y series de datos manejadas, echamos de menos una mayor profundización en la descripción de la praxis, en el desarrollo de la intervención, la *otra cara* de las políticas y en la propuesta de un modelo

⁴ Idea compartida por muchos autores, entre ellos el canadiense Thomas Burton que llega a introducir cuatro sectores diferentes como policy-makers (diseñadores de políticas): gubernamental, privado, voluntario y comercial (Cfr. *op. cit.*, pág. 326). Si bien volveremos sobre esta cuestión en la segunda parte de la tesis.

⁵ Línea trabajada en artículos como: BRAMHAM, P. y HENRY, I. P., «Political Ideology and Leisure Policy in the United Kingdom», en *Leisure Studies*, vol. 4, n.º 1, 1985, pp. 1-20.

alternativo, desde posturas más prescriptivas. En una criba, mediante el ceceo de las tendencias observadas anteriormente, esta obra ha de observarse como un estudio más convincente en el meta-análisis y en el meso-análisis que en los centrados en las tomas de decisiones (*decision analysis*) y en la distribución (*delivery analysis*). Estamos ante un buen ejemplo de estudio que se preocupa fundamentalmente por el método y proceso de análisis escogido, la presencia de teorías e ideologías, los sistemas y las estructuras.

ANTHONY J. VEAL

Otra obra útil para entender el sentido de este artículo, aunque sea en gran parte recopilación y actualización de trabajos anteriores, es el libro de Anthony J. Veal⁶ *Leisure Policy and Planning*, editado inicialmente en 1994, ha sido reeditado en numerosas ocasiones, siendo la última del año 2004. En el mismo se da cuenta de los elementos fundamentales para el análisis y diseño de las Políticas de Ocio, tanto desde la teoría como desde la práctica. El autor comienza con una pregunta, «*Why the State?*» (¿*Por qué el estado?*), que ayuda a reformular el papel del sector público en la intervención política. A partir de aquí, se inicia una búsqueda de respuestas en un doble ejercicio reflexivo y operativo. El ejercicio teórico se inicia en el diálogo entre derecho y necesidad, en una lectura entre psicosocial y jurídica, continúa con el estudio del mundo de las ideologías y termina con la introducción de la economía de mercado. El estudio detallado de la intervención se centra en los métodos y técnicas de planificación y evaluación. Por lo tanto, abre camino hacia el mundo de la gestión, pero sin salirse de lo que es la búsqueda de criterios políticos desde los que desarrollar la intervención. La obra de Veal, desde nuestro punto de vista, completa la aportación de Henry con dosis de pragmatismo, a medio camino entre descripción de una realidad y diseño de un modelo. El meta-análisis y el meso-análisis ceden protagonismo al análisis de toma de decisiones y al análisis de la distribución. Las necesidades, intereses y deseos, el proceso de implantación de las políticas, los modelos de gestión y actividad toman la delantera a los temas más especulativos o institucionalistas. Estamos ante otro ejemplo diferente.

⁶ Anthony J. Veal es, en la actualidad, profesor de la School of Leisure and Tourism Studies en la University of Technology of Sydney. Ha impartido docencia en la University of Birmingham y University of North London. En las últimas décadas ha publicado numerosas obras, siempre vinculadas a temas de políticas y planificación, entre las que destaca: *Leisure and Future* (1987); *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (1992); y la mencionada obra *Leisure Policy and Planning* (1994). Así mismo, ha escrito una lista interminable de artículos y ponencias.

Una de las ideas fundamentales, extraída de la lectura de ambas obras, es la necesidad de asentar un modelo de análisis, diseño y evaluación de la intervención política en los ámbitos del ocio sobre las bases del equilibrio entre ideología y praxis, entre los diversos niveles del análisis (meta, meso o micro) y entre los diferentes criterios potenciados (método, teoría, institución, elección, interés o proceso). Decían Bardes y Burnick que el denominador común de todo análisis de políticas es «la aplicación de técnicas de resolución de problemas a cuestiones a las intenciones expresadas por los gobiernos y aquellas acciones que se llevan a cabo o se evitan para alcanzar los objetivos» (1980). Estamos ante la necesidad de generar un modelo alternativo *relacional* que integre el mayor número posible de dimensiones de la realidad. Estamos, no sólo en la necesidad de enunciar problemas o de proponer soluciones, sino en la sugerir políticas alternativas que deriven en modelos.

ROBERTO SAN SALVADOR DEL VALLE

En este punto, donde nos encontramos con la obra de Roberto San Salvador del Valle⁷, *Políticas de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación* (2000). En los dos primeros capítulos, el autor realiza una labor de fundamentación de las aportaciones teórico-prácticas que desarrollará en el tercer capítulo. En el primer capítulo, observa «*La sociedad como entorno*», destacando entre los rasgos de la sociedad emergente la evolución del espacio y del tiempo, así como la naturaleza y dimensiones del fenómeno del ocio a la luz del entorno social analizado. En el segundo capítulo, recoge «*La experiencia como antecedente*», realizando un estado de la cuestión de los principales retos planteados en el ámbito de la cooperación internacional, integración comunitaria, reforma del estado, desarrollo autonómico, foralidad y autonomía local. Completa este capítulo un apunte sobre la necesidad de estudiar las políticas de ocio emanadas de entidades privadas, con o sin ánimo de lucro, en un proceso de comprensión integral de las mismas. El capítulo tercero, «*Un modelo relacional de intervención en los ámbitos del ocio*» encierra las aportaciones fundamentales del autor. Parte de la fragmentación, con intencionalidad metodológica, de las políticas como ideología (modo de pensar) y praxis (manera de hacer). Al primer enfoque

⁷ Roberto San Salvador del Valle es, en la actualidad Director del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, en la que es Profesor de Geografía Humana, y Director de la Cátedra Ocio y Conocimiento. En los últimos años ha publicado diversas monografías en torno a la cuestión de las políticas y la planificación: *Equipamientos municipales de proximidad* (2003) y *Mapa de la oferta cultural de Bizkaia* (2003). Su pensamiento se recoge en amplio número de ponencias y artículos.

agrega el análisis de las ideologías de la sociedad industrial y una reflexión sobre la transición a las que están sometidas desde finales del siglo xx. Al segundo enfoque incorpora la reflexión sobre la morfología política, el papel de la competencia y la comunicación en la configuración de las estructuras y procesos políticos, así como la acción política, entendida desde la elaboración de planes, programas, servicios, productos, equipamientos, infraestructuras, presupuestos, normativas,... que completan las políticas. En artículos y ponencias congresuales posteriores, el autor, además de profundizar en los aspectos citados, ha incorporado un tercer enfoque que considera a las políticas desde la experiencia (forma de sentir), abordando el mundo de las emociones, sentimientos y sensaciones generadas.

Aproximaciones fragmentadas

En cuanto a lo escrito y publicado⁸ sobre la cuestión de modo más parcial, completando la lectura más global que antecede, vamos a señalar algunas obras, publicaciones y autores. Teniendo en cuenta lo ya comentado en el apartado anterior, hemos organizado los *Estudios sobre Políticas de Ocio* en torno al eje temático fundamental en el que se centra la obra citada. Dicho criterio pretende ser equidistante a enfoques más institucionalistas, procesuales, grupales, elitistas, racionales, de juegos, de elección o sistémicos. Los ejes escogidos son: la ideología; el espacio; la perspectiva temporal; los niveles, sectores y agentes implicados; la norma y la legislación; la planificación; el análisis de la gestión económica y de los recursos; la programación, los servicios y los equipamientos; los grupos y colectivos sociales, por edad, género, población y comunidad.

Cada uno de ellos pretende aglutinar aquellas obras que abordan la cuestión de las Políticas de Ocio de modo más teórico, en los primeros dos apartados, o más práctico, en los seis siguientes. Así como pretende ser sensible a elementos que provienen de las teorías y modelos citados.

IDEOLOGÍAS

Como se refleja en el cuadro anterior, en el primer apartado, destacamos aquellas obras que han abordado las políticas de ocio como una cuestión ideológica, como reflejo de un modelo de persona y sociedad. Reflejan el entronque entre teoría social, ciencia política y concepto de

⁸ La cita completa de todos los artículos y monografías mencionadas en las siguientes tablas no aparecen recogidas en el repertorio bibliográfico final por la desmesurada extensión que alcanza.

ocio. Se mueven entre el análisis del momento presente y la formulación de escenarios futuros.

Cuadro 1

Las ideologías en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
<p>El modelo de hombre, mujer y sociedad que se recoge en la propuesta política de ocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> — 1974. <i>Leisure Research and Policy</i>. I. Appleton — 1975. <i>Leisure and Public Policy</i>. J. Haworth & J. Parker (eds.) — 1975. <i>Leisure: Theory and Policy</i>. M. Kaplan — 1978. <i>Contemporary Society and the Growth of Leisure</i>. K. Roberts — 1980. <i>Recreation and Leisure</i>. T. Goodale & P. D. Witt — 1985. <i>Political Ideology and Leisure Policy in the UK</i>. I. Henry & P. Bramham — 1985. <i>The Devil Makes Work</i>. J. Clarke & C. Critcher — 1985. <i>Capitalism and Leisure Theory</i>. C. Rojek — 1986. <i>Leisure, the Local State and Social Order</i>. I. Henry & P. Bramham — 1988. <i>Research about Leisure</i>. L.A. Barnett & J. Brademas — 1988. <i>The Future of Leisure Services</i>. J. Benington & J. White — 1988. <i>Recreational Welfare</i>. F. Coalter, J. Long, & B. Duffield — 1988. <i>Political Dimensions of Leisure</i>. J. Kelly — 1988. <i>Politics and Leisure</i>. J. Wilson — 1989. <i>The Condition of Postmodernity</i>. D. Harvey — 1989. <i>Understanding Leisure</i>. L. Haywood & P. Bramham (eds.) — 1993. <i>Ways of Escape</i>. C. Rojek — 1993. <i>The Politics of Leisure Policy</i>. I. Henry — 1994. <i>Sport and Leisure in Social Thought</i>. G. Jarvie & J. Maguire — 1996. <i>Leisure Policies in Europe</i>. P. Bramham <i>et al.</i> — 2005. <i>50 Key Concepts in Leisure Studies</i>. D. Harris — 2005. <i>Issues in Recreation and Leisure. Ethical Decision Making</i>. D. McLean & D. Yoder

Fuente: elaboración propia.

TIEMPO Y ESPACIO

En el segundo apartado de clasificación que hemos establecido, contamos con otro importante grupo de obras que nos llaman la atención por la relevancia concedida a las variables tiempo y espacio. Son obras, consecuentemente, que centran su contenido en la interpretación de la evolución descrita por las Políticas de Ocio desde el inicio del proceso de industrialización hasta la segunda mitad del siglo xx. Casi de modo unánime se localizan en el mundo

anglosajón. En cuanto a las que son sensibles a las implicaciones espaciales presentes en toda política, las hay centradas en los espacios natural y rural, siendo también significativas las que abordan la cuestión urbana.

Cuadro 2

Lo temporal y lo espacial en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
<p>La evolución de las Políticas de Ocio en el tiempo</p>	<ul style="list-style-type: none"> — 1970. <i>The Quest for Excitement in Leisure</i>. N. Elias & E. Dunning — 1973. <i>Popular Recreations in English Society 1700-1850</i>. R. Malcolmson — 1978. <i>Leisure and Class in Victorian England</i>. P. Bailey — 1978. <i>Leisure and Society 1830-1950</i>. J. Walvin — 1980. <i>Leisure in the Industrial Revolution</i>. H. Cunningham — 1981. <i>The Culture of Consent</i>. V. de Grazia — 1986. <i>Workers at Play. A Social and Economic History of Leisure</i>. S. Jones — 2001. <i>Women's Leisure in England 1920-1960</i>. C. Langhamer — 2003. <i>Changing Times: Work and Leisure in Postindustrial Society</i>. J. Gershuny — 2003. <i>Leisure & Pleasure: Reshaping & Revealing the New Zealand Body 1900 1960</i>. C. Daley — 2004. <i>Leisure Enhancement</i>. M. Leitner & S. Leitner
<p>La interrelación que se produce entre Políticas de Ocio y espacio</p>	<ul style="list-style-type: none"> — 1973. <i>Urban Recreation Planning</i>. S.M. Gold — 1974. <i>Lan and Leisure</i>. C. Van Doren, G. Priddle & J. Lewis (eds.) — 1980. <i>In Pursuit of Leisure</i>. D. Mercer — 1986. <i>Ecology, Recreation and Tourism</i>. J. & A. Edgington — 1988. <i>Leisure, Recreation and Tourism in Inner Cities</i>. M. Jansen-Verbeke — 1989. <i>Leisure and Urban Processes</i>. P. Bramham et al. — 1989. <i>Developing Sport and Leisure: Good Practice in Urban Regeneration</i>. S. Glyptis & C. Pack — 1993. <i>Leisure and the Environment</i>. S. Glyptis (ed.) — 1994. <i>Leisure and the Environment</i>. J. Spink — 1999. <i>Outdoor Recreation Management</i>. J. Pigram & J. Jenkins — 2000. <i>Leisure and Tourism Landscapes: Social and Cultural Geographies</i>. C. Aitchison et al. — 2000. <i>Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical Knowledge</i>. D. Crouch

Fuente: elaboración propia.

NIVELES, SECTORES Y AGENTES

Hay un tercer grupo de obras que pueden ser clasificadas por la preeminencia concedida a los distintos niveles, sectores y agentes que intervienen en el diseño y puesta en marcha de las Políticas de Ocio. Observan el nuevo giro que las políticas públicas, desde distintos niveles de la administración, van tomando en las últimas décadas. Estudian el papel del mundo asociativo y del voluntariado. Presentan los rasgos que configuran el mercado y el sector privado con ánimo de lucro. Refuerzan la importancia que los deseos, las necesidades y los intereses de los ciudadanos tienen en la propia configuración de los servicios de ocio.

Cuadro 3

Los *Estudios sobre Políticas de Ocio*
según niveles, sectores y agentes

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
El papel de lo público y lo privado, del ánimo o no de lucro, de las personas físicas y jurídicas	<ul style="list-style-type: none">— 1979. <i>Leisure and the Role of Clubs and Voluntary Organizations</i>. A. Tomlinson— 1979. <i>The State and Leisure Provision</i>. A.J. Veal & A. Travis— 1979. <i>Leisure Provision and People's Needs</i>. M. Dower <i>et al</i>— 1985. <i>The Social Organisation of Leisure</i>. J. Bishop & P. Hoggett— 1986. <i>The Rationale for Public Sector Leisure Services</i>. F. Coalter & J. Long— 1987. <i>The State or the Market</i>. J. Wilson (ed.)— 1990. <i>The Politics of Professionalism: Consumers or Citizens?</i> F. Coalter— 1992. <i>Amateurs, Professionals and Serious Leisure</i>. R. Stebbins— 1993. <i>Leisure Policy: Supranational Issues in Europe</i>. I. Henry <i>et al</i>.— 1993. <i>Public Leisure and the Good Citizen</i>. N. Ravenscroft— 1999. <i>Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries</i>. A. Morrison <i>et al</i>.— 2004. <i>The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future</i>. C. Mathies— 2004. <i>Volunteering as Leisure/ Leisure as Volunteering</i>. R. Stebbins & M. Graham

Fuente: elaboración propia.

DERECHO Y NORMATIVA

Contamos con un cuarto grupo de obras y autores que podríamos agrupar en torno al uso de la norma y el derecho en el diseño de las Políticas de Ocio. La legislación es un instrumento necesario en la elaboración de políticas, como instrumento para garantizar el libre ejercicio y disfrute del ocio y para proteger el derecho al ocio de todos los ciudadanos. Este grupo de obras se ocupa del conocimiento: cuales son las leyes que nos afectan, cómo se usan, cómo pueden ser usadas, por qué son lo que son, los posibles efectos de modelos de leyes alternativas, etc.

Cuadro 4

La norma y el derecho en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
La garantía y la protección del derecho al ocio	— 1984. <i>Recreation and the Law</i> . V. Collins — 1985. <i>The Law of Public Leisure Services</i> . M. Scott — 1988. <i>Law and Leisure Services Management</i> . M. Scott — 1997. <i>Legislación y política social sobre ocio y discapacidad</i> . M. Cuenca <i>et al.</i> — 1997. <i>El derecho al ocio de las personas con discapacidad</i> . S. Gorbeña <i>et al.</i>

Fuente: elaboración propia.

PLANIFICACIÓN

Existe un quinto segmento de publicaciones que podemos agrupar en torno al papel concedido a la planificación en el proceso de diseño y elaboración de las Políticas de Ocio. Son obras que pueden o no aceptar su vinculación a la esfera de las políticas, cuyo vínculo es innegable, por el índice de puntos de coincidencia y fricción entre ambos conceptos. La planificación modela conceptos y directrices de las políticas, éstas, por su parte, tienden a formular elaboraciones en el tiempo a modo de planificación de escenarios futuros. Por eso, pueden presentarse de la mano en más de una obra y autor.

Cuadro 5

La planificación en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
El diseño de escenarios de futuro a partir de una idea del ser humano y la sociedad	<ul style="list-style-type: none">– 1969. <i>Planning for Leisure</i>. K. Sillitoe– 1976. <i>Leisure Resources: Its Comprehensive Planning</i>. J. Bannon– 1980. <i>Recreation Planning and Design</i>. S.M. Gold– 1983. <i>Recreation Planning and Management</i>. S. Lieber & D. Fesenmaier (eds.)– 1983. <i>Leisure and Recreation Management</i>. G. Torkildsen– 1985. <i>Master Plan Process for Parks</i>. C. Kelsey & H. Gray– 1987. <i>Leisure and the Future</i>. A.J. Veal– 1988. <i>Economics of Leisure Service Management</i>. C. Gratton & P. Taylor– 1989. <i>Understanding Leisure and Recreation</i>. E. Jackson & T. Burton (eds.)– 1990. <i>Management and Planning in the Leisure Industries</i>. I. Henry (ed.)– 1993. <i>Torkildsen's Guides to Leisure Management</i>. G. Torkildsen– 1997. <i>Leisure Management</i>. M. Collins & I. Cooper (eds.)– 2000. <i>Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism</i>. W. Gartner <i>et al.</i>– 2001. <i>Managing Environments for Leisure and Recreation</i>. R. Broadhurst

Fuente: elaboración propia.

Un sexto grupo de obras guarda relación con las Políticas de Ocio y el análisis de la gestión económica. Son estudios que van más allá del mero desarrollo de las técnicas de análisis económico y entran en el diseño de intervenciones público o privada en los ámbitos del ocio. El peso económico del ocio es creciente, la necesidad de analizar sus dimensiones también. La mayoría de los estudios de esta naturaleza encierran valoraciones y posiciones de marcado carácter político. Así como introducen el análisis de los beneficios que genera una intervención en el ocio.

Cuadro 6

El análisis de la gestión económica
en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
<p>La gestión económica de los recursos como decisión política</p>	<ul style="list-style-type: none"> — 1979. <i>Social and Economic Costs and Benefits of Leisure</i>. M. Talbot & R. Vickerman — 1980. <i>Financing, Managing and Marketing Recreation and Park Resources</i>. D. Howard & J. Crompton — 1983. <i>The Contribution of Economics to the Study of Leisure</i>. R. Vickerman — 1985. <i>Sport and Recreation: An Economic Analysis</i>. C. Gratton & P. Taylor — 1989. <i>Economic Models of Leisure and Its Impact</i>. R. Vickerman — 1991. <i>Government and the Economics of Sport</i>. C. Gratton & P. Taylor — 1993. <i>The Economic Evaluation of Output in Leisure Services</i>. M. Stebler & N. Ravenscroft — 1994. <i>The Economics of Leisure and Sport</i>. A. Cooke — 1996. <i>European Leisure Businesses: Strategies for the Future</i>. B. Eaton — 1999. <i>The Economics of Leisure and Tourism</i>. J. Tribe

Fuente: elaboración propia.

PROGRAMAS, SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS

Un séptimo enfoque sobre lo publicado en las últimas décadas tiene que ver con el triple concepto programas, servicios e infraestructuras. Dichos conceptos describen el contenido de las praxis política. El análisis, diagnóstico y evaluación de los mismos se convierte en el análisis, diagnóstico y evaluación de las políticas en cuanto proceso de implantación y actividad.

Cuadro 7

Los programas, servicios y equipamientos
en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
El análisis, diagnóstico y evaluación de la praxis política	<ul style="list-style-type: none">— 1971. <i>Measuring the Effectiveness of Local Government Services</i>. H. Hatry & D. Dunn— 1979. <i>Evaluation of Recreation and Parks Programs</i>. W. Theobald— 1988. <i>Leisure Services Year Book. 1988/89</i>. M. Clarke (ed.)— 1991. <i>Leisure Education Programm Planning</i>. J. Datillo & W. Murphy— 1991. <i>Managing Sport and Leisure Facilities</i>. P. Sayer— 1992. <i>Evaluation, Perfomance Measurement and Achievement of Objectives in the Public Sector</i>. T. Bovaird— 1992. <i>Leisure and Tourism Events Management and Organizational Manual</i>. D. Watt— 1997. <i>Leisure and Leisure Services in the 21st Century</i>. G. Godbey— 2001. <i>The Development and Management of Visitors Attractions</i>. J. Swarbrooke— 2003. <i>Service Quality in Leisure and Tourism</i>. C. Williams & J. Buswell— 2003. <i>Organization Behaviour for Leisure Services</i>. C. Lashley & D. Lee-Ross— 2004. <i>Managing Public Sport and Leisure Services</i>. L. Robinson

Fuente: elaboración propia.

GRUPOS Y COLECTIVOS SOCIALES

Finalmente, hemos de citar algunos textos de obligada referencia al encontrarse las Políticas de Ocio en estrecha vinculación con los perfiles, necesidades, intereses y elecciones de los diferentes grupos de edad existentes (infancia, juventud, adultos y mayores), género (mujeres y varones), poblaciones (minorías étnicas, marginados, etc.) o la comunidad en su conjunto.

Cuadro 8

Los Estudios sobre Políticas de Ocio y los grupos de edad, género, población y comunidad

Enfoque de los estudios	Obras, publicaciones y autores
<p>La consideración de los grupos de edad, género, población y comunidad en el diseño de las políticas</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 1975. <i>The Politics of Women's Leisure</i>. R. Deem – 1975. <i>Leisure and the Family Life Cycle</i>. R. & N. Rapoport – 1976. <i>Recreation and Leisure in New Communities</i>. R. Burby – 1977. <i>Recreation and Special Populations</i>. T. Stein & H. Sesoms – 1979. <i>Ethnic Groups and Leisure</i>. S. Kew – 1983. <i>Youth and Leisure</i>. K. Roberts – 1984. <i>Leisure in Later Life</i>. M. Bernard (ed.) – 1985. <i>Leisure Policy and Disadvantaged Groups</i>. I. Henry (ed.) – 1985. <i>Leisure Services with the Elderly</i>. J. Teaff (ed.) – 1988. <i>Relative Freedoms: Women and Leisure</i>. E. Wimbush & M. Talbot (eds.) – 1989. <i>Leisure and Unemployment</i>. S. Glyptis – 1990. <i>Women's Leisure, What Leisure?</i> E. Green, S. Hebron & D. Woodward – 1990. <i>Issues in Therapeutic Recreation: A Profession in Transition</i>. A. Compton (ed.) – 1990. <i>Special Recreation: Opportunities for Persons and Disabilities</i>. D. Kennedy, R. Smith & D. Austin – 1994. <i>Inclusive Leisure Services</i>. J. Datillo – 1994. <i>Community Leisure and Recreation. Theory and Practice</i>. L. Haywood (ed.) – 1995. <i>Leisure and Social Stratification</i>. K. Roberts (ed.) – 2000. <i>Leisure Education, Community Development and Populations with Special Needs</i>. A. Sivan et al. – 2003. <i>Gender and leisure: Social and Cultural Perspectives</i>. C. Aitchison – 2004. <i>Constructions of Disability: Researching Inclusion in Community Leisure</i>. C. Tregaskis

Fuente: elaboración propia.

Junto a lo reseñado hasta el momento, existe una larga serie de obras y autores sobre políticas centradas en algunos de los ámbitos del fenómeno. Una parte sustancial de dichos autores se definen como teóricos del ámbito, de modo soberano con respecto al fenómeno del ocio, pero otra parte nada desdeñable trabajan dicho ámbito en abierta interrelación con el fenómeno del ocio en su conjunto. Existe un importante número de autores vinculado, de modo específico, a la esfera de las políticas de la cultura, del deporte, del turismo y de la recreación, con conexión o no con las Políticas del Ocio. No es el momento de profundizar en las mismos, pero si deben ser tenidos en cuenta.

A modo de conclusión

Como consecuencia de lo expuesto anteriormente podemos extraer algunas conclusiones generales sobre el estado de los *Estudios sobre Políticas de Ocio*, que pasamos a comentar:

1. Percibimos la no excesiva presencia de estudios globales sobre Políticas de Ocio. En la mayoría de los casos tratan el fenómeno del ocio en general. Son muchos los artículos y monografías dedicadas a uno de los ámbitos del ocio (cultura, turismo, deporte o recreación), que si bien deben ser considerados, no abordan el fenómeno con carácter integral. De la misma manera que existen publicaciones dedicadas a la sociedad o comunidad en su conjunto o a un grupo de edad-población, como por ejemplo juventud o mujer, en las que se abordan de modo tangencial las Políticas de Ocio.
2. Hay una clara evolución, en las últimas décadas, desde monografías enciclopédicas sobre el ocio, en las que se abordan aspectos vinculables a políticas, hacia obras dedicadas a esta última materia en exclusiva. Si bien se mantiene una línea de trabajos que tienden a integrar y mezclar ensayos sobre teoría del ocio, políticas, planificación, gestión y/o educación.
3. La perspectiva nacional, identificada en la mayoría de los casos con los límites de los estados, prevalece sobre aproximaciones transnacionales. Los estudios que pretenden alcanzar la naturaleza de internacionales, tienden a ser meros solapamientos de estudios nacionales unidos bajo una misma edición. Cuando finalmente se logra acceder a un trabajo transnacional⁹, partiendo siempre de apor-

⁹ En este sentido, debemos recoger la obra editada conjuntamente con Ian P. HENRY, Peter BRAMHAM, Hans MOMMAAS y Hugo VAN DER POEL (eds.), *Leisure Policies*

taciones nacionales, la lectura conjunta deriva hacia una excesiva influencia anglosajona en los análisis y diagnósticos. Dicha influencia se observa en las fuentes teóricas sobre las que se soporta, las metodologías utilizadas y el grueso de los casos a los que se hace referencia. La transnacionalización del pensamiento en los *Estudios sobre Políticas de Ocio*, como ocurre en general, sigue siendo mediatizada por el *core group* editor anglosajón.

4. Los temas actuales que preocupan a los *Leisure Studies* tiran de los artículos y monografías de Políticas de Ocio en idéntica dirección. Dentro de los que destaca, como tema clave, la influencia de los cambios en curso (globalización) y sus consecuencias en: las relaciones entre los diversos niveles de intervención, el papel de los diferentes sectores y agentes, la regulación y desregulación del fenómeno, los procesos de participación y la provisión de programas y servicios de ocio.
5. Podríamos identificar algunos temas específicos que, vinculados o no a la cuestión anterior, ocupan la investigación en Políticas de Ocio en la última década: modelos y teorías para el análisis, evolución histórica de las políticas, el mundo de las ideologías, las teorías de estado, las relaciones centro-periferia, el concepto *poder*, el análisis de *necesidades, demandas o intereses*, el problema de la profesionalización, la toma de decisiones, las técnicas e indicadores de evaluación de políticas.

Si difícilmente podemos, en torno a los *Estudios de Ocio*, elaborar un discurso continuado y coherente a lo largo del último siglo, resultándonos complejo realizarlo en relación con las Políticas como objeto de estudio de los *Leisure Studies*, más complicado resulta hacerlo en relación con la presencia de las políticas como tema de investigación en los *Estudios de Ocio*, en castellano. Con respecto al período anterior a la Guerra Civil, la escasa literatura referida al problema del ocio, lo aborda en el conjunto de un análisis profundo de la estructura social y de las

in Europe, CAB International, Wallingford, 1993. En la misma colaboran un amplio número de autores de la Europa occidental, meridional, oriental, septentrional y central. En la misma, se recogen artículos monográficos sobre nueve realidades estatales y dos aproximaciones a las Políticas de Ocio en Europa: G. Pujol (Francia) H. van der Poel (Holanda), H. Olson (Suecia), I. Henry y P. Bramham (Reino Unido), W. Nahrsstedt (Alemania), J. González (España), F. Papageorgiou (Grecia), B. Jung (Polonia) y J. Riordan (Unión Soviética). Uno de sus atractivos reside en el análisis transnacional realizado, por encima de lo que supone un mero solapamiento de acotaciones con una patina internacional, recogido en el capítulo final (*Leisure Policy: Supranational Issues in Europe*, pp. 231-254).

vivencias que habían alejado a España de la modernidad. Este análisis es vertebrado en torno a una lectura idealista de los procesos, con influencias neokantianas, fenomenológicas, krausistas o humanistas, o en torno a una interpretación empírica de la realidad, con afinidades positivistas o sociológicas. En ningún caso, a pesar del componente profundamente político de las obras de la época, podemos atisbar una monografía o un artículo considerable como pionera en el campo de las Políticas de Ocio en España. Tras la Guerra Civil, la primera etapa, hasta el inicio del desarrollismo de los sesenta, no aporta nada nuevo en este sentido. El objeto de interés continúa siendo la sociedad y sus problemas, pero ahora, con mayor motivo, alejada de vías de solución que implicarían cambios políticos. La estrechez del campo de juego ideológico no oxigena precisamente a los intelectuales del período. El ocio no es un elemento preferencial y, consiguientemente, las políticas dentro del conjunto todavía menos. La apertura socioeconómica, que se inicia en los sesenta, supone un fermento para el análisis de la realidad social, dentro de la que el fenómeno del ocio es creciente. Las políticas, desde la esfera de las ideologías, empiezan a ocupar un tímido lugar entre las cuestiones a estudiar por los autores de este período. En algunos casos, cerrando el círculo de la lógica del Régimen en vertiente más tecnocrática, como queda patente en obras de Gonzalo Fernández de la Mora o Carlos Robles Piquer. En otros, defendiendo un planteamiento humanista, incómodo con las formas del Régimen, tal y como observamos en la obra de Jose M.^a Cagigal o Pedro Laín Entralgo. En un tercer grupo, en abierta crítica con las ideas del Régimen, como por ejemplo J.L. López Aranguren, Enrique Tierno, Ramón Gubert, Manuel Castells o Mario Gaviria. La transición democrática no sólo supone la democratización institucional y social, también supone la inclusión de lo político en el abierto discurso académico. Sin embargo, nuestra búsqueda de monografías o artículos centrados en el estudio de las Políticas de Ocio, como tales, vuelve a fracasar. Nos vemos obligados a iniciar una recapitulación a partir de las investigaciones y trabajos dedicados al estudio de las políticas en la cultura, en el deporte, en el turismo o dirigidas a grupos de edad o población concretos (juventud, mujer, etc.) para lograr reunir un mínimo de elementos de juicio y valoración suficientes.

Al igual que, en lo señalado para el caso de los *Leisure Studies*, renunciamos a hacer una presentación de lo publicado sobre las Políticas Sectoriales, puesto que nos derivaría a más de un artículo. Por otro lado, los estudios sobre Políticas Sectoriales se encuentran más avanzados. Por ambos motivos, hemos optado por no incorporar los, emplazándonos a posteriores trabajos de investigación sectorial.

Bibliografía

- BARDES, B. y DUBNICK, M. (1980): «Motives and Methods in Policy Analysis», en NAGEL, S. (ed.): *Improving Policy Analysis*, Beverly Hills: Sage.
- BRAMHAM, P. y HENRY, I. P. (1985): «Political Ideology and Leisure Policy in the United Kingdom», *Leisure Studies*, vol. 4, n.º 1, pp. 1-20.
- BURTON, T.L. (1982): «A framework for leisure policy research», *Leisure Studies*, vol. 1, n.º 3, septiembre
- HALL, S. y TAYLOR, P. (1996): «The Political Sciences and the three New Institutionalisms», en *Political Studies*, vol. 44, núm. 5.
- HENRY, I. P. (1993): *The Politics of Leisure Policy*. Londres: MacMillan.
- HENRY, I.P., BRAMHAM, P., MOMMAAS, H. y VAN DER POEL, H. (1993): *Leisure Policies in Europe*. Wallingford: CAB International.
- HOGWOOD, B. y GUNN, L. (1984): *Analysis in the Policy Process*. Oxford: Oxford University Press.
- LANE, J.E. (1993): *The Public Sector. Concepts, Models and Approaches*. Londres: Sage.
- PARSONS, W. (1995): *Public Policy. An Introduction to the Theory and Practice of Policy Analysis*. Chetelham: Edward Elgar.
- PÉREZ SÁNCHEZ, M. y CUETO, C. (1998): «Análisis de la Política Social», en ALEMÁN, C. y GARCÉS, J., *Política Social*. Madrid: McGraw-Hill.
- ROJEK, C. (1985): *Capitalism and Leisure Theory*. Londres: Tavistock.
- SAN SALVADOR DEL VALLE, R. (2000): *Políticas de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- VEAL, A.J. (1987): *Leisure and Future*. Londres: Allen & Unwin.
- VEAL, A.J. (1992): *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. Londres: Longman.
- VEAL, A.J. (1994): *Leisure Policy and Planning*. Londres: Longman.

Capítulo 10

Sociología del ocio

María Luisa Setién Santamaría

Introducción

Desde sus inicios, intentando comprender el nacimiento y desarrollo del mundo occidental moderno derivado de la industrialización, la sociología se ha dedicado a estudiar la vida social de las personas, de los grupos y sociedades, como nos señala Anthony Giddens (1992) en su manual de Sociología. Su interés se centra en analizar y comprender este mundo, nuestra sociedad y sus tendencias. Para ello, además de tratar cuestiones sobre cómo suceden las cosas y cómo han ido evolucionando, también intenta responder a preguntas sobre por qué suceden las cosas, procurando dar interpretaciones teóricas que ayudan a explicar diferentes situaciones empíricas que se producen en las relaciones sociales entre personas, grupos y sociedades.

Siendo el ocio un producto humano, constituyente de la cultura, la sociología no podía, ni puede, dejar de tratar un fenómeno que afecta a las personas, los grupos y las sociedades. Y así, en este artículo intentamos, por una parte, dar un breve recorrido histórico a la rama de la sociología denominada Sociología del Ocio, para mostrar sus antecedentes, nacimiento y desarrollo. Así, el primer punto se centra en cómo en Estados Unidos y en Europa fue creándose el caldo de cultivo que produciría la aparición y el desarrollo de esta área de la Sociología, mientras que el segundo punto tratará más bien de dejar patente los problemas a los que se enfrenta aún la sociología del ocio, así como algunos de los logros obtenidos, que dan pistas sobre cómo puede desarrollarse en el futuro.

La tercera parte del artículo, más extensa, va a tratar de establecer, desde el prisma de la sociología, una caracterización del ocio actual y de

sus tendencias de cambio más recientes, con la idea de hacer una especie de diagnóstico de la situación de un fenómeno que ha ido ocupando un lugar más central en los valores y modos de vida de las sociedades desarrolladas de nuestro tiempo.

La sociología del ocio: nacimiento, antecedentes y desarrollo

Las primeras encuestas y trabajos de campo relacionadas con el ocio datan de hace casi 100 años y, su desarrollo en las ciencias sociales se produce a partir del final de la II Guerra Mundial (Muñoz Mira, 1983). Actualmente la Sociología del Ocio es un área consolidada dentro de la Sociología, en la cual realizan su actividad muchos equipos de investigadores, en la que se editan numerosas publicaciones regulares y en la que se organizan distintos eventos científicos específicos cuyo fin es el encuentro e intercambio entre los especialistas de los aspectos teóricos, metodológicos y empíricos que tienen que ver con el ocio en la sociedad.

Desde un punto de vista científico, Norteamérica ha aportado obras sobre el ocio moderno de autores como Thorstein Veblen con su *Teoría de la clase ociosa*, escrita en 1899 y David Riesman que publicó en 1948 su libro *La muchedumbre solitaria*, que tuvo gran repercusión en el desarrollo de la sociología del ocio moderna. Sin embargo, fue en Francia donde Paul Lafargue, en 1883, escribió el primer manifiesto a favor del ocio de los trabajadores, que tituló *El derecho a la pereza*. En esa época del siglo XIX, y desde las ideas socialistas, el ocio era considerado un privilegio de clase y condenado como traba para el progreso social, al pensar que dedicarse al ocio constituía un obstáculo, ya que no aportaba contribución alguna al trabajo necesario para desarrollar la sociedad. Los ociosos tenían la consideración de parásitos y la crítica del ocio formaba parte de la crítica general del sistema capitalista. Estas ideas van transformándose, de modo que para los años que preceden a la I Guerra Mundial se va difundiendo la consideración de que el ocio podía constituir una gratificación en relación con el trabajo.

Pero va a ser la idea de que el ocio constituye una esfera de la existencia distinta del trabajo, donde las personas tienen más posibilidades de realizarse, la que está en el origen y la difusión de la moderna sociología del ocio a mediados del siglo XX. La obra de Riesman arriba mencionada es la que extendió por primera vez esta concepción del ocio, positiva e independiente de otras esferas de la vida. Riesman y sus colegas, desde el Centro de Estudios de Ocio de Chicago, contribuyeron a la difusión de la sociología del ocio, que llega a Europa en los años 50 y más tarde, en la década de los años 1960, se extiende a los países del Este de Europa.

La sociología del ocio europea se convierte en muy activa a partir de los años 1950, cuando el sociólogo francés Georges Friedmann sostiene que es ilusorio hacer del trabajo la fuente de realización humana y que para compensar las alienaciones que se viven en el trabajo es necesario el ocio. A partir de esos momentos, gracias a la organización de numerosos encuentros internacionales y al apoyo de la UNESCO para crear centros de investigación, que llevan a cabo varias encuentros internacionales sobre presupuestos de tiempo y ocio, la sociología del ocio se constituye en rama específica de la Sociología, proviniendo de la sociología industrial o sociología del trabajo y Georges Friedmann es uno de sus fundadores.

Para 1966, el Grupo Internacional de Ciencias Sociales y del Ocio que había nacido años atrás como consecuencia de la reunión de algunos sociólogos interesados en el problema del ocio durante el III Congreso Internacional de Sociología celebrado en 1956 en Amsterdam, se transforma en Comité Internacional de Ocio, dentro de la Asociación Internacional de Sociología. Dicho Comité reunía a conocidos sociólogos pertenecientes a diversos países de distintos continentes, que reflejaba la dimensión planetaria del fenómeno del ocio. Poco a poco, a lo largo del siglo XX la sociología del ocio fue diversificando sus contenidos y multiplicando las investigaciones y publicaciones sobre el tema.

Resultados obtenidos y problemas pendientes de la sociología del ocio

En este recorrido casi centenario, la sociología del ocio ha ido cosechando algunos éxitos entre los cuales cabe citar, siguiendo a Godberg (1988), el hecho de que se ha convertido en una especialidad académica, de modo que hoy existen cursos de sociología del ocio en cientos de universidades y centros de enseñanza superior de todo el mundo. Esta aceptación institucionalizada prueba que existe una amplia investigación y reflexión que han permitido desarrollar conceptos, aplicaciones metodológicas y explicaciones teóricas en torno al fenómeno del ocio, respondiendo a cuestiones sobre:

- Hechos y situaciones empíricas relacionados con el ocio: Cómo están sucediendo las cosas en relación con el ocio. Cómo es el ocio familiar; el turismo; el deporte; los presupuestos de tiempo en la vida cotidiana; gastos en ocio; contribución del ocio al desarrollo económico; la participación en actividades de ocio y características de los participantes; motivación, satisfacción y barreras a la participación en el ocio.
- Comparación de distintas facetas que presenta el fenómeno del ocio en distintos contextos, grupos y sociedades. El ocio en los distintos grupos de edad; subculturas de ocio; ocio y jubilación; ocio y eta-

pas de trabajo; relaciones entre ocupaciones y tipos de ocio; ocio y género; estilos de vida y ocio.

- Evolución y cambios ocurridos en relación con aspectos del ocio. Comprensión de la naturaleza del ocio actual en relación con tiempos anteriores y conocimiento de la dirección que toman los principales procesos de cambio. Tendencias históricas sobre el tiempo de trabajo y el tiempo de no trabajo; el ocio a lo largo del ciclo de vida; orientaciones de valores expresadas en el ocio; tendencias de vacaciones; cambios en los intereses de ocio; socialización y conductas de ocio.
- Interpretación sobre explicaciones teóricas, o generalizaciones abstractas relacionadas con el fenómeno del ocio y las diferentes situaciones empíricas que se constatan. Desde las tres perspectivas teóricas principales que ha desarrollado la sociología también se dan explicaciones integrando el ocio.
 - Desde la teoría funcionalista, que concibe la sociedad como un sistema integrado de instituciones que cambian de forma evolutiva, el ocio puede ser considerado como otra institución más, que responde a una necesidad humana que ha ido desarrollando su potencial en las sociedades industriales avanzadas y que está contribuyendo en su desarrollo a la función de integración social.
 - Desde la teoría crítica, que se centra en las divisiones en la sociedad, compuesta por segmentos con intereses en conflicto y cuyas manifestaciones conflictivas son las que generan los cambios sociales, el ocio en cuanto a tipo de actividades, tiempo y recursos disponibles para su realización es una manifestación de la división social entre los grupos que tienen poder y los dependientes; también el ocio sería utilizado para legitimar los intereses de los estratos dominantes.
 - Desde la teoría del interaccionismo simbólico, que se centra en la interpretación de los actores en las interacciones sociales y el sistema de símbolos construídos, que va renovándose constantemente, el ocio conlleva unas interacciones sociales que contribuyen a la identificación de los participantes y a la introyección de un sistema de símbolos compartidos basados en las actividades de ocio. Desde esta orientación, el ocio es factor de identidad social.

A pesar de este camino de resultados visibles obtenidos, en la sociología del ocio permanecen aún algunas sombras que deberán ir despejándose:

- Una conceptualización aún dispersa. Los estudios sociológicos del ocio han adoptado distintos tipos de conceptos de ocio, definiendo con gran variabilidad el fenómeno. Esta situación ha abocado a un gran conocimiento de situaciones, con información muy amplia y

- también a una especialización muy concreta en algún aspecto del ocio, como puede ser el deporte.
- Dificultades para desarrollar metodologías utilizando unidades de medida comunes. La diversidad de tratamiento conceptual del ocio ha conducido a una escasez de desarrollo de medidas por la discusión entre la consideración del ocio como elemento subjetivo (sentimiento) u objetivo (actividad realizada; tiempo dedicado); a la no disponibilidad de una taxonomía científica de actividades de ocio; a la dificultad de llegar a significados externos para acceder al sentimiento subjetivo generado por la participación en el ocio.
 - Escasez de recursos económicos para la investigación, derivados de la idea de que el ocio no es el asunto más importante sobre el que la sociedad debe de investigar, o del prejuicio de que el ocio es un asunto baladí, sin comprender que el ocio responde a una necesidad humana universal, que va adoptando distintas formas en las distintas sociedades y tiempos, que es un elemento de integración social que contribuye a la cohesión y a la identidad colectiva. Esta escasez de recursos ha conducido a veces, según Godberg (1988), a dedicar tiempo de investigación a temas de escasa relevancia, que no ayudaban especialmente al desarrollo de la disciplina, pero que tenían financiación porque interesaban a algún departamento de la administración pública o a determinadas empresas.

En este balance entre luces y sombras que presenta la sociología del ocio, el futuro se presenta prometedor, porque hay algunos signos que van a contribuir a su mayor desarrollo. Entre éstos cabe mencionar, siguiendo a Ruiz Olabuénaga (1994), el hecho de que hasta ahora, nunca ha habido una oferta de formas de ocio tan intensa y tan extensa; nunca ha habido una dotación personal tan surtida para acceder a esta oferta; nunca ha habido tanto tiempo institucionalmente liberado de tiempo de trabajo; nunca ha habido una definición tan liberadora de la iniciativa individual para entregarla incondicionalmente al ocio y, finalmente, nunca ha habido tanta valoración-legitimación cultural del ocio como ahora. Ante este panorama halagüeño, conviene poner en evidencia cómo se caracteriza el ocio actual desde el análisis sociológico, aspecto al que está dedicado el punto siguiente.

El ocio actual. Cambios y tendencias recientes

Las pautas de ocio han ido cambiando en el tiempo, tanto en su forma de organización social como en sus manifestaciones más características. La sociedad postindustrial, al igual que antes lo hizo la industrial y

previamente la preindustrial, ha impuesto progresivamente sus modos de organización, en los cuales también se ve involucrado el ocio. Además, el estilo de vida propio de este sistema social continúa evolucionando hacia formas siempre nuevas, con lo cual los estilos de ocio también lo van haciendo. Este apartado es fruto del análisis, tanto de los aspectos del ocio relacionados con los modos de organización social postindustrial, como de los estilos de ocio y las tendencias de cambio de los mismos que se están observando en el tiempo y que resumo en los siguientes puntos:

El tiempo medio de ocio está disminuyendo

La globalización de las actividades económicas está conduciendo a un cambio en los modos de organización del trabajo. Actualmente en Occidente, en relación con la situación que se vivía hace 25 años, se ha dejado de debatir el tema de la disminución del tiempo de trabajo y se ha detenido o se ha revertido el proceso que ya se había en marcha en algunos países, como en Francia con la ley de las 35 horas semanales. Los jóvenes que han ido ocupando los puestos de trabajo dejados por los anteriores trabajadores, o que trabajan en las nuevas empresas que se han ido creando, permanecen habitualmente en las empresas durante muchas horas, empezando su jornada laboral pronto por la mañana y terminándola tarde, a veces por la noche, independientemente de las horas de trabajo marcadas en el contrato firmado. Las mujeres que se han incorporado masivamente a la población ocupada durante esos años están involucradas también en esta corriente.

La consecuencia de este proceso de incremento de las horas de trabajo, junto al crecimiento de la población ocupada, es que la cantidad de tiempo medio social disponible para el ocio está disminuyendo¹. Esto ocurre a pesar de que el aumento de la longevidad ha contribuido a la existencia de un número creciente de personas adultas y mayores que están fuera del empleo y que, como jubiladas y prejubiladas, disponen de cantidades importantes de tiempo de ocio. Tomando como ejemplo lo ocurrido en Euskadi — muestra de una sociedad occidental con un nivel de desarrollo ligeramente por encima de la media de la Unión Europea— la disminución de los tiempos destinados a actividades de ocio es patente en la década transcurrida en el paso del siglo XX al XXI. Entre los años 1993 y 2003, momento entre la

¹ Al análisis de esta tendencia de disminución del tiempo para el ocio y a las actividades que desarrollan aquellos grupos con menores disponibilidades está dedicada la publicación *El ocio de la sociedad apresurada: el caso vasco*, que yo misma, junto con Arantza López, realizamos en el año 2000. Setién, ML y López, A. (2000).

primera y la última Encuesta de Presupuestos de Tiempo de EUSTAT, realizada en el ámbito de la C.A. de Euskadi con una muestra de 5.000 familias, el tiempo medio destinado al conjunto de las categorías: vida social, ocio activo y deportes y ocio pasivo ha disminuido una media de 33 minutos diarios en una década (Tabla 1). Paralelamente, los tiempos de trabajo y formación, de trayectos y de cuidados a personas del hogar —consecuencia del aumento de personas mayores dependientes— ha aumentado 26 minutos de media diaria en el mismo periodo temporal entre 1993 y 2003. Y si nos centramos en los participantes, es decir en los que realmente hacen una actividad determinada, el tiempo medio dedicado a actividades que pueden calificarse de ocio (vida social, ocio activo y deportes y ocio pasivo) se ha recortado en cada uno de estos apartados.

Tabla 1

Tiempo medio social y tiempo medio por participante (en hh:minutos) según tipo de actividades. Euskadi. 1993-2003

	Tiempo medio social		Evolución	Tiempo medio por participante		Evolución
	1993	2003		1993	2003	
Necesidades fisiológicas	11.25	11.50	+ 0.25	11.25	11.50	+ 0.25
Trabajo y formación	3.09	3.23	+ 0.14	6.39	6.58	+ 0.19
Trabajos domésticos	2.41	2.23	- 0.18	3.29	3.02	- 0.27
Cuidados a personas del hogar	0.19	0.21	+ 0.02	1.34	1.46	+ 0.12
Vida social	1.11	0.58	- 0.13	2.04	1.50	- 0.14
Ocio activo y deportes	1.10	1.17	+ 0.07	2.15	2.09	- 0.06
Ocio pasivo	3.06	2.39	- 0.27	3.19	2.54	- 0.25
Trayectos	0.58	1.08	+ 0.10	1.19	1.27	+ 0.08
Total horas	24.00	24.00				

Fuente: Elaboración propia en base a datos del EUSTAT. *Encuesta de Presupuestos de Tiempo*.

La distribución del tiempo de ocio es muy desigual

Las desigualdades en el ocio son patentes. Existe una relación directa entre algunas variables como el sexo, la edad o el nivel de estudios y la disponibilidad de tiempo de ocio. Los hombres tienen más ocio que las mujeres; a medida que se tiene más edad, también se disfruta de más tiempo

de ocio y a mayores niveles educativos se corresponden menores tiempos para realizar actividades de ocio.

Sin embargo, el examen de los usos del tiempo de ocio relacionándolos con la actividad económica de las personas proporciona una buena información sobre las desigualdades existentes en relación con la distribución de los usos del tiempo en la sociedad. Por una parte, estar ocupado en una actividad remunerada o estar estudiando —que ocupan mucho del tiempo obligado de la jornada— y por otra parte, estar jubilado o desempleado a la búsqueda de trabajo —que deja mucho tiempo libre—, produce diferencias entre las personas, especialmente en los tiempos de ocio. Así, si establecemos una jerarquía en función de la mayor o menor disponibilidad de tiempo para la realización de las actividades de ocio, se hacen rápidamente evidentes estas diferencias, en las que también interviene el sexo junto a la actividad (Tabla 2). Como tendencia general, los ocupados y los estudiantes son los grupos que aparecen con menores disponibilidades de tiempo libre, frente a jubilados y desempleados, quedando las personas dedicadas a labores del hogar en una posición intermedia. Pero esta tendencia general se modifica bastante cuando introducimos la variable sexo. En ese caso se aprecia que de las nueve categorías consideradas, las dos primeras, con menos tiempo libre, corresponden a mujeres —ocupadas y estudiantes— mientras que las dos últimas, con mayores tiempos libres, corresponden a varones —jubilados y parados—.

Además y sin excepción, las mujeres de una determinada actividad tienen menos tiempo de ocio que los hombres de su misma actividad. Por ejemplo, los hombres ocupados —en el tercer puesto con menos tiempo libre— disponen de más tiempo de ocio que las mujeres ocupadas. Las distancias mayores entre hombres y mujeres en la realización de actividades de ocio se encuentran entre las personas en desempleo. Ellos tienen más de cuatro horas de tiempo medio social usado en actividades de ocio que ellas. Por el contrario, las distancias menores se dan entre mujeres y hombres que ya han alcanzado la jubilación; los varones con 38 minutos más tiempo de ocio que las mujeres jubiladas. Los ocupados/as y los/as estudiantes tienen unas diferencias entre hombres y mujeres bastante similares. Casi una hora de diferencia entre ocupados y un poco más entre estudiantes. Como en la encuesta no aparecen varones que se dedican a las labores del hogar, no es posible compararlos con los tiempos de las mujeres con este tiempo de ocupación.

Internamente, las desigualdades entre los distintos tipos de hombres y las desigualdades que se producen entre los distintos tipos de mujeres son similares. Así, comparando sólo los hombres de distintas ocupaciones entre sí por un lado, y sólo las mujeres entre sí por otro, se hace evidente que las distancias en las cantidades de tiempo de ocio entre los hombres son

Tabla 2

Jerarquía de disponibilidad de tiempo para el ocio y la participación social, según la relación con la edad, el nivel de estudios, la actividad y el sexo.

Euskadi. 2003. En hh:mm

Actividad y sexo	Tiempo medio social en actividades de ocio y de participación social*	
Mujeres	4.20	
Varones	5.07	
< 34 años	3.52	
35-59 años	4.10	
> 60 años	6.29	
Estudios Superiores	3.57	
Estudios Medios	4.14	
Estudios Primarios	5.21	
Mujeres ocupadas	3.00	
Mujeres estudiantes	3.48	
Hombres ocupados	3.59	
Mujeres paradas	4.30	
Hombres estudiantes	4.59	
Mujeres Labores del hogar	5.19	
Mujeres jubiladas	7.06	
Hombres jubilados	7.44	
Hombres parados	8.05	
Diferencia entre hombres ocupados y mujeres ocupadas		
Mujeres ocupadas	3.00	0.59
Hombres ocupados	3.59	
Diferencia entre hombres estudiantes y mujeres estudiantes		
Mujeres estudiantes	3.48	1.11
Hombres estudiantes	4.59	
Diferencia entre hombres parados y mujeres paradas		
Mujeres paradas	4.30	3.35
Hombres parados	8.05	
Diferencia entre hombres jubilados y mujeres jubiladas		
Mujeres jubiladas	7.06	0.38
Hombres jubilados	7.44	
Diferencia entre los hombres con menos y con más tiempo libre		
Hombres ocupados	3.59	4.06
Hombres parados	8.05	
Diferencia entre las mujeres con menos y con más tiempo libre		
Mujeres ocupadas	3.00	4.06
Mujeres jubiladas	7.06	

* Las actividades incluidas corresponden a las categorías de: Semi-ocios, Recepciones y salidas, Ocio activo y deportes, Ocio pasivo, Participación religiosa y Participación cívica que aparecen en la Encuesta de Presupuestos de Tiempo

Fuente: EUSTAT. Encuesta de Presupuestos de Tiempo 2003.

similares que entre las mujeres. A los hombres parados les separan 4 horas y 6 minutos de uso de tiempo de ocio más que los hombres ocupados. A las mujeres jubiladas —las que más tiempo libre disponen— les separan igualmente 4 horas y 6 minutos de las mujeres ocupadas —las que disponen de menos tiempo libre—.

El ocio es un valor en alza

La valoración social del ocio está mejorando constantemente. No solamente aparecen pocos rastros del significado negativo que en algún momento se le daba, dentro de la tradición calvinista que dio lugar a la «ética del trabajo», sino que ha pasado a ser considerado un elemento del bienestar social e individual, un componente indispensable para posibilitar una mejora de la calidad de vida. Hoy, la extensión del fenómeno del ocio va estrechamente unido a ciertos valores cada vez más difundidos en nuestra sociedad. El ocio suele aparecer asociado a valores de disfrute, de libertad personal, de creatividad y de autorrealización que parecen apuntar a un cambio en las preferencias colectivas y en los sistemas de valores. Las antiguas motivaciones de prestigio, ascenso social y seguridad económica, que dominaron las décadas de crecimiento económico, están dando paso lentamente a una nueva corriente donde el elemento principal es el individualismo. Este rasgo se manifiesta en numerosas actitudes que van desde la autosuficiencia y la satisfacción individual hasta el desarrollo de nuevas ideas y del potencial creativo de las personas. También se relaciona con la consecución de unas relaciones personas más satisfactorias, con la libertad de elección, la diversidad de culturas y con el disfrute del propio tiempo.

Una manifestación del papel central del valor del ocio en la vida, aparece en las encuestas de opinión. Así, la Encuesta Europea de Valores refleja que en la sociedad de la Comunidad Autónoma del País Vasco y Navarra, a lo largo de la década que va desde 1990 a 1999, de una lista de valores, el ocio ocupa un lugar destacado en la vida de las gentes, y su importancia está siendo creciente (Setién, 1996; 2002). Se consideran más importantes que el ocio, la familia, los amigos y el trabajo, aunque este último va decreciendo en importancia para la vida de las personas (Tabla 3). Claramente distanciados en cuanto menos importantes que el ocio, aparecen la religión y la política.

Teniendo en cuenta únicamente el porcentaje de personas que ha respondido que el ocio es un aspecto de la vida que consideran «muy importante», esta cifra ha aumentado mucho en los últimos años. Si en 1995 un 38% así lo consideraba, en el año 1999 el grupo había crecido hasta el 48% (Gráfico 1) y sumando los que decían muy importante y bastante importante, la

Tabla 3

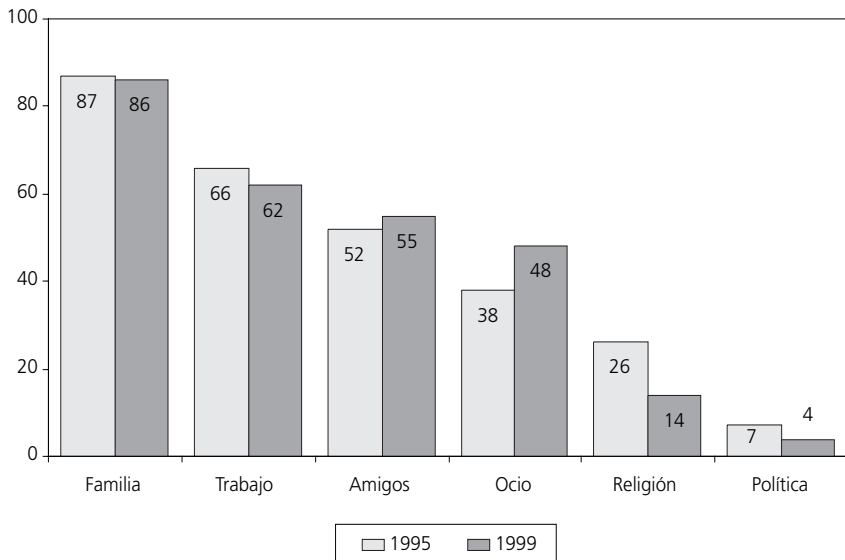
Grado de importancia de los siguientes aspectos de la vida.
CAV y Navarra. 1990, 1995, 1999. Puntuaciones medias
(entre 1 = nada importante y 4 = muy importante)

	1990	1995	1999
Familia	3,80	3,85	3,84
Trabajo	3,57	3,55	3,54
Amigos	3,41	3,43	3,50
Tiempo libre, Ocio	3,25	3,24	3,39
Religión	2,47	2,56	2,31
Política	1,81	2,05	1,88

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la *Encuesta Europea de Valores*.

Gráfico 1

Aspectos de la vida que se consideran «Muy importantes»
CAPV y Navarra. 1995-1999. En Porcentajes



Fuente: *Encuesta Europea de Valores, 1995 y 1999*.

cifra, que en 1995 representaba un 88% de los encuestados, en 1999 llegaba al 91% de los que respondieron en el País Vasco y Navarra a la Encuesta Europea de Valores. Esto solamente constituye una demostración de cómo el ocio va convirtiéndose en un valor en alza.

Existe asimetría en las actividades de ocio

Las distintas actividades de ocio que se realizan no tienen el mismo peso. Hay ciertas actividades que son práctica habitual en la vida cotidiana, y se hacen todos o casi todos los días. Y dentro de ellas, a unas se les dedica mucho tiempo y a otras poco. Por el contrario, existen otras que son más propias de algún día a la semana, como por ejemplo las que se realizan durante el fin de semana y por fin, hay actividades que son esporádicas y sólo las hacemos alguna vez al mes o en el año. Por ese motivo las actividades de ocio son asimétricas en cuanto al tiempo y la dedicación que les prestamos las personas.

Jerarquizando en una jornada el tiempo medio social que ocupa cada actividad se hace patente esta asimetría a la que nos referimos. Volviendo al ejemplo de Euskadi, según la Encuesta de Presupuestos de Tiempo, los mayores tiempos de ocio se usan en ver y escuchar los medios de comunicación de masas, ver la televisión y escuchar la radio son los ocios más frecuentes en cuanto al tiempo que ocupan (Tabla 4). También al paseo se dedica un tiempo medio diario importante. En el extremo opuesto, los tiempos diarios para participación en actividades voluntarias en asociaciones o para la práctica de aficiones es bastante reducido.

Se modifica el equilibrio entre las dimensiones del ocio

Las cinco dimensiones del ocio que distingue Manuel Cuenca (2000), a saber: lúdica, ambiental-ecológica, creativa, festiva y solidaria están modificando sus equilibrios en esta sociedad. «La *dimensión lúdica* se refiere al modo en que una comunidad vive y asume el tema de la diversión y el juego... Se corresponde también con el mundo de los hobbies y entretenimientos generalizados.... La *dimensión creativa* alude a experiencias culturales de ocio, unidas tradicionalmente al desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folklóricas, etc... La *dimensión ambiental-ecológica* se relaciona con el entorno físico urbano de la comunidad y, por otro lado, con la vivencia de ocio unida a la Naturaleza... La *dimensión festiva* hace referencia a la fiesta como manifestación extraordinaria de ocio... Finalmente, la *dimensión solidaria* nos

Tabla 4

Tiempo medio social (en hh:mm), por tipo de actividad de ocio.
Euskadi. Año 2003

Tipos de ocio	Tiempo medio social
Lectura, TV y radio	2.05
Paseos, excursiones	1.00
Recepciones y salidas	0.23
Semi-ocios	0.19
Sin actividad	0.19
Prácticas deportivas	0.10
Juegos	0.08
Espectáculos	0.05
Uso de internet	0.04
Uso ordenador y otros informáticos	0.03
Participación religiosa	0.03
Aficiones artísticas y otras	0.02
Participación cívica	0.01

Fuente: EUSTAT. *Encuesta de Presupuestos de Tiempo 2003*.

remite a un ocio entendido como vivencia social y altruista, unida al hecho de ayudar desinteresadamente a otros» (Cuenca, 2000: 97-99).

- En los inicios del siglo XXI, el ocio creativo va pasando de unas actividades ligadas a los medios de comunicación de masas y a la lectura, que se retraen, hacia unas prácticas unidas a las comunicaciones por internet y a los usos de ordenadores y aparatos electrónicos, como los móviles, PDAs, etc. a las que grupos de personas van dedicando su tiempo (Tabla 5 y Gráfico 2).
- El ocio ambiental-ecológico va ganando adeptos y tiene que ver con el ocio viajero, el turismo de diversión, cultural y de naturaleza que gana peso. Los viajes de turismo, las excursiones de fin de semana y la utilización de los puentes para visitas urbanas y también de naturaleza están creciendo. En alguna medida este incremento se debe al aumento de jubilados y prejubilados existentes en España que dedican parte de su tiempo a estas actividades de turismo cultural-urbano. En concreto, en este país existen más de 300.000 prejubilados y se realizan 3,5 millones de viajes anuales (*El País-Negocios*, 6-11-2005). También la difusión de hábitos saludables está contribuyendo al desarrollo de este tipo de dimen-

sión del ocio. La costumbre de pasear está muy extendida entre la población, de modo que aquellos que lo hacen le dedican una parte importante de tiempo que, aunque no ha aumentado en cantidad durante la década 1993-2003 (Tabla 5), sí se han incrementado los efectivos que lo practican (Gráfico 2). Lo mismo ocurre con el hábito de hacer deporte. En suma, el ocio activo se desarrolla frente al ocio pasivo.

Tabla 5

Tiempo por participante por dimensión y tipo de actividad de ocio.
Euskadi. 1993-2003 (en hh:mm)

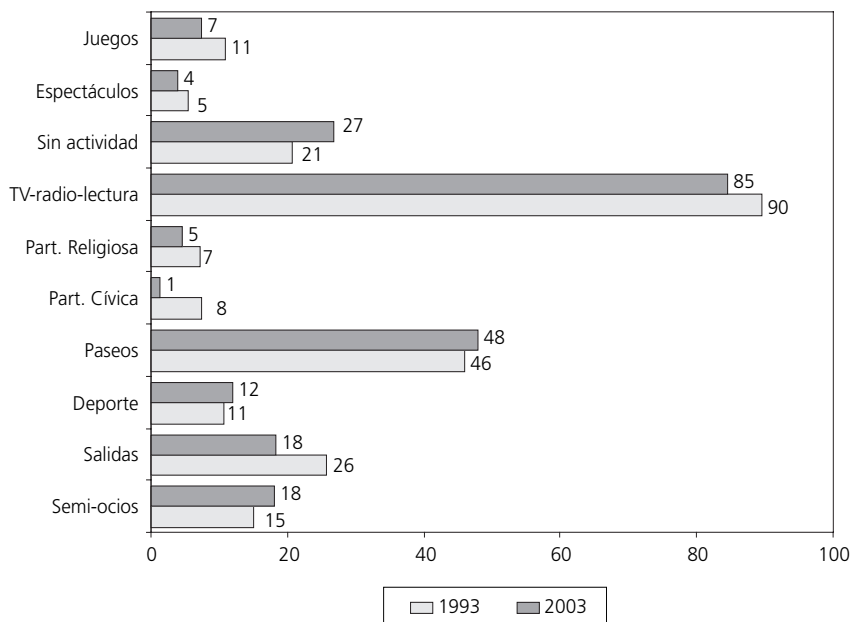
Dimensiones y Tipos de ocio	Tiempo medio por participante	
	1993	2003
Dimensión creativa		
Ver TV-Vídeos	2.22	2.07
Radio-música	1.19	1.01
Lectura	1.12	1.01
Espectáculos: cine, teatro, música...	1.52	1.56
Uso de internet		1.24
Uso ordenador y otros informáticos		1.18
Dimensión ambiental-ecológica		
Paseos, excursiones	2.13	2.06
Prácticas deportivas	1.25	1.24
Dimensión festiva		
Recepciones y salidas	2.09	2.05
Sin actividad	1.12	1.11
Dimensión lúdica		
Juegos	1.48	1.46
Semi-ocios	1.40	1.44
Aficiones artísticas y otras		1.42
Dimensión solidaria		
Participación cívica	1.33	1.21
Participación religiosa	0.56	1.01

Fuente: Elaboración propia en base a datos de EUSTAT. *Encuesta de Presupuestos de Tiempo 1993 y 2003.*

- La dimensión festiva decae. Sale menos gente a divertirse y más y más personas necesitan dedicar parte de su tiempo a descansar, a no hacer nada, a no tener actividad alguna, con el fin de reponerse de las tensiones y de las actividades ligadas a las responsabilidades, de «cargar las pilas» y tomar fuerzas. La dimensión festiva se circunscribe más y más a la juventud.
- La dimensión lúdica evoluciona desde un descenso de las preferencias por los juegos y un aumento de las aficiones que se practican en el ámbito doméstico.
- El ocio solidario y de relación pierde peso. Las actividades de voluntariado en asociaciones y Ongs, en parroquias, en grupo profesionales, sindicales o políticos van teniendo cada vez menos efectivos (Gráfico 2), aunque las personas que se dedican a ello ocupan una parte importante de su tiempo, que no ha descendido de forma importante en el tiempo (Tabla 5).

Gráfico 2

Tasa de participación en actividades de ocio.
Euskadi. 1993-2003. En porcentajes



Bibliografía

- CUENCA, M. (2000): *Ocio Humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- EUSTAT (Instituto Vasco de Estadística) (1993, 1998, 2003): *Encuesta de Presupuestos familiares*. Vitoria.
- GIDDENS, A. (1992): *Sociología*. Madrid: Alianza.
- GODBERG, G. (1988): «The Sociology of Leisure. Past, Present, and Future Research», en BARNETT, Lynn A. (Ed.): *Research about Leisure: Past, Present and Future*, Champaign, Il, Sagamore Publishing, pp. 35-44.
- MUÑOZ MIRA J. (1983): *Sociología del ocio en una sociedad en crisis: Una alternativa cultural* (2 vols.). (Tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. (1994): «Ocio y estilos de vida», en FOESSA: *V Informe Sociológico sobre la situación social en España* (2 vols). Madrid: Fundación FOESSA, pp. 1881-2073.
- SETIÉN, M.L. (1996): «Nosotros y los otros. Vivencias personales y Tolerancia social», en ELZO, J. (dir.): *Los valores en las Comunidad del País Vasco y Navarra. Su evolución en los años 1990-1995*. Vitoria: Servicio de Publicaciones del Gobierno Vasco, pp. 25-70.
- SETIÉN, M.L. y LÓPEZ, A. (2000): *El ocio de la sociedad apresurada: el caso vasco*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SETIÉN, M.L. (2002): «Actitudes vitales y sociales», en ELZO, J. (dir.) y otros: *Los valores de los vascos y navarros ante el nuevo milenio*. Bilbao: Universidad de Deusto, pp. 25-103.

Autores

Marta ÁLVAREZ ALDAY

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y Master en Gestión Avanzada (MEGA). Profesora de Organización de Empresas del Departamento de Gestión de la Universidad de Deusto: La Comercial y Miembro del Equipo Interdisciplinar del Instituto de Estudios de Ocio. Es también profesora de diversos postgrados y cursos Incompany para empresas. Autora de un libro de Estructura Económica y de diversos artículos. Ha colaborado en varios congresos e investigaciones relacionados con el sector del Ocio.

M.^a Luisa AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE

Catedrática de la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación de la Universidad de Deusto. Imparte clases de Estética y Filosofía Antigua, en la Facultad de Filosofía, y de Doctorado en el programa de *Ocio y potencial humano*. Entre sus publicaciones destacan los siguientes libros. *Poesía y filosofía en Juan Ramón Jiménez*. *Guía para leer a Platón*, y *El arte como vivencia de Ocio*.

Cristina DE LA CRUZ AYUSO

Doctora en Filosofía y profesora de Filosofía Moderna y Ética; coordina y forma parte del equipo de investigación Ética Aplicada a las organizaciones. Colabora desde 1999 con el equipo interdisciplinar de Estudios de Ocio, es miembro de la Comisión del Aula de Ética de la Universidad de Deusto. Las áreas de investigación de las que se ocupa son el Pensamiento español contemporáneo y Filosofía Moral y Éticas aplicadas.

Manuel CUENCA CABEZA

Catedrático de Pedagogía, fundador del Instituto de Estudios de Ocio y Director del Programa de Doctorado «Ocio y Potencial Humano». Imparte las asignaturas Pedagogía del Ocio, Teoría del Ocio y «Ocio y Calidad de vida». Ha publicado 21 libros y más de 100 artículos sobre temas de ocio. Entre sus últimas obras destacan: *Ideas prácticas para la educación del ocio* (2000), *Ocio humanista* (2003), *Pedagogía del Ocio: Modelos y Propuestas* (2004) y *Ocio solidario. La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados* (2005).

Almudena EIZAGUIRRE

Dra. en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto y Master en Gestión Avanzada. Profesora Titular de la Facultad de CCEE y Empresariales de la Universidad de Deusto. Directora del Departamento de Marketing y Economía. Coordinadora del Programa de Habilidades Directivas y Coaching de la Facultad de CCEE y Empresariales. Miembro del Equipo Interdisciplinar del Instituto de Estudios de Ocio.

María GARCÍA FELJOO

Licenciada en CCEE y Empresariales por la Universidad de Deusto, Master en Dirección Aplicada por la Universidad de Deusto y Master Science en «International Marketing» por la Universidad de Lancaster. Profesora Encargada de «Comportamiento del Consumidor» y de «Competencias Directivas» en la Facultad de CCEE y Empresariales de la Universidad de Deusto. Miembro del Equipo del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.

Jaione YABAR ARRIOLA

Licenciada en CCEE y Empresariales por la Universidad de Deusto y Máster en Desarrollo Directivo. Profesora Encargada de «Marketing I», Profesora Coordinadora de «Dirección de Producto», Profesora Coordinadora de la Especialidad de Marketing en la Facultad de CCEE y Empresariales de la Universidad de Deusto.

Susana GORBEÑA ETXEBARRIA

Doctora en Psicología y profesora titular de Psicología de la Universidad de Deusto donde ha impartido la asignatura de Psicología del Ocio. Actualmente es Decana de la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación, actividad que compagina con la docencia y la investigación. Desde el año 1993 trabaja en temas relacionados con el ocio, las personas con discapacidad y la salud mental, habiendo coordinado durante tres años las

Cátedra de Ocio y Minusvalías. Entre sus publicaciones se pueden destacar *Ocio y Salud mental* y *Modelos de Ocio Terapéutico*.

Silvia MARTÍNEZ RODRÍGUEZ

Doctora en Pedagogía por la Universidad de Deusto donde imparte la asignatura de Psicología del Ocio. Ha trabajado en la organización del programa de formación permanente de adultos Ocio Cultural Universitario. Es directora del Curso de Especialización en Gerontología y desarrolla su actividad investigadora en el ámbito de la gerontología, la fibromialgia y la psicología y educación del ocio. Sus últimas publicaciones se refieren al impacto preventivo y terapéutico de las prácticas de ocio en la vejez.

Yolanda LÁZARO FERNÁNDEZ

Doctora en Ocio y Potencial Humano, es Coordinadora de Programas de Formación Permanente del Instituto de Estudios de Ocio desde 2005. Como docente imparte la asignatura «Salud Integral» en el Graduado Universitario en Cultura y Solidaridad y es la responsable del módulo de Producción en el Master en Dirección de Proyectos de Ocio. Ha trabajado en diferentes áreas de la Cátedra Ocio y Discapacidad. Coautora del libro «El derecho al ocio de las personas con discapacidad», editora del libro «Ocio, Inclusión y Discapacidad» y autora de diversos artículos sobre estas temáticas.

Juan Francisco LÓPEZ PAZ

Doctor en Psicología y Licenciado en Pedagogía. Profesor de Psicología Evolutiva en la Universidad de Deusto. Secretario de Facultad de FICE. Profesor y Coordinador del Practicum del Curso de Especialización en Gerontología. Miembro del Consejo de Redacción de la Revista AEOP. Su labor docente e investigadora está vinculada a: Psicología Evolutiva, Gerontología y Ciencias de la Salud.

Roberto SAN SALVADOR DEL VALLE DOISTUA

Doctor en Ocio y Potencial Humano, Director del Instituto de Estudios de Ocio. En la actualidad es profesor de la Universidad de Deusto. Ha sido profesor visitante en programas de la Università di Bologna (Italia), Universidad Católica de Córdoba (Argentina), Instituto de Cultura de San Petersburgo (Rusia), Loughborough University (Reino Unido), Universidad de Fortaleza (Brasil) y otras universidades españolas. Entre sus publicaciones destaca: *Políticas de Ocio, Cultura, Turismo, Deporte y Recreación* (2000), *Mapa de la Oferta Cultural de Bizkaia* (2003) y *Equipamientos municipales de proximidad* (2003). Ha presentado un centenar de ponencias y comunicaciones en congresos y reuniones de carácter internacional y nacional.

María Luisa SETIÉN

Profesora titular de Sociología en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Deusto y, desde sus inicios, ha participado en el Programa de Doctorado en Ocio y Potencial Humano, en el área de la sociología del ocio. Ha realizado diversas investigaciones sobre el ocio, las mujeres, la inmigración y los valores. Entre sus publicaciones relacionadas con su faceta investigadora en el tema del ocio están: *Estilos de ocio de las mujeres vascas* (1996), *Ocio, calidad de vida y discapacidad* (2000), *El ocio de la sociedad apresurada: el caso vasco* (2000), *Mujeres y Ocio. Nuevas redes de espacios y tiempos* (2002).

Colección de Documentos de Estudios de Ocio

1. CÁTEDRA DE OCIO Y MINUSVALÍAS (1995), *El Ocio en la vida de las personas con discapacidad*. ISBN 84-7485-422-9, 70 páginas.
2. MAIZTEGUI, C.; MARTÍNEZ, S. y MONTEAGUDO, M.^a J. (1996), *Thesaurus de Ocio*. ISBN 84-7485-430-X, 208 páginas.
3. VV.AA. (1996), *Los desafíos del Ocio*. ISBN 84-7485-455-5, 180 páginas.
4. GORBEÑA, S.; GONZÁLEZ, V.J. y LÁZARO, Y. (1997), *El derecho al Ocio de las personas con discapacidad: análisis de la normativa internacional, estatal y autonómica del País Vasco*. ISBN 84-7485-476-8, 252 páginas.
5. CUENCA CABEZA, M. (coord.), (1997), *Legislación y política social sobre el Ocio de las personas con discapacidad*. ISBN 84-7485-483-0, 232 páginas.
6. CUENCA CABEZA, M. (1999), *Ocio y equiparación de oportunidades*. ISBN 84-7485-584-5, 178 páginas.
7. CUENCA CABEZA, M. (1999), *Ocio y formación. Hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación del Ocio*. ISBN 84-7485-590-X, 128 páginas.
8. CUENCA CABEZA, M. y MADARIAGA ORTUZAR, A. (2000), *Práctica deportiva escolar con niños ciegos y de baja visión*. ISBN 84-7485-678-7, 116 páginas.
9. SETIÉN SANTAMARÍA, M.L. (coord.). (2000), *Ocio, calidad de vida y discapacidad. Actas de las Cuartas Jornadas de la Cátedra de Ocio y Minusvalías*. ISBN 84-7485-679-5, 160 páginas.
10. SETIÉN SANTAMARÍA, M.L. y LÓPEZ MARUGÁN, A. (2000), *El ocio de la sociedad apresurada: el caso vasco*. ISBN 84-7485-680-9, 148 páginas.
11. GORBEÑA ETXEBARRIA, S. (ed.) (2000), *Modelos de intervención en ocio terapéutico*. ISBN 84-7485-681-7, 126 páginas.
12. MAIZTEGUI, C. y PEREDA, V. (coords.) (2000), *Ocio y deporte escolar*. ISBN 84-7485-683-3, 172 páginas.
13. AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M.L. (2000), *El arte como vivencia de ocio*. ISBN 84-7485-684-1, 300 páginas.
14. GORBEÑA ETXEBARRIA, S. (ed.) (2000), *Ocio y salud mental*. ISBN 84-7485-685-X, 120 páginas.
15. CUENCA CABEZA, M. (2000), *Ideas prácticas para la educación del ocio: fiestas y clubes*. ISBN 84-7485-688-4, 144 páginas.
16. CUENCA CABEZA, M. (2000), *Ocio humanista*. ISBN 84-7485-689-2, 308 páginas.
17. SAN SALVADOR DEL VALLE DOISTUA, R. (2000), *Políticas de Ocio*. ISBN 84-7485-700-7, 349 páginas.

18. CSIKSZENTMIHALYI, M.; CUENCA, M.; BUARQUE, C.; TRIGO, V. y otros (2001), *Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*. ISBN: 84-7485-744-9. 256 páginas.
19. SETIÉN, M. L. & LÓPEZ MARUGAN, A. (ed.) (2002), *Mujeres y ocio. Nuevas redes de espacios y tiempos*. ISBN: 84-7485-812-7. 212 páginas.
20. CAVA MESA, M.J. (ed.) (2002), *Propuestas alternativas de Investigación sobre Ocio*. ISBN: 84-7485-813-5. 225 páginas.
21. CARIDE GÓMEZ, J. A. & LÓPEZ PAZ, J. F. (ed.) (2002), *Ocio y voluntariado social. Búsquedas para un equilibrio integrador*. ISBN: 84-7485-814-3. 252 páginas.
22. GORBEÑA, S.; MADARIAGA, A. & RODRÍGUEZ, M., (2002), *Protocolo de evaluación de las condiciones de inclusión en equipamientos de ocio*. ISBN: 84-7485-857-7. 127 páginas.
23. DE LA CRUZ AYUSO, C. (ed.) (2002), *Educación del ocio. Propuestas internacionales*. ISBN: 84-7485-850-X. 218 páginas.
24. GARCÍA VISO, M. & MADARIAGA, A. (eds.) (2002), *Ocio para todos. Reflexiones y experiencias*. ISBN: 84-7485-851-8. 166 páginas.
25. APRAIZ, A. & IRIBAR, M. F. (eds.) (2002), *Experiencias y técnicas en gestión del ocio*. ISBN: 84-7485-851-8. 178 páginas.
26. DE LA CRUZ, C. (ed.) (2003), *Los retos del ocio y la discapacidad en el siglo xx*. ISBN: 84-7485-890-9. 201 páginas.
27. MONTEAGUDO, M.J. & PUIG, N. (eds.), *Ocio y deporte, un análisis multidisciplinar*. ISBN: 84-7485-919-0. 247 páginas.
28. LÁZARO, Y. (ed.) (2004), *Ocio, inclusión y discapacidad*. ISBN: 84-7485-945-X. 744 páginas.
29. CUENCA CABEZA, M. (2005), *Ocio solidario*. ISBN: 84-7485-984-0. 237 páginas.
30. ELÍAS PASTOR, L.V. (2006), *El turismo del vino. Otra experiencia de Ocio*. ISBN: 84-9830-030-4. 256 páginas.

Para más información:

Instituto de Estudios de Ocio
 Universidad de Deusto
 Avda. Universidades, 24
 E-48007 Bilbao

www.ocio.deusto.es
 Tf. 944 139 075 / Fax 944 467 909
eaguilar@ocio.deusto.es

Un rasgo esencial de los Estudios de Ocio es su interés por llevar a cabo un acercamiento global al conocimiento del ocio, algo que difícilmente puede ser abarcable desde una sola disciplina académica tradicional. La aproximación multidisciplinar es una oportunidad para introducir al lector en este ámbito de investigación de creación reciente. Cada capítulo se acerca al fenómeno del ocio con una intencionalidad y un punto de vista distinto: Derecho, Economía, Estética, Ética, Marketing, Pedagogía, Política, Psicología, Salud y Sociología. Dado que no existe precedente similar en español, que recoja tantas visiones diferentes, esta publicación abre un horizonte que permite vislumbrar la complejidad del estudio del ocio y va mucho más allá de los temas concretos. Por ello, será de gran ayuda para cualquier investigador, profesional o persona interesada en el tema.



Santander



Universidad de
Deusto

Deustuko
Unibertsitatea

.....