

EL TIEMPO LIBRE EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Tesis para Licenciatura en
Ciencias de la Comunicación
(Ensayo – Portafolio Fotográfico)

Liliana García Sánchez
David Sánchez Zacarias

José Antonio González Arriaga
Luz Elena Pereyra Rodríguez
Asesores



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	Pág. 1
CAPÍTULO 1	
Antecedentes históricos	7
1.1 Grecia	8
1.2 Roma	11
1.3 Revolución Industrial	12
1.4 La interpretación de Marx	13
CAPÍTULO 2	
Posiciones teóricas	
2.1 Sebastián de Grazia	17
2.2 Joffre Dumazedier	29
2.3 Alain Touraine	41
2.4 Alessandro Pizzorno	51
2.6 Luis Racionero	58
2.7 Observaciones sobre algunos conceptos básicos	63
CAPÍTULO 3	
El fenómeno del tiempo libre en México	65
CONCLUSIONES	74

ANEXO 1

Selección del portafolio fotográfico

**A todas las personas
que hicieron posible
que culmináramos
nuestra carrera**

INTRODUCCIÓN

El presente ensayo tiene la finalidad de acercarnos al fenómeno social del llamado “tiempo libre” a través del análisis de la realidad social mexicana captada en imágenes y de los diferentes puntos de vista de autores e investigadores que han abordado el tema, así como los diversos enfoques conceptuales bajo los cuales han desarrollado sus problemas analíticos. De esta manera revisaremos los antecedentes históricos del fenómeno y, posteriormente, nos adentraremos en las teorías que diferentes autores han desarrollado sobre el uso del tiempo libre.

Desarrollaremos la idea de que la sociedad de consumo se sirve de la influencia de los medios de comunicación para establecer que la diversión, el deporte, la recreación, la comida, la bebida, el vestido, la fiesta, el turismo, etc., sean actividades que deben realizarse durante el tiempo libre y que propician el consumo de determinados productos o servicios. Esto significa que el desarrollar una actividad en el tiempo libre implique un gasto económico.

La metodología que aplicamos al momento de realizar el portafolio fotográfico fue que, una vez leídos algunos autores, nos planteamos qué es el tiempo libre para nosotros y qué queríamos expresar con las fotografías. De esta manera decidimos utilizar este recurso de la comunicación, aplicarlo como instrumento para captar parte de la realidad del mexicano, registrar en imágenes parte de las múltiples actividades que el individuo mexicano de clase media/media baja desarrolla en su tiempo libre; es así como planeamos con

antelación la mayoría de las fotos, otras surgieron de manera espontánea y otras fueron producciones.

Ahora bien, conforme se iba avanzando tanto en la parte teórica como en la fotográfica, nos dimos cuenta que ambos aspectos se complementaban. Por un lado los autores consultados nos muestran la diversidad de teorías sobre el ocio y el tiempo libre, por el otro las fotografías registran la ambigüedad en las conductas de los individuos al momento de gastar su tiempo libre. Con esto queremos decir que así como existe una diversidad de opiniones respecto al tema, trasladado a lo fotográfico, nos dimos cuenta que ocurre lo mismo.

Entre las opiniones que cabe mencionar se encuentran, por ejemplo, la de David Riesman que considera que la tradición, las normas y los valores han pasado en la sociedad de consumo y de ocios masivos a depender de los *mass media*; Martha Wolffenstein nos dice que en el periodo de la posguerra surge una nueva moral (la *fun morality*) en la cual el ocio deja de ser algo reprobado y pasa a ser obligatorio; Georges Friedmann afirma que el ocio es un sobrepeso a la enajenación producida por el maquinismo industrial más que al capitalismo; Josef Pieper considera importante la relación entre ocio y culto religioso; Thorstein Veblen piensa que el ocio es contradictorio ya que representa la "destrucción" del capital mientras que socialmente es un factor de comparación ya que permite exhibir la riqueza.

Respecto a las opiniones de la gente común, son variadas, van desde aquellas que consideran al ocio -ver televisión, meditar o descansar- como algo peyorativo e incluso reprobable, hasta aquellas que consideran al tiempo libre como mera diversión y entretenimiento.

Esto se ve reflejado en el portafolio fotográfico donde podemos apreciar cómo los individuos gastan su tiempo libre, pero otros sólo andan de "ociosos". Y es aquí donde nos enfrentamos a una primera dificultad: tanto el ocio como el tiempo libre son cuestiones que causan confusión, que son polémicas, que se prestan a la interpretación muy particular, que pueden contradecirse, o bien se tratan indistintamente, etc., de ahí que nos encontremos con fotografías donde sea difícil establecer su naturaleza y teorías que parezcan no tener mucha relación con el tema. Por lo tanto trataremos de encontrar el justo medio y desarrollar el tema de la mejor manera.

Sin duda el tema es muy rico y son varios los autores contemporáneos, como los mencionados anteriormente y aquellos cuyas ideas contribuyeron al desarrollo de nuestro análisis, que se han dedicado a estudiarlo, así como son muchas las interpretaciones que se han hecho. Pero para la revisión teórica de nuestro objeto de análisis, decidimos abordar sólo a seis de ellos: Sebastián de Grazia, filósofo y especialista en Ciencia Política; Joffre Dumazedier, quien ha realizado los estudios sociológicos más importantes sobre el ocio; Alain Touraine, uno de los sociólogos más prestigiados de la actualidad que gira sus trabajos en torno a la evolución del trabajo obrero; Alessandro Pizzorno, sociólogo italiano que ha centrado su labor principalmente en la sociología industrial; y Luis Racionero, ingeniero que destaca su trayectoria de análisis y crítica cultural.

La elección no fue fácil, pero consideramos que estos autores cumplen con nuestras expectativas respecto a lo que pretendemos desarrollar en el ensayo, es decir, los tres primeros abordan únicamente

al ocio, dejando de lado el tiempo libre. En cambio los tres últimos de alguna manera retoman al ocio desde su primera concepción para después abordar la problemática del tiempo libre. Cabe mencionar que para fines estrictamente metodológicos fue más fácil trabajar con estos autores porque su consulta bibliográfica nos resultó más accesible.

Es así como en el primer capítulo abordamos el origen, desarrollo y evolución del tiempo libre, desde aquel concepto de ocio en Grecia y Roma, pasando por la Edad Media, hasta llegar a la Revolución Industrial y la interpretación de Marx.

Posteriormente en el segundo capítulo haremos una revisión teórico-conceptual donde abordaremos las visiones de: **Sebastián de Grazia**, que trata de deslindar con claridad dos ideas que se confunden: ocio y tiempo libre, y con ello se enfrenta con algunos mitos de la sociedad industrial. Señala que mientras el obrero tenga que consumir todo lo que sale de las máquinas, mientras siga aumentando la publicidad, el mercado y la innovación de productos, el hombre será su esclavo; **Joffre Dumazedier**, que parte del carácter ambiguo del ocio, hace referencia a la importancia del desequilibrio entre éste y el trabajo, considera al ocio como un valor y hace énfasis en la importancia creciente del ocio en nuestra sociedad; **Alain Touraine**, quien subraya que el problema fundamental de la cultura de los ocios radica en el grado de participación del individuo en su sociedad y no sólo considera la mecanización de los ocios, sino el efecto que producen en la sociedad, además esboza la cuestión de los ocios como un problema de carácter político, ya que conforme la sociedad se aleja de la problemática que le rodea y opta por la

pasividad, su responsabilidad ante la toma de decisiones de los gobiernos se vuelve más endeble; **Alessandro Pizzorno**, que se propone establecer una diferencia entre las necesidades del ocio y las necesidades de consumo, habla de una nueva moralidad de consumo, de una innovación en el consumo de masa y de los ocios y su utilización cada vez más diversos. Finalmente **Luis Racionero**, quien establece una diferencia entre el ocio surgido en Atenas y la negación del ocio surgido en Roma. Considera que dentro de la sociedad económica avanzada se presenta una contradicción: pretender automatizar y mantener el pleno empleo. Esta crisis deviene en un fenómeno: el paro. La solución que propone es el ocio con dignidad, el cual consiste en que el obrero trabaje menos horas para eliminar el paro y que lo producido por la máquina se reparta, eliminando la plusvalía. Observa que a partir de la rivalidad entre obrero-máquina surge el gran problema de la producción capitalista donde lo importante no es encontrar productores y duplicar sus fuerzas, sino descubrir consumidores, crearles necesidades ficticias; de esta manera surge la sociedad de consumo.

En el último capítulo se hace una aproximación al fenómeno del tiempo libre en México, cómo nosotros lo abordamos desde la perspectiva fotográfica y se incluye un análisis comparativo de algunas fotos con la finalidad de ubicar dicho fenómeno dentro de la actual sociedad mexicana. Con lo anterior también se pretende reflejar la problemática y falta de documentación en cuanto al estudio específico de este fenómeno.

En las conclusiones se repasan someramente las diferencias de significados que los términos ocio y tiempo libre tienen para los autores

estudiados; asimismo se explica la relación entre medios de comunicación y conductas en el uso del tiempo libre. Exponemos nuestros puntos de vista respecto al tema y relacionamos las teorías del tiempo libre y los ocios con el contexto socio cultural mexicano, así como su importancia para nuestra sociedad.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En el presente capítulo nuestra intención es hacer una interpretación histórica sobre el fenómeno del tiempo libre, que va desde la concepción griega hasta llegar a la concepción de Marx.

Desde los albores de la humanidad, el hombre se vio condicionado a satisfacer la necesidad de preservar la especie, pero a la vez, debía responder a un impulso propio y exclusivamente humano que es el mejoramiento continuo de sus condiciones de vida, donde el fin último perfectamente identificable era el hombre.

En el momento en que apareció la propiedad, ésta conlleva la lucha entre los hombres por la posesión de bienes y, dado que el proceso evolutivo de la acumulación económica se basa en el trabajo productivo de otros hombres, lógicamente con la propiedad, aparece también la explotación del hombre por el hombre.

Así pues, encontramos que la escisión del hombre mismo, manifestado a través de sus actividades, partió y evolucionó por un proceso en el que primero aparece en escena un factor estimulativo; después, al generarse por este mismo proceso el surgimiento de la propiedad, la escisión conduce a marcar diferencias entre grupos sociales y, consecuentemente, entre las actividades correspondientes a los mismos entra en juego la relación con los medios de producción y se identifica la oposición "trabajo-no trabajo".

“En la prehistoria el ocio debió ser una actividad colectiva que, impregnada del espíritu de lucha cotidiana por arrancarle sus bienes a la naturaleza, trazó los rasgos primeros de la religión y el arte”¹.

En la etapa superior de la sociedad bárbara, con el surgimiento de la propiedad privada se divide la sociedad en clases; la clase que aparece detentando la propiedad de la riqueza y los medios de producción, se identifica como la clase ociosa, y ocio se entiende como la actividad que esta clase desarrolla y que le es propia. En esta época, el ocio no sería una parte medible de tiempo, sino una forma de vida, un conjunto de actividades que resultan exclusivas de una clase social, por ejemplo, el gobierno, la guerra, los deportes y las prácticas devotas. “(...)el tiempo de ocio (...) significa pasar el tiempo sin hacer nada productivo”².

Grecia

“El profundo sentido de la cultura griega idealizó el hecho de estar uno no sólo predispuesto, sino dispuesto para la contemplación de los supremos valores de aquel mundo: la verdad, la bondad y la belleza; en síntesis para la contemplación de la sabiduría. Esta exigía una vida de ocio, de *skholé* (...) un estado de paz y de contemplación creadora -dedicada a la *theoría*- en que se sumía el espíritu”³.

¹ González Llaca, Edmundo, *Alternativas del ocio*, p.23.

² Veblen, Thorstein, *Teoría de la clase ociosa*, p.51.

En la Grecia antigua se reconoció al ocio como el elemento más significativo y elevado en la vida del ciudadano, se entendió como un estado de elevación espiritual, de contemplación/ reflexión/ sabiduría en la búsqueda de la felicidad verdadera. "El estado de alimentarse con amor y canción se convierte en un estado filosófico. De esta forma se halló el ocio y el descubrimiento tuvo lugar en el mundo mediterráneo"⁴.

El ocio, que representaba la unidad integral de una vida digna del ciudadano, se enmarcó también en una sociedad de clases: los esclavos por un lado y los hombres libres por otro; las diferencias se establecían por una estructura social que se basaba en el tiempo libre de los hombres libres y en el trabajo utilitario y degradante de los esclavos.

Los griegos querían ser sabios y para ser sabio era necesario tener ocio:

"(...) el cuerpo necesita comida y morada y conseguirlos exige un trabajo, pero el trabajo no es la actividad humana ni más noble ni más distinguida (...) Sólo el hombre puede pensar, razonar e inventar. Si por lo menos algunos pueden libarse de las ocupaciones mundanas, se elevarán probablemente a alturas notables (...) "⁵.

³ Munné, Frederic, *Psicosociología del tiempo libre*, p.40.

⁴ Grazia, Sebastián de, *Tiempo, trabajo y ocio*, p.XV.

⁵ Grazia, Sebastián, *Op. cit.* p.21.

Así se propició en la Grecia del esplendor un ocio verdaderamente fecundo, compuesto de ciencia, filosofía, arte, deporte y política.

Uno de los grandes filósofos que reflexionó sobre este fenómeno fue Aristóteles. Para él, el ocio es una condición, un estado, aunque su concepción está llena de sutilezas porque parte de reflexionar sobre lo que debe ser el sentido de la vida del hombre, que es la felicidad. Concibe como más elevado aquello que se busca por sí mismo como un fin, y sólo esto es la felicidad; como auténtica felicidad, sólo concibe a la que corresponde a un estado elevado de sabiduría y educación, es decir, a la actividad del intelecto. Dentro de su concepción, el ocio vendría a ser la condición, el estado único bajo el cual puede lograrse esta felicidad verdadera.

“(…) Para el filósofo peripatético, la skholé es un fin en sí misma, un ideal de vida, cuya antítesis es el trabajo. El ocio es una felicidad intrínseca que abre a uno de los tres tipos posibles de vida moral; la vida contemplativa y la contemplación (...)”⁶.

El tiempo desocupado no es ocio cuando se malgasta bajo la idea aristotélica, además de que el ocio se opone básica y radicalmente a la necesidad de trabajar, restringe al fenómeno con ciertos criterios, pues para Aristóteles toda ocupación se contrapone al ocio, dado que una ocupación es una actividad que persigue un fin, si el fin no fuera necesario, la actividad no existiría. Así, el ocio no puede estar relacionado con ninguna ocupación.

⁶ Munné, Frederic, Op. cit, p. 41.

La diversión y el descanso tampoco son considerados como ocio, puesto que resultan necesarios en función del trabajo productivo. El ocio es un "estado" en el cual la actividad lleva a cabo como un fin en sí. El ocio es poseedor de un placer intrínseco, de una felicidad intrínseca, que se consigue en cada acto y a cada momento.

Roma

El ocio bajo la cultura romana sufre otras transformaciones que no sólo coadyuvan a su elevación, sino que llegan a ser motivo de degradación, pues adoptó a la postre un carácter totalmente pasivo y de indolencia, al utilizarse básicamente como medio para seguir sometiendo a las clases menos favorecidas, ya que las clases poderosas no captaron el sentido trascendental del ocio y, el mismo, se tornó en su prejuicio.

"En Roma (...) una nueva acepción fue introducida. Se la encuentra principalmente en Cicerón, cuando éste nos habla del *otium* como tiempo de descanso del cuerpo y recreación del espíritu, necesario para volver a dedicarse - una vez recuperados- al trabajo o al servicio público"⁷.

Con el Cristianismo aparecen las bases de otra transformación de este fenómeno. Con fundamento en la santificación del séptimo día en que dios descansó, después de haber trabajado seis días en la obra de la creación, el tiempo libre es una recompensa a la que sólo tienen derecho quienes han cumplido su trabajo.

⁷ Munné, Frederic, Op. cit, p.42.

Revolución industrial

Ya al inicio de la Edad Moderna aparece otra gran transformación de nuestro fenómeno que fue propiciada por la concepción burguesa de la vida y los fines a perseguir. Ahora es el ocio el que tiene un sentido peyorativo: degrada y envilece, sólo el trabajo y los negocios son nobles y permiten la realización humana.

Con la Revolución Industrial definida por los cambios trascendentales en las relaciones de producción y que dieron lugar a la explotación del proletariado, al trabajo se le asoció un carácter de mercancía y al hombre uno de objeto. A partir de entonces toda la fuerza y hasta el contenido emocional que pudieran adoptar los términos "tiempo de trabajo" y "tiempo libre" adquieren su mayor significado, especialmente en el industrialismo.

"Así, poco a poco, en pequeñas y contadas dosis surge un tiempo nuevo sustraído al tiempo de trabajo (...) Es un tiempo excedente (*spare time*) que la ideología liberal no sujetará a norma alguna, dejándolo a la libre disposición individual (*disposable time*)"⁸.

En lo que se refiere a la distinción entre "trabajo" "no-trabajo", las características de enajenación y pérdida de la identidad personal que se imprimieron a la vida laboral, marcaron diferencias cada vez más concretas y antagónicas entre las actividades de trabajo y las de tiempo libre.

⁸ Munné, Frederic, Op.cit, p.49.

A partir de la aparición del proletariado y ante la toma de conciencia de su situación, la clase obrera ha tenido como una de sus principales banderas de reivindicación, la reducción de la jornada de trabajo, lo que consecuentemente significa el incremento de sus horas libres, de sus horas fuera de las presiones y de la monotonía de que se es objeto en el mundo laboral.

La concepción burguesa del ocio surge de una contradictoria base moral y política: las tradiciones puritana y liberal. En sus inicios el sistema capitalista estaba reñido con el ocio, que por criterios morales lo consideraba "tiempo perdido"; pero una vez que ha quedado consolidado el desarrollo del sistema y debido al interés económico, ahora la burguesía no duda en sustraer estratégicas dosis del tiempo al trabajo, a fin de que las masas pasen a disponer de una suficiente capacidad temporal de consumo y se conviertan en una importante fuente reproductora del capital.

La interpretación de Marx

La concepción de Marx resulta de una fuerte reacción ante la grave situación social creada por el capitalismo industrial. En numerosas ocasiones Marx se ocupó directamente de la cuestión del tiempo libre, cuestión que le preocupa profundamente como lo vemos con el hecho de haber dedicado todo un extenso capítulo del primer volumen de *El Capital* a describir minuciosamente la evolución histórica de las reivindicaciones obreras de una disminución del tiempo de trabajo, "condición esencial" del tiempo libre.

Distingue el tiempo libre del ocio: aquél como tiempo disponible, contiene además de las actividades del ocio, las actividades superiores del hombre. Para Marx el trabajo tiene un valor supremo y para él es la "primera necesidad de la existencia". El proceso social de división del trabajo lleva al hombre a una situación en la que reina la necesidad, impidiéndole su auto expresión y su desarrollo personal.

En el capitalismo, este proceso de división del trabajo llega a un punto límite en el que el trabajo ha pasado a ser un factor fundamental enajenante del hombre, esclavo de lo necesario, donde el hombre se mueve en un determinado círculo de actividades que le viene impuesto y del que no puede salirse, y no tiene más remedio que seguirlo siendo, si no quiere verse privado de los medios de vida, con ello –dice Marx- "el trabajador sólo se siente a sus anchas en sus horas de ocio, mientras que en el trabajo se siente incómodo"⁹.

El tiempo de trabajo y el tiempo libre serán una sola cosa: no sólo tiempo libre de trabajo, sino también tiempo de trabajo libre; "el tiempo libre queda libre para las distracciones, para el ocio: como resultado de lo cual queda abierto el espacio para la libre actividad y el desarrollo de las aptitudes".

Así, tenemos que el tiempo libre es "el tiempo de que uno dispone para gozar del producto y para desarrollarse libremente; he aquí la riqueza real". En Marx, el tiempo libre aparece, en definitiva, como un fenómeno transformador del trabajo y por lo mismo, del hombre. En dicho tiempo se basa la posibilidad de un trabajador libre.

⁹ Munné, Frederic, Op.cit. p.24.

En resumen, se denota cierto dinamismo en el cambio de la utilización del tiempo libre, que como vimos responde a estadios históricos diferentes: para los griegos y romanos pertenecía solamente a la clase dominante; en el medioevo no era inherente a una determinada clase, sino que la Iglesia y el señor feudal por un lado, y los ciclos de producción por el otro, condicionaban el descanso; con la revolución industrial se imprime el carácter de mercancía al trabajo del hombre, lo cual conlleva la consideración del descanso como medio de reposición de la energía perdida durante las largas jornadas de trabajo que sustentaron el desarrollo y consolidación del capital.

Dentro de este escenario se estima que el trabajo industrial enajena a los trabajadores en todos los aspectos humanos, sujetándolos como parte de las máquinas y negándoles todo desarrollo social, cultural y humano; con la ruptura de la enajenación de la clase obrera dentro de la sociedad capitalista lleva a Marx al planteamiento del derecho al descanso y a la recreación independiente, como vías para defender los últimos recursos humanos de los trabajadores y desarrollar su conciencia de clase.

Si esto último lo aterrizamos al caso particular de nuestro país, como sabemos es en 1917 cuando por vez primera se contempla en el ámbito constitucional el derecho al trabajo y las situaciones que de aquí se desprenden, tales como la duración de la jornada de trabajo, el descanso obligatorio, la capacitación al trabajador, etc.

Hasta aquí, de manera sintética y no menos importante, tratamos de abordar el paso del fenómeno del tiempo libre a través de la historia, por decirlo de algún modo. Como ya se dijo el tema es muy

rico y da para mucho más, por ello ahora damos paso a los autores y sus visiones sobre el ocio y el tiempo libre.

CAPÍTULO 2

POSICIONES TEÓRICAS

2.1 SEBASTIÁN DE GRAZIA¹⁰

Filósofo y especialista en Ciencia Política cuyas obras le han colocado en un lugar prominente de esta disciplina.

De Grazia afirma que el ocio fue descubierto en el mundo mediterráneo. A partir del concepto *scholé* el cual considera que pudo tener el significado de "tiempo o tiempo desocupado"¹¹ los filósofos griegos, agregando la preocupación por encontrar el conocimiento por el conocimiento, crearon el ideal del ocio, el cual se puede entender como un "juego entre *scholé* y especulación"¹². Al hablar de los romanos de Grazia retoma a Cicerón, quien decía que en los buenos tiempos anteriores a sus días se podía elegir sin prejuicios entre los negocios sin riesgo y el ocio con dignidad.

De Grazia al penetrar en la sociedad americana en busca del ocio, encuentra una crítica: "la democracia nunca funciona tan mal como cuando funciona demasiado bien (...) La paz y la prosperidad son peligrosas si un país no sabe qué hacer con el ocio"¹³.

Para este autor es fundamental la definición de los conceptos **tiempo**, **trabajo** y **ocio**, ya que el tiempo libre se define a partir de su diferencia con el trabajo; que el tiempo libre se mide en unidades de

¹⁰ Grazia, Sebastián de, *Tiempo, trabajo y ocio*.

¹¹ Op. cit. p.XV.

¹² *Ibíd*, p.XV.

¹³ *Ibíd*, p.XVIII.

tiempo, y que la diferencia entre tiempo libre y ocio surge a partir de la democracia, puesto que ésta considera que el tiempo libre es uno de los fines a los cuales la sociedad debe dirigirse.

Explica que el trabajo es antónimo del tiempo libre, pero no del ocio. Este último y el tiempo libre pertenecen a dos mundos distintos, y, aunque estamos acostumbrados a pensar que son lo mismo, no es así, porque todo el mundo puede tener tiempo libre y no todos pueden tener ocio.

“El tiempo libre es una idea de la democracia realizable; el ocio no es totalmente realizable, y, por tanto, es un ideal y no sólo una idea. El tiempo libre se refiere a una forma determinada de calcular una determinada clase de tiempo; el ocio es una forma de ser, una condición del hombre, que pocos desean y menos alcanzan”¹⁴.

Considerar que el tiempo libre es simple y sencillamente el tiempo que no se trabaja es una forma de reduccionismo que no ayuda a entender el problema. Puesto que en el tiempo que no se trabaja, en primer lugar entra el tiempo que le lleva a uno trasladarse de casa al lugar de trabajo, luego todas aquellas actividades que son necesarias para mantener en orden y funcional una casa, así como todas las necesidades tanto personales como familiares (esto incluye cuestiones sociales, sanitarias, etc).

De Grazia se pregunta si estas actividades pertenecen al tiempo libre y nos recuerda que la palabra ocio tenía una connotación personal así como implicaba un estado mental y un sentimiento. La

diferencia radica en que al hablar de tiempo libre nos referimos a un **concepto cuantitativo**¹⁵. Al poner como ejemplos la visita semanal a los parientes o el ir a la iglesia considera que es difícil pensar que existe un sentimiento de obligación en quien realiza estas actividades, aunque si hubiera la libertad de no realizarlas difícilmente alguien elegiría la opción de no llevarlas a cabo. Es ahí donde se puede encontrar un grado de ambigüedad importante que complica aún más la definición de cada una de las actividades que puede realizar una persona en el tiempo que no esta trabajando.

Al tratar el fenómeno del tiempo libre se debe tomar en cuenta en primer lugar que nuestras condiciones laborales son el resultado de una serie de logros que implican el aumento del tiempo libre. No sólo la jornada laboral ha disminuido, también se han conseguido vacaciones remuneradas y se cuenta con el derecho de jubilación, todo esto sin contar con que el promedio de vida de las personas ha aumentado considerablemente, así como el apresurado ritmo de vida que llevamos en la actualidad.

De Grazia continúa enumerando las diferencias existentes entre el sistema imperante en el siglo XIX y el que existe hoy (las máquinas como determinantes del ritmo de trabajo, la migración, el trabajo suplementario, pues los hombres al encontrarse con más tiempo, cogen otro trabajo, el trabajo femenino) factores todos ellos que roban al tiempo libre y que al mismo tiempo están emparentados con el trabajo.

¹⁴ **Ibíd., p. XIX.**

¹⁵ **De Grazia reconoce que aunque el tiempo libre se pueda considerar como un concepto cuantitativo (medible en unidades de tiempo) existe un grado de subjetividad en él, ya que cada uno es libre de usar el tiempo libre como quiera.**

Y hace una observación que debemos tener muy en cuenta: el hombre, tenga uno o dos trabajos, tiene que trasladarse de su casa al lugar de trabajo, y aquí también encuentra un cambio en la cantidad de tiempo invertido en los desplazamientos. El viaje al trabajo en 1850 era más corto de lo que es hoy porque en aquel tiempo alrededor del 85% de la población era rural y vivía en lugares de menos de 2.500 habitantes. Hoy vivimos en ciudades de más de 100.000 habitantes y la concentración urbana trae consigo problemas de tráfico, de ahí que el hombre pasa de un 10 a 20 % de su vida de trabajo yendo y viniendo del trabajo. Pero, ¿que es lo que hace en ese trayecto? En dicho camino el hombre acostumbra leer el periódico, un libro o una revista, repasa papeles de la oficina, duerme, consume algún alimento o bebida, etc. Sea lo que quiera, lo que guste hacer en el camino del trabajo, lo importante es si no sería preferible hacer eso mismo en otro lugar cualquiera y llegar al trabajo sin tener que hacer el viaje. De Grazia indica que el viaje al trabajo se siente más como una necesidad que como un placer y por cada hombre que considera los viajes al y del trabajo como uno de sus modos favoritos de pasar el tiempo libre, hay otro que trabaja en los viajes y un tercero que encuentra el viaje dos veces más cansado que el propio trabajo.¹⁶

De Grazia señala que el trabajo es tan opresivo que cualquier tiempo que se le pueda quitar se ve como libertad, pero cuestiona el hecho de calcular de esta manera el tiempo libre y propone por qué no decidir primero qué es y luego sumarlo, en vez considerarlo lo opuesto al tiempo empleado en el trabajo. Y es que, según el autor, cuando se le pregunta a los americanos para qué querrían unas cuantas horas más de tiempo libre, la contestación típica es que así

¹⁶ Op. Cit. p.58.

podrían comprar una serie de cosas necesarias o llevar a los niños al dentista. Mencionan todas estas cosas tan poco libres porque dan por sentado que *libre* significa *fuera del trabajo*.¹⁷ La palabra ocio se ha convertido en la frase tiempo libre, y ambas son ahora casi intercambiables. Quizás el tiempo libre pueda convertirse en ocio, pero esto es tan solo una posibilidad, aunque posibilidad importante.

Ahora bien, el americano –señala De Grazia- ha alcanzado otro nivel de vida, una vida sin ocio. Hay quienes pueden decir que es innecesario sentir abundante tiempo no cronometrado, pero así como el tiempo libre puede estar formado con fragmentos de tiempo de reloj, éstos no son suficientes para formar el ocio, ya que el ocio no son unas horas libres de trabajo, ni siquiera fines de semana o meses de vacaciones. No puede darse en un tiempo concebido, como una corriente de unidades iguales y con el mismo ritmo, algunas libres y otras no. En realidad la frase contemporánea *tiempo de ocio* es una contradicción, pues el ocio no está en relación adjetival con el tiempo. El ocio es un estado de verse libre de las necesidades diarias, y las actividades del ocio son aquellas cuya finalidad está en sí mismas. Como hecho o como ideal, nos dice De Grazia, el ocio raramente aparece en el mundo industrial. Vemos ahora que en su vida con la máquina la gente no sólo perdió espacio, sino también tiempo. Hoy día hay que perseguir el tiempo, y si hay que perseguir el tiempo más vale olvidar el ocio. Para transformar el plomo del tiempo libre en el oro del ocio, hay que liberarse del reloj.¹⁸

De acuerdo con el autor, la moderna idea del tiempo libre y el ideal clásico del ocio giran sobre diferentes ejes. La idea

¹⁷ **Ibid, p.70.**

contemporánea del tiempo libre, frecuentemente llamado ocio, a falta de otra tradición, vive a la sombra del trabajo y el comercio. Dado que el mundo de la industria se mueve en el tiempo cualitativo, el tiempo libre sigue el mismo ritmo. Por esto el tiempo libre existe en fragmentos -horas fuera del trabajo, fines de semana, vacaciones-. El domingo, día imposible de desarraigar, que la religión robó a la semana de trabajo, es la única excepción. Los otros días el trabajo rompe en fragmentos el tiempo libre. Al decir que el tiempo libre es el tiempo de fuera del trabajo, es posible olvidar momentáneamente que el trabajo es lo principal, y si no se tiene un trabajo no se tiene tiempo libre: se está desempleado.

El trabajo influye en la exigencia de mejora que aparece frecuentemente en las actividades del tiempo libre. Mejorar la posición y aumentar la propia habilidad, estar siempre a la búsqueda de algo mejor, perseguir la felicidad, etc., pero antes de mejorar, el hombre tiene que ser capaz física y mentalmente, de trabajar. Para ello se necesita descanso, la forma no crítica e inmóvil en que se emplea el tiempo libre.

De Grazia observa que cada vez más el tiempo libre se consume en actividades predominantemente oculares y, dentro de esta categoría en las pictóricas (revistas de dibujos y pantallas de cine) más que en las que implican el esfuerzo de descifrar, de leer. De aquí surge una discusión: la pasividad como característica del tiempo libre. Y nos pone un ejemplo.

¹⁸ **Ibid, p.290.**

Si un hombre se acuesta en la cama, cierra los ojos y permanece así respirando durante ocho horas ¿Está activo? Lo que está haciendo se llama dormir y de hecho podemos decir que está haciendo algo (*esta durmiendo*). Ahora, ese mismo hombre está en una silla, respirando, con los ojos abiertos, lleva ahí una hora ¿Está desarrollando alguna actividad aparte de la respiración? Admitamos que pueda estar pensando o reflexionando o meditando. Hay, por tanto, la posibilidad de que el hombre esté siempre en acción.

Ahora, supongamos que está de frente a una pared o una pantalla ¿Está más activo si se imagina una serie de figuras en movimiento sobre la pared, o si le proyectan esas figuras en movimiento sobre la pantalla, o si verdaderos actores representan algo sobre el escenario? La respuesta no es fácil. Hay que notar que en el segundo y tercer casos la representación lo hacían los otros, mientras que en el primero era una producción propia; pero en el segundo y tercer ejemplos se encierra la clave de la pasividad mental de las actividades del tiempo libre de hoy.¹⁹

Para De Grazia la mayor parte de quienes critican el panorama cultural sostienen que estar sentado ante la televisión es pasivo, mientras que ir al teatro no lo es. Previamente los críticos de la televisión dijeron lo mismo sobre el cine. La verdadera objeción va dirigida a los medios modernos de comunicación masiva. En el cine, ante la televisión, con el periódico o la revista, el espectador o el lector no tienen medio de hacer conocer sus reacciones directamente al escritor o actor de la historia, al contrario del teatro donde se puede silbar o levantarse a aplaudir incansablemente. Los seres humanos se

¹⁹ *Ibid*, p.294.

dejan influir por otros seres humanos. Esta atención activa no puede darse con los medios de comunicación masiva. Se puede llamar a una oficina, pero quién sabe quién recibirá el mensaje, o si lo ha de leer. O si no se puede esperar a ser contado en una encuesta, que probablemente no preguntará lo que uno quería decir. La encuesta como el programa, no permiten respuesta. Tampoco es posible influir en el programa comprando o no comprándolos productos que en él se anuncian. El producto tiene sus propias cualidades. Por eso, nos dice el autor, es engañoso llamar a estos sistemas medios de comunicación masiva. La palabra **comunicable** implica una **reciprocidad**, un **compartir**. Estos medios no comparten; llevan o transmiten. Sería más indicado llamarles transmisores o difusores.

De Grazia observa que cuando se critican los medios de comunicación masiva suele oírse la siguiente contestación:

si a la gente no le gustara lo que oye o ve, no compraría las cosas que se anuncian; las ventas son el mejor índice de la aprobación popular. Sin duda, las ventas han sido una indicación de cuánto gusta un producto. Pero que las ventas sean grandes, o no, tiene poca importancia para el punto central de la cuestión: los medios masivos de transmisión dan lugar a la formación de un público no crítico. Esta falta de juicio crítico se debe a que los medios **transmiten** información en vez de **comunicar**. No ofrecen oportunidad de respuesta.²⁰

Evidentemente, el mundo actual nos ha dado una nueva forma de ser espectadores u oyentes. Esta discusión sobre la pasividad no se

²⁰ **Ibid, p.296.**

basa en la oposición participante-espectador. Muchos críticos basan sus quejas de pasividad en la falta de participación en las actividades que exigen movimiento.

Ahora bien, si le damos al trabajador no unas pocas horas de la tarde, sino unos pocos días para sí, mostrará otra de sus caras y otro aspecto del tiempo libre de hoy. Necesita descanso y distracciones que no requieran esfuerzo y somníferos, pero, para aguantar la rutina del trabajo disciplinado y del cronómetro, necesita también periodos de ruido, turbulencia y violencia, como la fiesta con su color y su alcohol, o el campeonato deportivo entre barrios. El placer de divertirse es una parte considerable del empleo apropiado del tiempo libre del fin de semana. Por esta razón las actividades políticas y religiosas no se consideran actividades propias del tiempo libre: no son divertidas. Nada serio es tiempo libre, excepto si está en esa categoría que guía hacia el éxito. Las actividades políticas y religiosas no están ni en la categoría de la diversión ni en la del éxito. Las normas de la diversión están perfectamente controladas. El domingo es un día tranquilo y todos se van temprano a la cama. Y el lunes, de vuelta al trabajo.

El mundo comercial e industrial en que vivimos afecta aún en otro aspecto la idea moderna del ocio. En primer lugar, hoy se pasa el tiempo libre en compañía de cosas, llamadas a veces equipos, facilidades de productos de ocio –ya sea un aparato de televisión o una caja de música-. Esta característica se califica como parte del **materialismo americano**²¹. Su origen está quizá en la terminología socialista, en que el materialismo está directamente relacionado con

los medios de producción, refiriéndose esencialmente, en un sistema basado en el capital y la industria, a las fábricas. La comercialización del tiempo libre garantiza que éste se emplee colectiva y uniformemente. Cualesquiera accesorios del tiempo libre que se ofrezcan al consumidor han de ser comerciables. La educación orientada hacia el trabajo y la especialización que recibe el americano, combinada con la falta de una tradición de ocio, le deja abierto a las sugerencias del publicista, o, en escala local, del director, consejero o coordinador, como quiera que se llame, de actividades recreativas. Aún más, ser comerciable en un mundo industrial significa ser vendible a mucha gente.

De Grazia sugiere que quizá con la expansión de la maquinaria automática el tiempo libre aumente aún en contra de sus voluntades. El número de trabajadores no disminuirá en tanto se continúe comprando lo que ellos y las máquinas producen. Mientras más y más se produzca, más y más se comprará.

Menciona que punto por punto, las características del tiempo libre hoy como idea o actividad difieren del ideal clásico, en algunos casos son exactamente lo opuesto. Para comenzar, medir el ocio por el tiempo es imposible. El tiempo tiene su parada en el ocio. En el tiempo libre se convierte en una obsesión que lleva a algunos escritores a definir el ocio como tiempo no disponible (no comprometido).²² Sencillamente, esta idea no se puede aplicar al ocio. Cualquier cosa

²¹ De Grazia refiere que este término es poco común en Europa, excepto al referirse a América. Op. Cit. p.299.

²² De Grazia refiere que el problema de la obligación y el compromiso en el tiempo libre es la preocupación central en los trabajos de Dumazedier. Sin embargo para el autor en el tiempo libre, el descanso, la diversión, e incluso la elevación cultural del individuo

enmarcada en el tiempo, más corta que una vida no es ocio. Al no estar dividido por el tiempo, el ocio no sufre la fragmentación que sufre el tiempo libre. La actividad del ocio es principalmente una **actividad mental**.

El tiempo libre se opone al trabajo, es una ausencia temporal de trabajo, pero el ocio tiene tan poco que ver con el trabajo como con el tiempo. El que trabaja hace algo no por ello en sí, sino por el dinero o alguna otra cosa. Por tanto, eso no es ocio. Un hombre ocioso puede, sin embargo, estar atareado en algo que un observador inocente llamaría trabajo duro. La diferencia está en que su fin o propósito se eligió por la dicha actividad en sí.

Respecto a Marx, De Grazia señala que es de los pocos escritores que observan explícitamente una relación entre el ideal del ocio y la libertad, pues con el desarrollo y la expansión de la tecnología, el capitalismo, a pesar de sí mismo, creará tiempo disponible o sin trabajo, reduciendo así el tiempo de trabajo a un mínimo y dando a cada cual tiempo libre para su propio desarrollo. La libertad humana, afirma Marx, tiene como premisa fundamental la reducción de la jornada de trabajo. Va más allá al generalizar que el reino de la libertad está fuera de la producción. Para Marx el tiempo libre, que comprende el tiempo libre y el tiempo de ocio para una actividad superior, convierte naturalmente a aquellos que disponen de él en un tipo distinto de gente. Sin embargo, señala De Grazia, Marx confunde el tiempo libre con el ocio (incluso invierte los términos), pero reconoce

están emparentados necesariamente al trabajo, la familia y la sociedad. Op. Cit. p.307.

un tipo superior de actividad que podemos reconocer como la actividad del hombre ocioso.²³

En cuanto a la democracia, el autor se pregunta ¿Son compatibles la democracia y el ocio? La respuesta es: no. Para De Grazia hoy día en la democracia existe el tiempo libre, aunque en menos cantidad de lo que se cree; ocio no hay ninguno.

Y propone que el gobierno facilite ayuda estatal para el recreo. Dado que la persona se ve acosada por dos fuegos contrarios: uno, que debe comprar cosas; dos, que debe disfrutarlas en su tiempo libre, y dado que no puede comprar y tener tiempo libre simultáneamente, haga lo que haga no se encontrará satisfecho. Su recurso es emplear su papeleta de voto. Si la única forma de gozar la vida es tener cosas, y si todos deben tenerlas –ambas frases son *slogans* publicitarios-, el gobierno debiera proporcionar parte de los servicios. Si el gobierno se fortalece y se mueve con más confianza, la publicidad tendrá menos que anunciar, la inquietud del consumidor disminuirá, la demanda de productos decrecerá y el tiempo libre aumentará.²⁴

Para De Grazia el ocio se hizo apolítico. La libertad se limitó a la prensa libre y al sufragio, y más tarde, a la asociación del trabajo. Los medios masivos se encargaron del entretenimiento, manteniendo alejado al gobierno en nombre de títulos que ellos se apropiaron libremente: comunicación y prensa libre. Así, pues, el teórico de la política se encuentra con una doctrina en la que la urna expresa la elección política y el mercado la cultural.

²³ **Op. Cit. p.310.**

2.2 JOFFRE DUMAZEDIER ²⁵

Joffre Dumazedier (Francia, 1915) ha realizado los estudios sociológicos más importantes sobre el ocio, sus trabajos se han convertido en piedra de toque para cualquier investigador que se acerque a dicho tema.

Este autor parte del carácter ambiguo del ocio y hace referencia a la importancia del desequilibrio entre éste y el trabajo. Considera al ocio como un valor y hace énfasis en la importancia creciente del ocio en nuestra sociedad. Establece las diferencias de lo que éste significa para la sociedad, para los grupos y para el individuo. Asimismo, establece las funciones principales que puede tener. Por otra parte profundiza en la importancia de la dicotomía entre una actitud pasiva y una actitud activa, así como sus inconvenientes. Concibe un "nuevo hombre imaginario" a partir de las relaciones que establezca con su ocio y propone modelos de desarrollo para lograr que la sociedad viva de manera más plena su cultura. También considera que la mala utilización del ocio puede hacer que éste se convierta en un nuevo opio del pueblo.

Considera que la idea del ocio está lejos de estar integrada en los sistemas de pensamiento. Incluso ha sido descartada deliberadamente. Esa subestimación teórica podría engendrar sistemas de pensamiento sin vida. Para descubrir el problema general que plantea el ocio en la cultura contemporánea hay que considerar al ocio como un problema de importancia primordial. Aparece en el centro de la cultura que viven millones de trabajadores, está

²⁴ *Ibid.* p.316.

²⁵ Dumazedier, Joffre, *Realidades del ocio e ideologías* (1959) en *Ocio y sociedad de clases*, p.9-45.

relacionado con todos los grandes problemas del trabajo, de la familia o de la política.

El ocio es una realidad fundamentalmente **ambigua**. Tiene múltiples y contradictorios aspectos. Este tiempo está ocupado por actividades reales o posibles cada vez más seductoras. La industria de los ocios desborda la imaginación. Lo que importa es que el maquinismo ha aumentado el **desequilibrio**²⁶ entre el trabajo y el ocio. Si ha aligerado las tareas es en detrimento del interés y la libertad de las actividades. La expansión del número de automóviles, la multiplicación de las técnicas de difusión de masas, el desarrollo de agrupaciones o grupos han aumentado el placer de las actividades de ocio en proporciones incomparablemente más grandes que aquellas en que la máquina haya logrado hasta ahora disminuir el tiempo de trabajo.

En menos de cincuenta años el ocio se ha afirmado no solamente como un derecho, sino como un valor. Hoy en día el ocio "funda una nueva moral de la felicidad". Un hombre lo es completamente sólo cuando sabe aprovechar su tiempo libre. Martha Wolfestein anuncia la aparición de una **moralidad de la diversión**²⁷.

El crecimiento del ocio implica la disminución de las horas productivas. Por lo tanto si la técnica no puede reemplazar la pérdida de las horas del trabajo humano por una productividad que aumenta

²⁶ Las condiciones de ambigüedad y desequilibrio para conceptualizar el ocio son fundamentales en la tesis de Dumazedier.

²⁷ Dumazedier se refiere al trabajo de Martha Wolfenstein, *The Emergence of Fun Morality*, (1958). "El que no se aprovecha o no sabe aprovecharse de su tiempo libre, no es completamente un hombre, es un

debido al progreso de la mecanización o de la organización, el nivel de vida baja. Incluso si una nación puede disminuir las horas de trabajo, aun elevando el nivel de vida de los ciudadanos, quedará siempre la elección entre tres posibilidades:

- 1) Retardar la edad de empezar a trabajar prolongando el periodo escolar.
- 2) Avanzar la edad de terminar de trabajar avanzando la edad de jubilación.
- 3) Aumentar el ocio de la población activa.

El crecimiento de las prácticas y las necesidades de ocio corresponde a una tendencia general pero su progresión no es igual para todos los medios sociales. Hay nuevas disparidades y desigualdades que vienen a plantear viejos problemas sociales en nuevos términos.

El mismo ocio no tiene igual valor en todos los medios sociales, con relación al dinero, al trabajo, a la religión o a la moral. En cada medio los malentendidos y conflictos generacionales son agudos. El valor del ocio para la sociedad no es el mismo que para el individuo. Los deberes sociales y las aspiraciones culturales no tienen la misma relación con el ocio según se trate del público, de un individuo o de un grupo. Cuando el ocio se afirma como un valor se debe definir el tipo de ocio del cual se habla.

El trabajo moderno, mecanizado, dividido en exceso pierde su interés en provecho de las actividades paralelas. Para Marx el ocio es

hombre "sub-desarrollado", intermedio entre el hombre y la bestia de

“el espacio del desarrollo humano”. Para la mayoría de los sociólogos americanos es una “actividad libre no pagada, que aporta una satisfacción inmediata”²⁸.

Dumazedier llega a una definición que él considera completa: “el ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, sea para descansar, sea para divertirse, sea para desarrollar su información o su formación desinteresada, su participación social voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales”.

Existen tres funciones principales que pueden dar a la valorización del ocio diferentes sentidos para el desarrollo cultural o social:

1. El descanso. El ocio es reparador de los deterioros físicos o nerviosos provocados por las tensiones consecutivas al ejercicio de las obligaciones y particularmente del trabajo. A pesar del aligeramiento de las tareas físicas, el ritmo de la productividad, la complejidad de las relaciones industriales, la longitud de los trayectos del lugar de trabajo al lugar de residencia de las grandes ciudades, estas crean una necesidad de silencio, de reposo, de no hacer nada, de relajación, de pequeñas ocupaciones sin objetivo.

2. La diversión. Esta libera sobre todo del tedio. Puede ser un factor de equilibrio, un medio de soportar la disciplina y las violencias necesarias

carga”, Op. Cit., p. 14.

a la vida social. Esto explica la búsqueda de una vida de complemento, de compensación o de huida por el entretenimiento, la diversión, la evasión hace un mundo contrario al de todos los días. Estas actividades pueden ser reales, las cuales se basan en un cambio de lugar, de ritmo o de estilo (viajes, juegos, deportes, etc.), o actividades ficticias que se basan en la identificación y la proyección (cine, teatro, novela, etc.).

3. El desarrollo de la personalidad. Sirve para ampliar los límites del conocimiento práctico del medio cotidiano y de la especialización del trabajo. Permite una participación social más amplia, más libre y una cultura general del cuerpo, de la sensibilidad, de la razón, más allá de la formación práctica y técnica. Ofrece nuevas posibilidades de integración voluntaria en la vida de los grupos recreativos, culturales y sociales. Permite completar libremente los conocimientos intelectuales y afectivos y cultivar libremente las aptitudes adquiridas en la escuela, pero superadas constantemente por la evolución continua y compleja de la sociedad. Provoca que sean adaptadas **actitudes activas**²⁹ en el empleo de las diferentes fuentes de información tradicionales o modernas, espontáneas u organizadas. Crean nuevas formas de aprendizaje espontáneo o voluntario a lo largo de toda la vida. Pueden producir conductas renovadoras y creadoras en los ocios, así como aportar la posibilidad de un tiempo para la contemplación o la acción desinteresada. Puede suscitar disciplinas libremente escogidas para expandir la personalidad en un estilo de vida personal y social.

²⁸ "Todos los grandes doctrinarios sociales del siglo XIX han presentado, más o menos el advenimiento del ocio. Pero ninguno previo la ambigüedad de éste fenómeno". Op. Cit. p.28.

²⁹ Las actitudes activas son aquellas que se adoptan en el empleo de las diferentes fuentes de información como lo son la prensa, el cine, el radio o la televisión. Un ejemplo de esto se puede ver en el

Se ha pensado que es posible distinguir entre ocios activos y ocios pasivos. En realidad hay una actitud pasiva o activa y toda suerte de actitudes intermedias. La ambigüedad del ocio se vuelve a encontrar en cada una de las actividades que se realizan en el tiempo de ocio. Incluso desborda el plan particular de las ocupaciones del ocio hasta llegar al plan general de la cultura que viven millones de hombres. Esta cultura se compone de un conjunto de representaciones de la vida cotidiana y de actitudes con respecto ésta. Con el fin de favorecer la expansión de la personalidad como participación activa en la vida social, ésta cultura debe implicar interés por los problemas económicos, sociales, políticos, científicos y artísticos de la sociedad³⁰. De hecho, todo interés por la vida social y cultural está determinado por:

- 1) Las relaciones del trabajo o de la política con las ideas del ocio.
- 2) El equilibrio entre las diferentes funciones del ocio. Estas pueden ser recreativas o culturales, de evasión o de participación social.

En plena civilización dominada por la división del trabajo y las relaciones sociales que de ella derivan, el ocio desarrolla entre los trabajadores, y particularmente entre los obreros una situación y unas actitudes de artesano y de campesino que lo centran cada vez más sobre un trabajo que no es el profesional. "Suscita un **Homo Faber** de nuevo cuño, mucho más independiente que el otro con respecto al

incremento de encuestas realizadas por los medios de comunicación que implican la participación del público de manera directa.

proceso colectivo de producción, cada vez más reducido a un medio de ganar la vida". Surge un nuevo trabajo manual, que se caracteriza por ser individual y desinteresado. De hecho, puede equilibrar las tareas monótonas de la vida industrial o administrativa. Podría ser la base de una reflexión que podría ubicar al trabajo en la **civilización del trabajo**³¹. Es éste la posibilidad de una renovación de la cultura. Dumazedier pone como ejemplo a las personas que se dedican en su tiempo de ocio a la jardinería o a la construcción de su casa, no les interesa las cuestiones culturales y sociales, los medios de información no los utilizan. Son personas aisladas, artesanos que se han replegado sobre sí mismos.

Actualmente los juegos se encuentran fuera de sus cuadros rituales, se caracterizan por haberse multiplicado, diversificado y complicado. De igual manera se nos incita a participar en juegos y en concursos de manera constante. Esto ya no tiene ningún vínculo con acontecimientos rituales o tradiciones colectivas.

La **vida jugada** (término que Dumazedier toma de Caillois) se constituye en relación con la vida en serio como una **realidad secundaria** la cual afecta poderosamente nuestras actitudes diarias³². Se caracteriza por estar libre de toda obligación, se encuentra encerrada en unos límites espaciales y temporales que han sido determinados anticipadamente, esta regulada y es ficticia.

³⁰ Dumazedier reúne todas estas características en el concepto de "cultura vivida".

³¹ Esta "civilización del trabajo" se caracterizaría por ser una labor donde el interés no radica en la obtención de dinero, sino en el gusto de ser realizada.

³² Dumazedier se refiere al texto *Les jeux et les hommes* (1958) de Roger Caillois. Sin embargo el trabajo seminal sobre el tema es *Homo Ludens* (1951) de J. Huizinga.

Dumazedier, incluso, coloca el tiempo de vacaciones en esta categoría.

El juego es, actualmente, una exigencia de la cultura popular que ha nacido del ocio. Es capaz de realizar cambios profundos en la cultura de las academias, puede, incluso, posibilitar el humor en el contexto del compromiso social. Sin embargo la vida jugada puede desarrollarse afectando negativamente a la vida comprometida, ya que esta última podría ser despreciada u ocasionar una indiferencia hacia las responsabilidades sociales.

Por otra parte con el desarrollo del ocio ha habido una demanda en aumento de obras de ficción que ha sido satisfecha por el descubrimiento del registro de sonidos y de las imágenes en movimiento. Es así como el cine aporta un medio que no tiene precedentes. Ha pesar de la mediocridad de la masa de las producciones artísticas el gusto del público popular va en progreso. Las satisfacciones de la imaginación ocupan un lugar mucho más importante que en la cultura escolar. No obstante, se corre el riesgo de que los mecanismos de proyección y de identificación que desatan la ficción puedan atrofiar la capacidad de ser selectivo, crítico, comprensivo o explicativo, ya que la imaginación puede ocasionar una confusión entre el mundo de la realidad y el mundo de la ficción. "En lugar de aportar un sueño agradable, el placer de la ficción puede apartar de toda acción personal o empujar hacia acciones inadaptadas".

El ocio también es el tiempo de la información desinteresada. Esto se hace evidente en el hecho de que la gente dedica una parte

de su ocio a informarse, e incluso, a documentarse con regularidad y espontáneamente sobre cuestiones elegidas libremente. A partir de un estudio realizado en la provincia francesa, Dumazedier establece como los temas de mayor interés:

- 1) Los problemas del trabajo.
- 2) Complementos de cultura general.
- 3) Problemas científicos y técnicos.
- 4) Cuestiones económico-sociales y políticas.
- 5) La preparación para el ejercicio de una responsabilidad en las organizaciones.

A partir de estos datos, Dumazedier acuña el concepto de **ocio estudioso** y retoma el de **cultura continuada**³³. Esta técnica de las informaciones podría aportar cambios importantes en el contenido y la difusión de los conocimientos, ya que este ocio estudioso permite nuevas posibilidades de auto información y de auto educación. Sin embargo, aunque el público tiene el tiempo para mantenerse al tanto de la información carece de los medios para formarse, cultivarse o instruirse, lo cual conllevaría el reemplazo de la participación activa en la vida social por el mero placer de la conversación sobre ciertos temas de interés.

El ocio ha producido nuevas formas de relaciones sociales y de agrupamientos. Como espacios donde se desarrollan estas relaciones, se mencionan la taberna y el café. Estos lugares, que son considerados como lugares de cambios, implican diferentes motivaciones para los encuentros:

³³ El autor del cual toma el concepto de "cultura continuada" es G. Bachelard (1957).

- 1) El encuentro con los amigos.
- 2) Las relaciones con colegas o clientes.
- 3) La salida familiar.
- 4) La necesidad de discutir tras la salida de trabajo.
- 5) La necesidad de discutir tras una reunión, un espectáculo o un partido.

Sin embargo la sociabilidad más original es la de las organizaciones recreativas y culturales. Sin antecedentes, sin relación con las necesidades de trabajo, sin los imperativos de una práctica política o religiosa, su fin y actividades responden al ocio. Asimismo están abiertas sin importar el medio, la clase o el nivel de instrucción. Como ejemplo de estas organizaciones se mencionan a las agrupaciones de pesca, de bolos o de música en el medio obrero. En ocasiones éstas permiten que los líderes locales informen sin propaganda forzada, ayudan a elevar los niveles culturales y a permitir la educación mutua. En otros casos esas asociaciones son indiferentes a la participación en la vida cultural y social.

Fundamentalmente estas asociaciones permiten un intercambio fructífero entre personas de status social y nivel de instrucción diferentes. Y es que la tendencia de estas organizaciones es la de unificar los géneros de vida. A pesar de todo la estratificación social resiste a la presión de las organizaciones. En cuanto a su efecto en la empresa, los sindicatos, las organizaciones cívicas y políticas, se afirma que proporcionan cuadros de referencia y modelos de actividad.

Pareciera que estas asociaciones tuvieran la tendencia a crear sociedades marginales. Sin embargo, no están fundadas sobre el trabajo, sino sobre el ocio. Las clases sociales serían un impedimento de su realización, sus objetivos no irían dirigidos al futuro, sino al presente. Al separar a los hombres del campo de la producción y de las luchas derivadas de las relaciones sociales, se crea un "universo semiserio, semirreal, semimaginario". Esto implicaría que el hombre estaría alejado de su realidad, viviría en un mundo irreal donde, ni siquiera, su imaginación, sino la imaginación de los otros crearía este nuevo universo. En pocas palabras cuando un hombre no participa activamente en su sociedad, y utiliza su ocio inadecuadamente, vive en la evasión.

Dumazedier se pregunta si el ocio es el nuevo opio del pueblo. "Aunque producto de la historia, el ocio es vivido como un valor exterior a la historia. El hombre de ocio tiende a ser ingrato con relación al pasado e indiferente con relación al futuro. Esa no es una actitud activa de ciudadano y de trabajador, pero esa actitud existe y se desarrolla".

Es necesario preguntarnos no sólo qué cultura quiere nuestra sociedad, sino qué ocios desea. En este problema está implicado el futuro de la democracia. Es igualmente negativo un estado que obliga a sus ciudadanos a ocupar su ocio en la cultura y el servicio social, así como lo es un estado que permite que aquellos que negocian con el ocio con el único fin de beneficiarse a sí mismos creen necesidades de ocios pueriles o de prácticas de inadaptados. Una sociedad democrática no puede ser indiferente a la cultura vivida de su gente.

Debe haber una orientación social y cultural de las actividades de ocio que, al mismo tiempo, permita la libre elección. Esto implica una planificación pluralista que satisfaga tanto a la sociedad como al individuo. Para ello es necesario conocer las necesidades tanto de una como del otro. Se hace necesario así una investigación científica sobre el equilibrio adecuado de los contenidos de ocio y las necesidades de la sociedad, grupos e individuos. De esta manera Dumazedier propone la creación de una ciencia de las necesidades culturales.

2.3 ALAIN TOURAINE ³⁴

Touraine es uno de los sociólogos más prestigiados de la actualidad. Sus trabajos de investigación, en su mayoría, giran en torno a la evolución del trabajo obrero y a las actitudes obreras con relación al trabajo.

Para Touraine el problema fundamental de la cultura de los ocios radica en el grado de participación del individuo en su sociedad. No sólo considera la mecanización de los ocios, sino el efecto que producen en la sociedad. Por una parte lo que se ha considerado como pasividad social está relacionada directamente con la comercialización de los ocios; por otra la dicotomía socialización amplia -socialización estrecha es establecida para explicar la débil participación de los individuos en los problemas de su sociedad. En la actualidad la pertenencia a una comunidad es cada vez menos importante, lo cual hace que los ocios se dirijan a ser una elección individual. Esboza el problema de los ocios como un problema de carácter político, ya que conforme la sociedad se aleja de la problemática que le rodea y opta por la pasividad, su responsabilidad ante la toma de decisiones de los gobiernos se vuelve más endeble.

De acuerdo a este autor, si se definen los ocios como actividades fuera del trabajo, es necesario englobar bajo ese nombre la mayor parte de los rasgos culturales de una sociedad, tanto la vida religiosa como los juegos, la actividad política como el deporte.

En cuanto a la mecanización del trabajo, considera que esta prepararía la mecanización del ocio y nos dejaría indefensos ante los ataques repetidos de la propaganda. Al comparar los ocios de masa de la civilización industrial y urbana con el folklore o la vida cultural de civilizaciones rurales o poco industrializadas, en estos últimos casos, el contenido de las actividades fuera del trabajo puede ser enlazado con la vida profesional y social. Muy a menudo de la manera más sencilla: fiestas estacionales o profesionales, etc. De esta manera, se puede afirmar que las actividades libres, en el sentido de que son libremente escogidas e los tiempos de ocio, implican a la sociedad, es decir, implican una participación en la colectividad de la cual se forma parte.

Esta relación de los ocios con la experiencia social desaparece en las civilizaciones industriales evolucionadas por el doble hecho del desarrollo de las técnicas de comunicación y de la creación de ciudades o de zonas urbanizadas inmensas en las que el individuo se mezcla constantemente y, sobre todo en sus ocios, con otros que no pertenecen a la misma unidad concreta –categorías profesionales o unidades residenciales-, que él.³⁵

La ejecución del trabajo individual se encuentra sometida a la organización de la producción. Incluso, si puede asegurar una participación real de los trabajadores en las decisiones que orientan a

³⁴ Touraine, Alain, *Trabajo, ocios y sociedad* (1959), en *Ocio y sociedad de clases*.

³⁵ Con "categorías profesionales" y "unidades residenciales" el autor se refiere a la antigua cohesión que existía entre los integrantes de algún gremio o profesión. Las unidades residenciales, aplicadas a nuestro país se podrían ejemplificar como colonias, barrios e, incluso, vecindades. Los cuales antiguamente se caracterizaban por sus fiestas comunitarias.

la empresa, un número muy grande de obreros o de empleados realizan una tarea que no les da ni el más débil sentimiento de participación en la creación del producto acabado. El obrero, al perder su autonomía profesional, ha perdido también uno de los principios de su autonomía cultural³⁶. El trabajador reacciona con relación a su trabajo en función de las condiciones económicas y sociales en las que lo ejecuta, en función del salario que saca de él, de las relaciones jerárquicas e igualitarias en las que está colocado, de la cadencia a la que debe efectuarlo.

Retomando a Dumazedier afirma que el ocio no es solamente recuperación física, cumplimiento de deberes familiares y sociales, distracción o educación, sino todo eso a la vez.

Hoy, cuando los valores culturales están ligados a los productos elaborados colectivamente, éstos están determinados por la naturaleza de una civilización técnica y de los problemas sociales que plantea, la pasividad no es más que la manifestación psicológica de la sumisión o de la dependencia económica y social.

La **pasividad social** está relacionada con lo que se llama comercialización de los ocios. El consumidor no posee más que un débil control sobre el productor. La única opción

³⁶ Touraine contrapone el concepto marxista de "enajenación del trabajo" con los recientes intentos de las empresas privadas por involucrar a los trabajadores en sus labores a partir de la atención que se les presta a éstos en cuanto a la toma de decisiones. Para Touraine la enajenación del trabajo persiste. En cuanto al concepto de "autonomía cultural", el autor considera como uno de los elementos que lo componen la idea de "autonomía profesional": "El trabajo del labrador, del minero, del forjador de metales, da a esos trabajadores satisfacciones o insatisfacciones, penas o alegrías, es decir, una experiencia propiamente profesional que marca su vida, directa o indirectamente, por adhesión o rechazo". Op. Cit. p.95.

que tiene es la negativa a consumir más; esta negativa se ejerce más débilmente mientras más pasiva es la actitud del consumidor. La distancia entre el consumidor y el productor, la frecuente sumisión de éste a imperativos económicos, morales y políticos, son el principal problema de la civilización de los ocios³⁷.

La exposición a los ocios de masas es mayor para los adolescentes que para los adultos, debido a la aparición progresiva de la adolescencia como categoría social autónoma. El refuerzo de los enlaces sociales primarios (la familia, los amigos o, incluso, la pandilla), estén de acuerdo o en oposición a la ley, está ligado al débil grado de compromiso de esos adolescentes en la sociedad en la que viven: marginados cada vez más en sus perspectivas profesionales, los adolescentes abandonan todo esfuerzo de socialización amplia, para conformarse con una socialización estrecha, limitada a los grupos primarios de los que forman parte. El consumo masivo de los ocios mecanizados, lejos de entrañar una ruptura de los enlaces primarios, se acompaña de un desarrollo de estos enlaces³⁸.

La participación activa de los adolescentes en los grupos primarios, amistosos, de vecindad, casi- familiares, no es otra cosa que una compensación a la débil participación social y cultural. El contacto con los ocios de masa es a la vez la expresión de esta débil participación y el deseo de una participación mayor, en contacto con

³⁷ "En el caso del cine, se concede más importancia al simple cambio que representa la entrada, con regularidad, en una sala oscura, que al contenido del film". Op. Cit. p.99.

³⁸ Touraine fundamenta su afirmación al ejemplificar con la poca participación de las personas en su comunidad. Esto significa una preferencia por los enlaces primarios en detrimento de la sociabilización abierta.

situaciones que rompen ese mundo cerrado de las bandas y de las familias³⁹.

Si bien la industrialización arruina los enlaces tradicionales de la experiencia profesional, de los **roles** socio-profesionales y de las orientaciones culturales, las sociedades pre-industriales o las de los comienzos de la industria no presentan un estado más favorable al equilibrio psicológico. Las conductas psicológicas no parecen haber sido aun más raras en ellas aunque la sociedad tuviera sobre ellas un juicio diferente al que nosotros estamos acostumbrados⁴⁰.

En cuanto a los efectos de los **mass-media**, Touraine afirma que muchas actitudes expresadas con respecto a la **propaganda** difundida por éstos parecen justificadas cuando esta propaganda influencia a los individuos o a los grupos en sus decisiones y, sobre todo, cuando se trata de decisiones importantes, es decir, preparadas por una decisión de las actitudes cuyas fuentes penetran profundamente en el ser social. A causa de que los ocios se destacan cada vez más de los intereses sociales más inmediatos y más exigentes, el individuo es mucho más sensible a los temas menos explícitos y que le alcanzan en un nivel que no es aquel en que la propaganda, destinada a orientar decisiones, puede alcanzarle. Lo esencial de la propaganda política consiste en suministrar explicaciones. La acción de los mass-media en los ocios se ejerce al nivel del subconsciente o del inconsciente. De ahí

³⁹ Nuestro autor considera que la necesidad de participación en la sociedad no desaparece; al contrario, se transforma en un reforzamiento de la participación en los grupos primarios. Este fenómeno se ve aún más propiciado por los ocios mecanizados.

⁴⁰ Como podemos ver en el texto de Pedro Lain Entralgo, *Ocio y trabajo* en *Revista de Occidente*, Madrid, 1960, utilizado en este trabajo, existen enfoques contradictorios al respecto.

el extremo desarrollo de la imagen a expensas del discurso. Sin embargo, aún las revistas transmiten modelos culturales⁴¹.

La **retirada cultural** es una actitud ligada a una situación de dependencia o de marginalidad social. Pero los mass-media al mismo tiempo que mantienen frecuentemente esa retirada cultural y difunden modelos culturales tradicionales, participan en una sociedad que destruye esos modelos por su propio funcionamiento y que crea nuevos objetivos culturales⁴².

Los nuevos modelos culturales definen más las situaciones que las conductas. Los contenidos culturales son organizados alrededor de las nociones de progreso, de dominación y de control de las condiciones naturales y no entrañan ninguna regla de conducta social⁴³.

Los ocios constituyen, al menos aparentemente, un salto fuera de las reglas que ordenan la vida moral y social o una huida de las obligaciones o una liberación de las presiones. Aunque los medios culturales son masivos, la experiencia cultural, el contacto con los contenidos culturales está más individualizado que antes, ya que la masa de los participantes más que ser una masa abstracta, se

⁴¹ Un ejemplo de la influencia de los medios de comunicación en la toma de decisiones puede verse en nuestro país, donde las actitudes de los habitantes hacia los partidos políticos dependen esencialmente de los contenidos de programas transmitidos por la radio y televisión.

⁴² Hay "una contradicción casi constante, que está en el centro del papel jugado por los "mass media" en los ocios: distribuyen el vino nuevo en los odres viejos, para la mayor satisfacción de un público a la vez encerrado en su retirada cultural y ávido de participar en los temas culturales centrales de la sociedad". Op. Cit. p.106.

⁴³ Touraine distingue entre modelos culturales y la influencia, propiamente dicha, que transmiten o ejercen los medios masivos de comunicación, a fin de cuentas, considera que, si bien se presenta el

compone de individuos aislados los unos de los otros. La unión del hombre real y el hombre imaginario, en la imagen cinematográfica, define la doble naturaleza de los mass-media.

Haciendo referencia a la **tecnicidad** creciente de los ocios, afirma que ésta transforma la naturaleza del contacto entre el individuo y un gran número de valores culturales. La tecnicidad elimina toda aproximación normativa, en la medida en que ésta, tradicionalmente, implica un cierto código de conducta. La ausencia de **significación objetiva**⁴⁴ de muchos aspectos de la cultura, permite a cada uno establecer entre el elemento de cultura y él un enlace directo, personal, en parte incomunicable. La tecnicidad aparece como una condición necesaria de la liberación de las reglas, de las leyes, como una aproximación lúcida y sincera al otro: la técnica no expresa los sentimientos, los separa de las convenciones sociales y morales y establece una relación clara, pero secreta entre los participantes. Esto puede ejemplificarse con las diferencias que existen en cuanto al comportamiento de los jóvenes en un baile hace cincuenta años y en la actualidad. Los conciertos masivos nos pueden ilustrar al respecto.

Este desapego de reglas y de modelos de conductas reconocidos o impuestos socialmente, es la verdadera medida de la existencia de los ocios. Materialmente, el tiempo libre ha aumentado desde hace cien años más rápidamente que el tiempo de trabajo, tanto al nivel de la semana, como al nivel de la vida. Pero más

fenómeno de la influencia, las personas son capaces de modificar los modelos culturales transmitidos.

⁴⁴ La "significación objetiva" puede entenderse como la orientación de los contenidos en un mensaje, lo cual significa, entre otras cosas, que ya no existen códigos de conducta a seguir.

importante todavía es el progreso de la actividad libre, el paso de la cultura a los ocios y más especialmente del folklore a los ocios.

Esta transformación es tan profunda que el término **ocio** por útil y revelador que sea, parece a veces insuficiente. Es preferible hablar de **conductas orientadas y no reguladas**⁴⁵. El paso de conductas reguladas social y moralmente a la acción libremente orientada hacia objetos y valores exigen tanto más del individuo, cuanto menos separados están de él por el laberinto de los códigos. Si la era de los **particularismos culturales**⁴⁶ se difumina, la de la participación organizada de todos en la cultura común, comienza. A esta posición colectivista se opone, naturalmente, el liberalismo de los países ricos, ya que para éstos mientras más dividida se encuentre una sociedad es mejor.

Tal posición significa la desaparición misma del sentido fundamental de las actividades de ocio, es decir, la libertad de conducta del individuo en la participación de ciertos objetivos culturales. Esta negación de los ocios, su asimilación a mecanismos controlados de asimilación de normas sociales y culturales, es una amenaza presente en todos los esfuerzos desplegados para la definición y la imposición de una moral laica, de una ciencia absoluta

⁴⁵ Con el concepto de "conducta orientada y no regulada", central para entender la posición de Touraine respecto a los ocios, se hace referencia a la capacidad individual para orientar su tiempo hacia donde cada individuo quiera y al hecho de que esta elección no está regulada por la sociedad.

⁴⁶ Para ejemplificar el desarrollo de los "particularismos culturales" el autor se refiere a la vida religiosa, donde distingue al menos tres momentos: "(...) Primero la religión (...) tradicional (...), conducta de sumisión y de dependencia del hombre, con relación a un orden a la vez natural y sobrenatural con el que debe conformarse, religión en la que los ritos y obligaciones juegan un papel central. A continuación, la pertenencia a una iglesia -o a una secta-, es decir, a una organización social, fuertemente ligada a la sociedad circundante". Finalmente, "la religión se convierte en ocio, es decir, actividad orientada y no regulada, personal y secreta (...). El católico y el no católico ya no viven en sociedades y mundos diferentes, viven solamente experiencias diferentes". Op. Cit. pp.110-111.

del hombre y de la sociedad. Simultáneamente, el desarrollo de los ocios acarrea una súbita individualización de las conductas de ocio que parece debilitar la presión política y social gracias a la cual ha podido obtenerse el acceso a todos los ocios y la cultura⁴⁷.

Al hablar de la **desestratificación de las conductas populares** considera que parece que los mass-media, al desbordar por su acción a los grupos sociales y a las organizaciones sociales particulares, debilitan las diferencias debidas al status socioeconómico. Porque estas parecen ser tanto más reales cuanto más reducida y organizada es la comunidad que se considera, cuyas características, y en particular las jerarquías, son claramente reconocidas por sus miembros.

Touraine llega a aceptar que en una situación social en la que se mezclan categorías sociales muy diferentes, al menos geográficamente, como en una gran metrópoli, las diferencias entre las categorías socioeconómicas pueden reducirse a niveles de participación diferentes, de tal manera que la igualación de las condiciones económicas arrastra progresivamente a una participación de los tipos de ocio.

Es así como llega a definir los **ocios modernos** como la ruptura de la pertenencia social y las actividades culturales. Las actividades privilegiadas luchan contra esta ruptura subordinando la posesión de ciertos bienes culturales a la pertenencia a agrupamientos y asociaciones cuyo reclutamiento es agrupado por ellas. Se constata

⁴⁷ Un ejemplo de este fenómeno puede verse en la amplísima gama de posibilidades que ofrece Internet. La globalización de la información, a la vez que permite la libre elección del individuo, también favorece la creación de asociaciones que, justificada o

una estratificación social de la práctica de los ocios al mismo tiempo que una desestratificación de los mismos ocios. La mayor homogeneidad del contenido de las actividades, se acompaña de un **tabicamiento** en su forma social.

De acuerdo con D. Riesman⁴⁸ hay tres tipos de cultura:

- 1) La tradición.
- 2) La vida interior del individuo.
- 1) El juicio de los demás.

En una cultura tradicional, elaborada, sobre todo, al nivel de la experiencia profesional, los valores culturales están ligados, a menudo, a los objetos, a los medios materiales de satisfacer necesidades y creencias. El grupo social es un **medio de cultura**, a veces un actor colectivo de las prácticas culturales. En una sociedad como la de los Estados Unidos, las relaciones sociales se convierten en un objetivo cultural; ya no es la comunidad concreta la que cuenta, sino el funcionamiento de la vida social. Si la vida social se convierte en un objetivo, los individuos se encuentran liberados del peso de su pertenencia. La pertenencia a la comunidad deja de ser un status adscrito (*ascribed*), para convertirse en un status adquirido (*achieved*)⁴⁹.

injustificadamente, han dado pie para que estas libertades sean limitadas por los grupos conservadores.

⁴⁸ Se refiere a la obra *The lonely crowd* (1950). Cfr. Munné, Frederic, *Sociología del tiempo libre*, p.71 y sigs.

⁴⁹ Touraine, a final de cuentas, considera que una de las características más importantes en cuanto a la evolución de la cultura de los ocios, es que éstos ya no están determinados por la necesidad del individuo por reforzar sus lazos que lo unen a una comunidad, sino a sus preferencias personales.

2.4 ALESSANDRO PIZZORNO ⁵⁰

Alessandro Pizzorno (1924), sociólogo italiano que ha centrado su labor principalmente en los problemas del trabajo femenino, la participación en la vida de los partidos, la sociología industrial y la teoría de las clases sociales.

Pizzorno se propone establecer una diferencia entre las necesidades del ocio y las necesidades de consumo. Considera que la necesidad de consumo es la motivación para trabajar más. Haciendo una breve revisión histórica compara la actitud de la burguesía hacia la nobleza y encuentra que el intento de imitación de la primera no corresponde a la actitud del proletariado hacia las capas superiores. Las reivindicaciones van más dirigidas hacia obtener un mayor nivel de consumo y mayores posibilidades de ocio. Es así como se puede hablar de una nueva moralidad de consumo. Esto ha traído como consecuencia una innovación en el consumo de masa. Los ocios y su utilización son cada vez más diversos.

Para Pizzorno, el tiempo de los ocios es aquel en el que se consumen los productos del trabajo social. El fenómeno del ocio se opone al fenómeno de la acumulación. Sin embargo, ocio no necesariamente significa consumo. Al contrario, en un cierto estadio de desarrollo económico, es preciso considerar, inclusive, que las necesidades de ocio y las necesidades de consumo son antagónicas.

⁵⁰ Pizzorno, Alessandro, *Acumulación, ocios y relaciones de clase* (1959), en *Ocio y sociedad de clases*, p.121-139.

En este caso ocio significa esencialmente **reposo**. Cuando las necesidades de consumo aumentan, es necesario sacrificar una parte de los ocios. Pero esto no es verdad más que cuando el tiempo en el que no se trabaja es un tiempo prácticamente saturado por el consumo de bienes industriales.

Entonces el aumento de este tiempo libre acaba por ser necesario a una expansión de la demanda de los bienes: ya no se incita solamente a la población a trabajar más, sino también a consumir más. En ese momento, necesidad de ocio y necesidad de bienes de consumo tienen tendencia a convertirse en complementarias⁵¹.

Los modelos de conducta que se refieren a los ocios varían según la posición de un grupo o de una persona en las relaciones de clase. Un grupo o una persona subordinados pueden luchar frente a la clase o grupo superiores por la imitación de sus comportamientos sociales, esencialmente en materia de consumo. Sin embargo, hay otra alternativa, la de la separación neta y la del rechazo, de parte de una clase, de los valores y modelos de la clase superior, en beneficio de la creación y de la afirmación de valores autónomos⁵².

En las condiciones de economía monetaria y de separación entre comportamientos de trabajo y comportamientos de ocio, la alternativa se sitúa entre la imitación de los modelos de consumo propios de las clases superiores, de una parte, y la creación de valores

⁵¹ En este sentido, se puede hablar de una "enajenación de los ocios" debido a la comercialización de éstos.

⁵² Este fenómeno se puede apreciar claramente en la actualidad y en nuestra sociedad si tomamos como ejemplo la oferta de consumo que existe en el mercado de la música, así como la proliferación de diversos términos para definir la gama de géneros y subgéneros disponibles.

de *oposición* que puedan justificar el esfuerzo de acumulación de la otra.

Para describir estos comportamientos Pizzorno distingue dos momentos en la ideología del trabajo:

1) el momento de la **ética protestante**: frugalidad, templanza, ahorro, dedicación en el trabajo, el éxito en el trabajo como valor a alcanzar, la propiedad justificada por su fundamento en el trabajo. Estas actitudes han permitido, a través de la empresa privada, la acumulación del capital y el desarrollo extraordinario de la sociedad capitalista moderna. Esta actitud transfirió los valores de la fiesta al trabajo, del *otium* al *negotium*. Este tipo de ética del trabajo es el que ha trazado el concepto de **tiempo libre**. Sólo una moralidad que pone todos sus valores en el trabajo, puede trazar una separación neta entre el momento de trabajo y el momento de ocio, hacer que el segundo sea función del primero.

2) Anteriormente, al menos en lo que concierne a las tomas de conciencia culturales, la distinción no se planteaba tan netamente: la fiesta, incluso en sus contenidos particulares, modelaba y celebraba el trabajo. Cuando la posición de la fiesta en el trabajo se convierte en un criterio para juzgar al hombre, aparece un segundo momento, y encuentra su definición, que es el ocio; aun siendo secundario, puede constituir también una compensación y una recompensa psicológica al trabajo y al esfuerzo del hombre, mientras que la ociosidad, antigua sede de las **humanidades**⁵³, se convierte en sede del pecado.

⁵³ Este término abarca el concepto de Humanidades como era concebido en el mundo grecolatino, donde el momento de la reflexión, por ejemplo, era valorado.

La burguesía (la clase de los empresarios privados) jugó el papel que ha caracterizado el crecimiento del capitalismo moderno debido a su posición particular con la clase dominante, la nobleza. La burguesía sólo podía afirmarse de cara a la clase dominante más que creándose modelos propios y valores autónomos. La condición fundamental de la clase burguesa en la actualidad es la dependencia con relación a los modelos de las clases dirigentes extranjeras a los que trata de aproximarse, gracias a los modelos de consumo y de ocio similares a los de los modelos occidentales⁵⁴.

La ideología del proletariado, a través de Marx, ponía al trabajo como esencia específica del hombre. Toda teoría del trabajo enajenado, reposa sobre esta concepción del trabajo como actividad **esencial** del hombre. Para esta teoría, las actividades de consumo y de ocio cuando se convierten en **objetivos únicos y finales** degeneran en actividades animales. La nueva ideología del trabajo se oponía a la que había sido fundada sobre la acumulación, puesto que ella veía al trabajo separado de la propiedad. Esta posición solamente habría podido lograr el éxito en el caso en que las distinciones y las distancias entre las clases hubiesen sido de la misma naturaleza que las que habían separado la burguesía de la nobleza.

Sin embargo, las reivindicaciones reales del movimiento obrero en el régimen capitalista han considerado sobre todo el nivel de consumo y las posibilidades de ocio. De una parte, las reivindicaciones de salario, de la otra, las de una disminución de la jornada de trabajo.

⁵⁴ Este hecho se hace evidente sobre todo en los países en vías de desarrollo, cuya burguesía se complace en imitar los modelos desarrollados por países extranjeros.

Todo lo que era, contrariamente, reivindicación de un nuevo orden social, fundado sobre el trabajo, perdió su envergadura con el tiempo, y sobre todo, con la mejora del nivel de consumo y del ocio⁵⁵.

Esta transferencia de reivindicaciones, se realizó, sobre todo, gracias al potencial de asimilación contenido en el consumo de masa, mucho más que al potencial de ascender socialmente. Este aburguesamiento en la actualidad es una nueva moralidad que se ha descrito como una **moralidad de consumo**⁵⁶.

La lógica de la producción en masa implica, en efecto, no solamente la elevación en el nivel de vida, sino también la progresiva desaparición de esos tipos de consumo que son simbólicos de privilegio y, por ello, de status social. Las desviaciones en los niveles de consumo, aunque muy importantes, tienen tendencia a convertirse en cuantitativas más que en cualitativas. Por esta posibilidad de confrontación, de homogeneidad cualitativa se realiza la difusión de los modelos en materia de consumo y, a través de ella, de los ideales de género que son los de la clase superior⁵⁷.

Respecto a la función social de los ocios, Pizzorno afirma que donde se realizan las condiciones de **carrera profesional**⁵⁸, las

⁵⁵ Con esta afirmación Pizzorno no sólo subraya la importancia del ocio en la sociedad, sino, inclusive, su preponderancia sobre la cultura del trabajo.

⁵⁶ Lo cual significa que a un obrero ya no le interesa tanto su lugar en la escala social como su capacidad de consumo.

⁵⁷ Pizzorno pone como ejemplo el hecho de que para un trabajador un Chevrolet representa lo mismo que un Cadillac, en el sentido de que lo que le importa es la posesión y posibilidades que un automóvil implica, no tanto igualarse con las clases superiores.

⁵⁸ A partir del concepto de "acumulación de trabajo" esta condición se define como "la acumulación de todas las adquisiciones de experiencias en las que se intervino durante la realización de las

motivaciones de trabajo y las del ocio tienen tendencia a mezclarse. Las relaciones mantenidas en los tiempos de ocio son funciones directas de las relaciones y de las aspiraciones de carrera.

Pizzorno establece una distinción entre diferentes tipos de ocio a partir del concepto de **transferencia del principio de la acumulación de los ocios**⁵⁹:

- 1) Un individuo persigue una serie acumulativa de experiencias que le han sido prohibidas en el trabajo. Los resultados de las experiencias así adquiridas pueden relacionarse con la situación del trabajo y aspirar a romper el círculo de la repetición o acrecentar las experiencias de carrera o profesión.
- 2) Tener un fin en sí, de desarrollo profesional, lo que subjetiva u objetivamente tendrá sus efectos sobre la situación social de la persona. No es una situación de la acumulación de la experiencia, sino que la experiencia personal se usa para obtener la seguridad en las relaciones sociales que permiten a la persona ser **reconocida** como no lo es en su trabajo⁶⁰.

tareas de su vida de trabajo y cuyo valor técnico se convierte en cada vez mayor". Op. Cit. pp.133 y sigs.

⁵⁹ Con este concepto, Pizzorno se refiere a las actividades realizadas durante el tiempo de ocio y que debido a su repetición implican un objetivo.

⁶⁰ En este tipo de ocio podemos apreciar una actitud que implicaría un reforzamiento de las relaciones sociales fuera del trabajo. Cfr. Touraine, Alan, *Trabajo, ocios y sociedad*, en *Ocio y sociedad de clases*, p.93-119.

- 3) El rechazo puro de los comportamientos de acumulación, en la evasión o simplemente en el descanso⁶¹.

Pizzorno delimita la innovación en los comportamientos de ocio a partir de que la producción de masa no conduce a la uniformidad, como se había temido en sus primeras manifestaciones, sino, al contrario, permite la innovación a partir de los niveles medios de consumo. Anteriormente, el consumo nuevo aparecía primero en los medios dominantes para propagarse enseguida por imitación. Ahora, puede haber **innovación** en el consumo de masa, sin que haya recibido la iniciación de las clases superiores⁶².

El consumo de ciertos bienes o servicios o el goce de ciertos servicios pueden quedar durante mucho tiempo limitados a una clase o a un medio social privilegiados. De ello se deduce que este bien o este servicio se presentan al gran público de los consumidores investidos de un cierto coeficiente de prestigio social.

Este fenómeno asegura también una innovación en el consumo. Se produce una especie de experimentación social de los nuevos objetos económicos antes de que se hayan difundido entre los más

⁶¹ Pizzorno desarrolla un concepto que sería equivalente al de un capital obtenido a través de la acumulación de los ocios. Por otra parte este rechazo de los comportamientos de acumulación puede remitirnos a la preocupación de Dumazedier acerca del ocio como "nuevo opio del pueblo". Cfr. Joffre Dumazedier, *Realidades del ocio e ideologías*, en *Ocio y sociedad de clases*, p.9-45.

⁶² Este fenómeno puede apreciarse en la sociedad mexicana, donde las clases sociales medias o bajas han desarrollado sus propios comportamientos. Por ejemplo las actividades desarrolladas por los graffiteros.

vastos círculos de los consumidores. La clase y el grupo social juegan el papel de innovadores y experimentadores⁶³.

En una situación de producción de masa existe de una parte la tendencia hacia la anulación de los símbolos de clase que se manifiestan en los consumos privilegiados y de otra una tendencia contradictoria a subrayar las distinciones sociales con el fin de crear nuevas necesidades diferenciadas⁶⁴.

⁶³ El autor pone como ejemplo cómo los sitios de interés turístico pueden ser visitados en primera instancia por un grupo social privilegiado. Posteriormente dado el prestigio social que han adquirido estos sitios se vuelven lugares de interés para grupos sociales inferiores.

⁶⁴ En la actualidad, la globalización de la información ha permitido que diferentes expresiones culturales convivan. Por otra parte la segmentación del mercado en estratos cada vez más pequeños y especializados ha producido que el consumidor tenga mayores opciones entre las cuales elegir. Más que hablar de una moda, debe hablarse de modas.

2.6 LUIS RACIONERO⁶⁵

Luis Racionero es ingeniero, economista y máster en urbanismo, destaca su trayectoria de análisis y crítica cultural, así como estudios sobre Leonardo da Vinci y la cultura del Renacimiento.

Racionero pretende establecer una diferencia entre el ocio surgido en Atenas y la negación del ocio surgido en Roma. Considera que dentro de la sociedad económica avanzada se presenta una contradicción: pretender **automatizar y mantener el pleno empleo**. Dicha crisis es debida al desfase entre el nivel tecnológico de los países nórdicos y la mentalidad laborista que aún los dirige. Esta crisis deviene un fenómeno: **el paro** (tema central en su ensayo). La solución que Racionero propone es el **ocio con dignidad**, el cual consiste en que el obrero trabaje menos horas para eliminar el paro y que lo producido por la máquina se reparta, eliminando la plusvalía. El autor observa que a partir de la rivalidad entre obrero-máquina surge el gran problema de la producción capitalista donde lo importante no es encontrar productores y duplicar sus fuerzas, sino descubrir consumidores, crearles necesidades ficticias; de esta manera surge **la sociedad de consumo**.

Racionero considera que la noción de ocio aparece cuando unos trabajan y otros no. Menciona que en el esplendor del siglo de Pericles en Atenas una sociedad de ciudadanos ociosos discutía de todo lo divino y humano mientras los esclavos trabajaban. Posteriormente, en Roma aparece la noción de negocio, *nec-otium* o negación del ocio. El límite del sistema económico industrial, vigente

⁶⁵ Racionero, Luis, *Del paro al ocio*.

en nuestros días, le viene impuesto por dos fenómenos: el paro y la inflación.

La solución a estos fenómenos consiste en que se dé un cambio de mentalidad, se abandone el pensamiento laborista que rige en los países nórdicos⁶⁶, de manera que todas las personas trabajen menos horas, con lo cual no habrá paros, y que el producto producido por las máquinas se reparta eliminando plusvalías, de modo que todo el mundo cobre lo necesario como para mantener su nivel de vida como cuando trabajaba 40 horas. Lo cual permitiría un *otium cum dignitate* (ocio digno).

Se alcanzaría otra vez una civilización del ocio, pero esta vez a un nivel superior, sin esclavos, como en Grecia o Roma, porque ahora el trabajo necesario de los esclavos lo pueden hacer las máquinas. Retoma del Evangelio aquella parábola en que Jesucristo, con visión profética, recomienda pagar al último obrero, que ha trabajado menos horas, lo mismo que al primero.

A medida que la máquina se perfecciona y sustituye al trabajo humano, el obrero, en vez de aumentar en forma directa su reposo, redobla su esfuerzo como si quisiera rivalizar con la máquina. De ahí que el paro sea un problema estructural del propio sistema⁶⁷. Para dar

⁶⁶ Según el autor, cuando Unamuno dijo "¡qué inventen ellos!" tenía seguramente más razón de la que supusieron sus contemporáneos: los nórdicos sirven para inventar y producir, ahora que ya se ha producido, son los mediterráneos quienes deben organizar la vida y la sociedad para disfrutar la abundancia en vez de vivir supeditados a ella. Op.Cit. p.16.

⁶⁷ Racionero nos dice que el paro de los años ochenta (años en los que se basa su ensayo) es un problema estructural, de largo plazo, producido por una contradicción dentro del propio sistema capitalista, al pretender automatizar y mantener el pleno empleo. Op.Cit. p.15.

libre curso a dicha competencia entre el obrero y la máquina, los proletarios abolieron las leyes que limitaban el trabajo de los artesanos en las antiguas corporaciones y suprimieron los días de fiesta.

Retoma a **Lafargue**⁶⁸ señalando que la clase trabajadora se vuelca ciegamente al trabajo y la abstinencia, con lo que la clase capitalista se ve obligada a la pereza y goce forzados, a la improductividad y al sobreconsumo de los productos que aquella fabrica desordenadamente. Ante dicha situación de los obreros trabajando en exceso y vegetar en la abstinencia, el gran problema de la producción capitalista no es ya encontrar productores y duplicar sus fuerzas, sino descubrir consumidores, excitar sus apetitos y crearles necesidades ficticias. De esta manera se pone en evidencia un problema que sigue vigente aún 120 años después de dicho panfleto: el de **la sociedad de consumo**.

Este mismo tema, nos dice Racionero, ha sido abordado por **Galbraith**⁶⁹ demostrando cómo la ley de oferta y demanda no funciona con la pretendida libertad por el lado de la demanda, porque los fabricantes no sólo establecen la oferta sino que, además, por medio de la publicidad guían la demanda hacia la compra y consumo que más les conviene. De manera que la supuesta libertad del consumidor no existe, porque éste no maximiza su utilidad personal, sino que responde a las consignas que le insinúan, a través de la prensa, radio, carteles y televisión, los persuasores ocultos.

⁶⁸ Paul Lafargue, yerno de Marx, en un panfleto proclama el "*Derecho a la Pereza*", escrito en 1880.

⁶⁹ John K. Galbraith, según Racionero, autor tan académico y tan poco sospechoso de marxismo, publica en 1967 *The new industrial state*. Op. Cit. p.115.

Establece como la primera característica de una sociedad postindustrial el hecho de que la fuerza de trabajo no se ocupa ya, en su mayoría, en la agricultura o en las fábricas sino en los servicios, que incluyen, además de las oficinas empresariales, el comercio, las finanzas, el transporte, la sanidad, el recreo, la educación, la investigación y la administración pública.

2.7 OBSERVACIONES SOBRE ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS

Hasta ahora hemos visto las posiciones teóricas de nuestro tema de estudio, sin embargo consideramos que es necesario establecer nuestra propia definición conceptual sobre las categorías que se han abordado y que nos llevaron a la realización del portafolio. Es importante aclarar que estas definiciones más que ser categóricas pretenden ayudarnos en la metodología del trabajo. Como hemos visto términos como *tiempo libre* y *ocio* se manejan con diferentes significados, e incluso, indistintamente. Por lo que las definiciones que presentamos a continuación son la manera en que nosotros las interpretamos.

Sociedad de consumo: sociedad de un país industrializado en la que cubiertas las necesidades elementales de la mayor parte de la población, la clase dominante a través de los medios de comunicación proponen bienes de consumo que provocan un gasto constante y con ello la preservación del sistema.

Tiempo libre: tiempo que dispone la persona después de realizar sus actividades laborales y que puede utilizar para descansar, divertirse o recrearse, desarrollarse intelectual y espiritualmente, dedicarse a la contemplación o participar en actividades sociales.

Ocio: dentro del tiempo libre, es el tiempo que el hombre le dedica a sí mismo, es decir, donde realiza actividades como la contemplación o la reflexión y que lo llevan a enriquecer y mejorar su persona.

Cuando se hace referencia al aprovechamiento del tiempo libre dirigido al descanso, se entiende en el sentido de la necesaria

recuperación física y mental realizando actividades sin un fin determinado; a la diversión cuando se rompe con la monotonía y rutina de lo cotidiano; y al desarrollo de la personalidad cuando elimina los hábitos que limitan el comportamiento auténtico del ser humano, permitiéndole una mayor y libre participación en el ámbito social que le rodea.

CAPÍTULO 3

EL FENÓMENO DEL TIEMPO LIBRE EN MÉXICO

En el presente capítulo trataremos de acercarnos al tiempo libre en México basándonos sobre todo en la experiencia fotográfica, puesto que poco se ha escrito sobre el uso del tiempo libre de los mexicanos, siendo esta una de nuestras primeras limitantes metodológicas.

Es por ello que el presente ensayo se ha desarrollado en base a la bibliografía existente sobre el ocio, básicamente de autores extranjeros, considerada como “clásica” y de referencia obligada. Pero en el caso nacional la bibliografía es mínima, tal vez porque se considera al ocio como un tema implícito dentro de otros como cultura, deporte, recreación, juego, etc.; es decir, el ocio como un tema tocado tangencialmente dentro de aquellos fenómenos sociales a los que sirve de base para que su existencia sea posible.

Cabe hacer mención que encontramos a uno de los autores mexicanos que se preocupó por el análisis del tiempo libre como tema específico: **Carlos Monsiváis**, que en su ensayo *Imágenes del tiempo libre* plantea una serie de preguntas que en la actualidad siguen vigentes y, en el mejor de los casos, resueltas parcialmente:

“¿Qué es el tiempo libre, cómo se manifiesta en México, cómo se invierte y cómo se despilfarra? ... ¿Qué ha generado el ocio en la sociedad mexicana? ¿Cuál es la noción de tiempo libre en un país en vías de desarrollo?”⁷⁰

Para Monsiváis, el tiempo libre es una “noción oficial, un concepto que reafirma el sistema”⁷¹. Y el sistema es la existencia de un capitalismo dependiente de un Estado y de un Gobierno que

⁷⁰ Monsiváis, Carlos, *Imágenes del tiempo libre en Días de guardar*, ERA, México 8ª edición, 1980, p.145-163.

⁷¹ Ibid, p.146.

“concilia” las diferencias de clase. Y el tiempo libre es el espacio ideal que unifica a la sociedad por medio de la “cultura”, forma ilusoria que encubre la lucha de clases, la explotación del hombre y la existencia de un ocio extraído del trabajo de las mayorías, ello da pie a la existencia de una “clase ociosa”, es decir, la existencia de las masas cuyo tiempo libre es difuso y fraccionado, con todas sus secuencias de enajenación, consumismo, monotonía, etc.

Otro de los autores encontrados es **Gabriel Careaga**⁷², quien desarrolla su teoría siendo implacable con la clase media, señalando que ésta trabaja sólo para conseguir dinero, que es una clase arribista que busca el status y el ocio burgués.

“Ocio y trabajo, desgraciadamente, son formas de vida enajenada que no pueden separar los hombres y mujeres de la clase media”⁷³. Enajenación porque la clase media no sabe qué hacer con el ocio y lo ocupa en “el mundo de la publicidad ... y la fetichización de la mercancía”⁷⁴.

También encontramos un reportaje publicado en la revista del Instituto Nacional del Consumidor⁷⁵ que señala que el consumismo del ocio, es decir, denuncia la relación del tiempo libre como sinónimo de gatos y derroche, pues “en los tiempos que corren, parecería que quedarse en cama, y durmiendo, es una de las pocas posibilidades de disfrutar del ocio sin comprar ni consumir nada”⁷⁶. La televisión es el

⁷² Careaga, Gabriel, *Mitos y fantasías de la clase media en México*, Joaquín Mortiz, México 8ª edición, 1980.

⁷³ Ibid, p.187.

⁷⁴ Ibid, p.207.

⁷⁵ *Ocio y consumo: cuanto cuesta no hacer nada* en *Revista del consumidor*, núm.40, INCO, México, junio 1980, p.22-27.

⁷⁶ Ibid, p.22.

principal factor que condiciona al consumo enajenante por medio de la publicidad, aunque en parte esta situación es el resultado de la estructura urbana: falta de áreas verdes y espacios recreativos, deficiencia de los medios de transporte colectivos, abuso del automóvil con la consecuente insuficiencia de las vías de traslado, servicios recreativos fuera del alcance económico de las mayorías y actividades culturales poco difundidas entre la población.

Por otra parte Emmanuel Carballo⁷⁷ indica que el tiempo libre "es materia prima con la que trabaja una nueva industria, la del espectáculo, que hace consumir al individuo juegos, películas, periódicos y revistas, libros, reuniones sociales, del mismo modo enajenado y abstracto en que consume las mercancías que compra"⁷⁸. Y una de las actividades más socorridas por esta industria es el deporte, "que manipula a millones de personas y las convierte de posibles es del deporte en espectadores deportivos y luego en consumidores que devoran programas deportivos como cervezas y papas fritas"⁷⁹.

Ahora, como vimos en capítulos anteriores hay quienes ven al tiempo libre como descanso, recompensa, escape o preparación para el trabajo. Para ellos evidentemente el tiempo libre es solamente tiempo de no trabajo. Para otros el tiempo libre debe buscar la liberación del ser humano fuera del trabajo, por lo que el tiempo libre se convierte así en tiempo de ocio que esta representado por el conjunto de ocupaciones en las que el individuo se puede dedicar voluntariamente a divertirse, a desarrollar su información

⁷⁷ Carballo, Emmanuel, *El tiempo libre y los dueños del tiempo* en *Revista Tiempo Libre*, núm. 26, Uno más uno, México, noviembre 1980.

⁷⁸ *Ibid*, p.34.

desinteresada, su participación social voluntaria o su libre capacidad creadora después de estar desligado de sus obligaciones laborales.

De lo anterior salió parte el material fotográfico, pues lo que buscamos era captar el momento en que el mexicano desarrolla su tiempo libre o su tiempo de ocio, según como se quiera ver.

Fotografiamos a personas que simplemente contemplaban la calle o el lago de Chapultepec, niños que juegan en el parque o personas que se dedican a descansar o dormir en cualquier lugar que se preste para ello, así como cientos de personas que acuden a un concierto masivo; actividades que entrarían dentro del tiempo libre.

Pero también captamos personas que se manifestaban en un mitin zapatista, hombres y mujeres que se reunían libremente para mostrar su preferencia sexual o niños y adultos que se detienen simplemente para hacer honores a la bandera o personas que prefieren desarrollar su intelecto leyendo o jugando ajedrez.

En las fotografías hemos querido dejar constancia de algunos espacios privilegiados en cuanto al desarrollo de actividades durante el tiempo libre. El primero de ellos es el Zócalo de la ciudad. Cabe mencionar que este lugar a lo largo de la historia ha representado el espacio de reunión por excelencia, donde se festeja cada año el aniversario de nuestra Independencia. Sin embargo, es hasta el año de 1997 cuando el Zócalo cobra nueva vitalidad debido a la diversidad de actividades que organiza el recientemente creado Gobierno de la Ciudad en manos del PRD. En las fotos podemos apreciar algunos de

⁷⁹ **Ibid, p.35.**

estos eventos como conciertos y exposiciones en los cuales las personas desarrollan una actividad contemplativa durante su tiempo libre. Este tipo de eventos fueron parte de una estrategia cultural del entonces Instituto de Cultura de la ciudad para ofrecer espectáculos de calidad de manera gratuita. De otra manera muchos de los espectadores se hubieran visto obligados a pagar para disfrutar de estos eventos.

Sin embargo, el Zócalo también ha servido para presentar actividades que desbordan la mera actividad contemplativa del espectador. En una de las fotografías podemos apreciar cómo una mujer observa una muestra de fotografías entre las cuales se aprecia una de las víctimas de Ciudad Juárez; en otras hemos documentado la participación masiva en la llegada de la marcha zapatista al Zócalo. En ambos casos, no sólo existe una actitud contemplativa sino que también se desarrolla la capacidad reflexiva al entrar en contacto con manifestaciones que tienen que ver con la situación socio-política de nuestro país.

No obstante, el Zócalo, como lo mencionamos arriba, ha sido el por excelencia el lugar de encuentro de los capitalinos y muchas de las actividades relacionadas con el tiempo libre que allí se desarrollan no dependen de la política cultural de un gobierno en particular sino con el valor histórico que tiene este lugar. En una de las fotos podemos apreciar a un hombre con un niño, al lado de un soldado, ambos rindiendo honores a la bandera. Aquí vemos como el tiempo libre se ha tornado un tiempo de educación cívica.

Las actividades económicas del centro también son parte inseparable de su historia. Una de las fotografías nos muestra a un grupo de personas alimentándose en un puesto ambulante durante un momento de receso de sus actividades. ¿Se trata de su tiempo libre o es el tiempo que tienen destinado para cubrir una necesidad? Lo mismo se podría decir de la fotografía donde un grupo de personas se refresca en la acera del Palacio de Gobierno.

Algunas de las actividades que se realizan en México durante el tiempo libre tienen una estrecha relación con nuestra cultura religiosa. Hemos incluido fotografías de la Villa de Guadalupe donde un grupo de peregrinos le rinde honores a la virgen musicalmente. Así documentamos la importancia de las actividades de carácter religioso realizadas durante el tiempo libre.

Asimismo registramos algunos momentos de las actividades realizadas en torno a la demanda de aprobación de la ley de convivencia. En la “boda gay” realizada en el exterior del Palacio de Bellas Artes podemos ver no sólo a los participantes sino su voluntad por representarse a sí mismos de manera llamativa e incluso extravagante. El tiempo libre en este caso ha sido utilizado para propiciar un espacio de expresión y mejores condiciones de vida.

El tiempo libre como tiempo de meditación ha sido incluido con la fotografía donde una monja observa el lago de Chapultepec o de un anciano que en Malinalco mira tranquilamente lo que pasa a su alrededor. El tiempo libre en algunos casos es el momento de la meditación particularmente para la gente de la tercera edad. Sin embargo este grupo social desarrolla otras actividades en su tiempo

libre como jugar ajedrez o participar en bailes. Los adultos mayores gozan de más tiempo libre que el resto de la población. No es de extrañar que cada día se diversifiquen más sus actividades.

Una pareja que conversa a un lado del Monumento a la Independencia ilustra el tiempo que los jóvenes dedican a conversar en un contexto agradable. Es el tiempo libre como el tiempo de establecer o desarrollar relaciones interpersonales.

En algunas fotografías podemos ver a personas simplemente durmiendo o descansando en su tiempo libre. Por otra parte, hemos incluido algunas imágenes que presentan la utilización del tiempo libre como evasión. En algunas un joven se dedica exclusivamente a alcoholizarse y en otra vemos a un indigente en medio de un evento masivo drogándose.

Vemos que en nuestra sociedad también aparece el fenómeno del tiempo libre y que así como desarrollamos actividades libremente, también en muchas otras se actúa bajo la influencia de los medios de comunicación o de patrones que ya están establecidos, los cuales nos dicen en qué debemos gastar nuestro tiempo libre o cómo es la manera más provechosa en que debemos hacerlo.

Retomando la idea de De Grazia, referente a que el tiempo libre es de carácter cuantitativo y el ocio cualitativo. Durante la toma de las fotografías pudimos observar que esto es cierto en el sentido de que la gente sale a disfrutar de un sábado o un domingo como una cantidad de tiempo que generalmente está disponible para realizar actividades diferentes a aquellas que son obligatorias, como lo son el trabajo o el

estudio. Sin embargo, encontramos la misma ambigüedad que plantea De Grazia al intentar establecer límites entre lo que es tiempo libre y lo que no lo es. Por ejemplo, Una peregrinación a la Villa de Guadalupe ¿es una actividad que se realiza durante el tiempo libre o es parte de las actividades necesarias para los participantes? De Grazia establece que las actividades religiosas no se consideran como tiempo libre puesto que no son divertidas. En este caso se trata de actividades que tienen una finalidad espiritual.

Otro tanto ocurre con las actividades políticas. En el caso de las fotografías de eventos como la boda gay o la llegada de la marcha zapatista al Zócalo cabe preguntarse si se trata de eventos en los que no hay ningún grado de diversión. En la boda gay no puede soslayarse el carácter festivo y aun de carnaval del evento. De manera que es difícil establecer donde termina el acto político y donde empieza el espectáculo. En el caso de la marcha zapatista es más difícil establecer las diferencias. Sin duda se trató de un evento político, aunque la expectativa –acrecentada por los medios de comunicación en el transcurso de la marcha- hicieron que el evento del Zócalo fuera percibido como un espectáculo también.

Cabe preguntarse si existe el ocio o al menos la voluntad de ocio en la sociedad mexicana. A partir del registro fotográfico podemos afirmar que si bien una voluntad por desarrollar actividades de ocio no está presente en la mayoría de la población –así como sucede en las sociedades semiindustrializadas o industrializadas – como la afirma De Grazia, apreciamos que la contemplación y la reflexión son actividades que mantienen la gente de edad avanzada. En el registro fotográfico tenemos como ejemplo a una monja que observa el Lago

de Chapultepec y a un anciano que observa la calle que vive desde su ventana. ¿Hay en alguno de estos casos voluntad de ocio? Posiblemente en el caso de la monja exista esta voluntad aunque sería más seguro afirmar que existe una voluntad contemplativa. En el caso del anciano que observa es difícil que haya una conciencia respecto a lo que realiza en su tiempo libre. No obstante, el hecho de que observe mientras pasan los últimos años de la vida tiene una relación directa con el ideal de ocio.

CONCLUSIONES

Difícilmente se pueden establecer conclusiones categóricas respecto al fenómeno del tiempo libre o de los ocios, como muchos de los autores citados prefieren llamarlo.

Como ya vimos existe una relación entre el fenómeno del tiempo libre y categorías como "enajenación" y "sociedad de consumo" dentro del sistema capitalista. Dicha correlación se sitúa clara y manifiestamente en función del marco y límites establecidos por la clase de relaciones de producción que privan en dicho sistema económico.

Consideramos que el tema de este trabajo tiene relación con la Comunicación en el sentido de que los medios de comunicación contribuyen a la reproducción de la ideología del sistema capitalista a través de la publicidad. Éstos condicionan presentando productos o actividades de manera atractiva que inducen al individuo no sólo a consumir en su tiempo libre, sino a tener diferentes tipos de conductas. Inclusive podemos afirmar que los medios de comunicación influyen a tal grado en la población que determinan su conducta, en otras palabras, ésta muchas veces es resultado del efecto de los medios. Por eso nos pareció pertinente abordar este fenómeno desde la fotografía y, desde luego, a partir de las diferentes visiones teóricas que adelante desarrollaremos.

Partiendo de que es en las relaciones de producción dentro del sistema capitalista donde ubicamos el fenómeno del tiempo libre, éste se articula necesariamente en función de la organización del trabajo como fenómeno global y causa original de la producción y de todo valor.

Cuando el tiempo libre surge como categoría de análisis es porque en algún momento el trabajo concebido como causa original de todo valor se divide en dos categorías de acuerdo al sistema de relaciones económicas capitalista: el trabajo y el capital como factores de producción; de esta manera el llamado "tiempo libre" adquiere mayor o menor relevancia en la medida que en el enfrentamiento superestructural trabajo-capital, se le da mayor o menor preponderancia al capital.

Si el tiempo libre se ha encadenado inexorablemente al trabajo, es decir, a la fuerza humana de trabajo como factor de producción, la enajenación total se consumó cuando el otro factor de producción se adueñó del valor y su acumulación, quitándole al trabajo la significación original como única fuente creadora de valor. De ahí que el tiempo libre comenzara desde entonces a perder su esencia como valor de uso para convertirse sólo en valor de cambio.

La máxima expresión de esta enajenación se manifiesta al traducir los bienes producidos en términos monetarios. Es entonces cuando se consume el drama del tiempo libre: éste al traducirse en dinero (*time is money*) pierde la posibilidad de ser libre, es decir, la posibilidad de libertad para no tomarlo en cuenta como producto utilitario. De esta manera el tiempo libre pasa a ser prisionero del tiempo de producción privada de cada cual y de determinado modo de producción; si éste es liberado se debe de cierto modo a que se le reduce a objeto medido en términos cronométricos de años, meses, semanas, horas, pero siempre en relación con el capital.

Como ejemplo de esta enajenación vemos que cuando el hombre trata de aprovechar su tiempo libre, ha pasado ya por los embates de la publicidad de los medios de comunicación hacia el consumo desmedido y es aquí cuando en ocasiones se presenta el fenómeno de que "el tiempo libre cuesta", pues salir a divertirse la mayoría de las veces implica una inversión de cierta cantidad de dinero, que no es otra cosa más que la expresión del consumo.

En nuestra sociedad resulta evidente que los medios de comunicación ejercen una influencia de grandes dimensiones en la mente del hombre, orillándolo generalmente a utilizar su tiempo libre en actividades que convienen a la clase económicamente fuerte de la sociedad, a la clase dominante; porque no hay que perder de vista que los medios de comunicación son reproductores de la ideología del sistema imperante.

Así nos encontramos frente a un individuo deseoso de encontrar su propia identidad, al que no le queda otra opción más que la de consumir su tiempo libre en vivir situaciones ficticias, y es en esta parte cuando el poder de la televisión entra en acción con sus telenovelas, los llamados talk shows, y un sin fin de programas que sólo contribuyen a que el hombre en vez de enriquecer su espíritu sólo lo deteriore.

Paralelamente el tiempo libre se utiliza en consumir una gran cantidad de objetos que pasan como una ráfaga sin que sean esencialmente necesarios. Dicha influencia del consumismo se manifiesta como frustración y angustia; el hombre experimenta una franca desventaja respecto a aquellos que ocupan ese tiempo en ir de compras o los grandes y llamativos centros comerciales de moda;

se ve entonces sumergido en un círculo vicioso que no puede romper: los productos adquiridos pierden pronto su carácter satisfactorio.

Además aquí podemos observar otra situación por demás interesante dentro de nuestra sociedad cada vez más insegura: el hombre paga por ir a un centro comercial para estar seguro y aunque no haga grandes compras, por lo menos consume un refresco o un helado y se va a "pasear" o "babosear".

Vemos que dentro de la sociedad capitalista el condicionamiento que este sistema impone un condicionamiento a los diversos aspectos de la vida colectiva, entre ellos el del tiempo libre. Y esto es debido a los requerimientos de preservación del propio sistema que tiende a volverlo progresivamente más condicionado, a la vez que enajenante.

El tiempo libre nace de la organización misma del trabajo. El tiempo de trabajo está encerrado en horarios fijos permanentes que se reduce según la lógica de una economía que sumerge a los trabajadores en la esfera del consumo y que se encuentra obligada a proporcionarles no sólo un tiempo de reposo y recuperación, sino también un tiempo de consumo.

Por otra parte, los autores estudiados en este trabajo prefieren utilizar el término ocio al de tiempo libre. Esto implica la importancia

que para los estudiosos de este fenómeno reviste el ideal clásico del *otium* como contraposición al *nec otium* o negocio, así como su relación con el concepto griego *scholé*, para dotarlo de plena significación y dejar clara su importancia como un derecho y como valor.

De Grazia es el autor que más se aproxima a la definición de ocio y de tiempo libre que consideramos más precisas. Para él es fundamental la definición de los conceptos tiempo, trabajo y ocio, ya que el tiempo libre se define a partir de su diferencia con el trabajo; que el tiempo libre se mide en unidades de tiempo, y que la diferencia entre tiempo libre y ocio surge a partir de la democracia, puesto que ésta considera que el tiempo libre es uno de los fines a los cuales la sociedad debe dirigirse.

En el trabajo de Luis Racionero hemos visto que a partir de la rivalidad entre obrero-máquina surge el gran problema de la producción capitalista donde lo importante no es encontrar productores y duplicar sus fuerzas, sino descubrir consumidores, crearles necesidades ficticias; de esta manera surge la sociedad de consumo. De manera que la supuesta libertad del consumidor no existe, porque éste no maximiza su utilidad personal, sino que responde a las consignas que le insinúan, a través de la prensa, radio, carteles y televisión, los persuasores ocultos. Esto confirma la idea inicial de que los medios de comunicación contribuyen en gran medida a la reproducción de la ideología del sistema capitalista, la cual consiste en que el sistema se interesa particularmente por crear consumidores y generar una ganancia.

Por otra parte, Dumazedier expone que, actualmente, gracias a estos, las actividades que se pueden realizar durante el tiempo libre resultan más placenteras que antes, al grado que se ha desarrollado una industria de los ocios, la cual hace que queden rebasadas sus funciones básicas (descanso, diversión, desarrollo de la personalidad) y enfrenten a cada persona con la encrucijada que significa tomar una actitud activa o pasiva. Esta última puede interpretarse como una manifestación psicológica del individuo en la sociedad moderna o de la dependencia económica y social. Los ocios tienen una dimensión política que puede ser asumida o simplemente no considerada para, entonces, vivir complacientemente en la evasión, lo cual resulta más sencillo ya que los ocios mecanizados han generado ocios de masas que favorecen esta apatía en el individuo.

La tecnicidad de los ocios, a su vez, ha transformado la relación del individuo con los valores culturales. Lo que antes se daba como una vivencia comunitaria, ahora se presenta individualmente, sin reglas generales. Esta es la nueva relación del individuo con los valores culturales. Una relación que de basarse en las conductas orientadas y no reguladas, pasa a la acción libre, ya que los códigos dejan de ser un medio para regular la relación entre los individuos y los valores culturales. A diferencia de otras épocas, los individuos se diferencian por vivir experiencias diferentes, sin necesidad de manifestarlas viviendo en un segmento de una sociedad sectorial, dividida en sectores, en sectas. Esto permite la participación organizada en la cultura común de acuerdo con Touraine.

Aunado a esto, el efecto, estudiado por Touraine, al mismo tiempo ambiguo, de los medios de comunicación de masas que

propician el cambio en las conductas que se llevan a cabo en el tiempo libre y, asimismo, detienen dicho cambio, efecto contradictorio que propicia tanto la preservación de modelos culturales, al marginar a individuos y comunidades, como la destrucción de antiguos y creación de nuevos objetivos culturales que no proponen propiamente conductas pero que integran a los individuos al generar y mantener preferencias en cuanto a la utilización del tiempo libre.

Si por una parte, los medios de comunicación de masas han vuelto más atractivas las actividades de ocio, por otra, también las ha desposeído de la experiencia social que las caracterizaba, sobre todo, en la época preindustrial. Este fenómeno ha ido de la mano con la pérdida de las categorías profesionales. Al desaparecer la autonomía profesional, ha desaparecido la autonomía cultural.

De hecho, existe una gran distancia entre los productores de ocios mecanizados y los consumidores de estos, lo cual no disminuye la influencia que los medios de comunicación de masas ejercen a nivel subconsciente y consciente. Independientemente de los efectos, los medios masivos de comunicación han atenuado las diferencias entre personas debidas al estrato socioeconómico al que pertenecen ya que la misma producción de masa tiende a la anulación de los símbolos de clase que se manifiestan en los consumos privilegiados con el fin de alcanzar un mayor volumen en ventas. Los medios de comunicación, como difusores de dichos productos cumplen la función de dar a conocer y convencer al comprador de que adquiera el producto. Sin embargo, al mismo tiempo que se anulan los símbolos de clase se mantiene una tendencia contradictoria que enfatiza las distinciones sociales creando y difundiendo nuevos productos

distintivos de un status exclusivo. Los medios de comunicación, asimismo, son los mensajeros de estos contenidos y su diversificación también responde a esta última tendencia.

La importancia de los ocios en la actualidad y a futuro, sobre todo, es un tema de interés para los especialistas. Se ha hablado de una era de particularismos culturales, en la que el modelo de la sociedad está integrado por diferentes sectores que permiten la participación organizada de todos en la cultura común. Los individuos viven experiencias diferentes sin necesidad de vivir en sociedades diferentes. Sin embargo, el desarrollo propio de los ocios propicia la individualización y, por lo tanto, la separación entre individuos y de los sectores. Como hemos visto, en torno a los ocios giran fuerzas sociales e, incluso, políticas que le imprimen un gran dinamismo. Uno de los problemas que se plantean a futuro es la acentuación de las diferencias en los niveles de participación en la cultura, ya que los ocios, como se viven y entienden en la actualidad, implican una ruptura del sentido de pertenencia social y de participación en las actividades culturales.

Uno de nuestros planteamientos iniciales es que el tiempo libre implica un gasto económico. De acuerdo con De Grazia el mundo comercial e industrial en que vivimos afecta aún en otro aspecto la idea moderna del ocio. En primer lugar, hoy se pasa el tiempo libre en compañía de artículos (aparatos de televisión, equipos de sonido, etc.). La comercialización del tiempo libre garantiza que éste se emplee colectiva y uniformemente. Cualesquiera accesorios del tiempo libre que se ofrezcan al consumidor han de ser comerciables. La educación orientada hacia el trabajo y la especialización

combinada con la falta de una tradición de ocio, deja predispuesto al consumidor a las sugerencias del publicista. Aún más, ser comerciable en un mundo industrial significa ser vendible a mucha gente. Es en este sentido que podemos reafirmar que en un contexto socio cultural donde se carece de una cultura del ocio el tiempo libre implica un gasto económico. El consumidor es conducido a pensar que sólo realizando las actividades que presentan los medios de comunicación se puede aprovechar y vale la pena de ser disfrutado el tiempo libre.

Esta es la razón por la cual el ocio ha ido desapareciendo e incluso se puede afirmar que ha permanecido sólo como un ideal. Es significativo que para nuestra cultura el ocio o mejor dicho el "estar de ocioso" tenga una carga peyorativa y sea reprobable. Sin embargo, al mismo tiempo, se realizan actividades que están más relacionadas con el ocio que con el tiempo libre como la lectura, la visita a museos, la contemplación, el jugar ajedrez, etc. Cabe subrayar que estas actividades son practicadas por un bajo porcentaje de la población.

Respecto a lo anterior De Grazia considera que no son compatibles la democracia y el ocio. Hoy en día en la democracia existe el tiempo libre, aunque en menos cantidad de lo que se cree; ocio no hay ninguno. El tiempo libre es una idea de la democracia realizable; el ocio no es totalmente realizable, y, por tanto, es un ideal y no sólo una idea.

Por otra parte un aspecto que cabe destacar es la falta de referencias bibliográficas del tema en México, ya que poco es lo escrito sobre el uso del tiempo libre de los mexicanos, siendo este uno de los principales problemas con los que nos encontramos al momento de realizar la investigación. Así

que decidimos basarnos en bibliografía básicamente de autores extranjeros, considerada como “clásica” y de referencia obligada y lo tratamos de enriquecer con la experiencia fotográfica.

Finalmente, queremos destacar un aspecto de las actividades del tiempo libre que también se hacen evidentes en el portafolio fotográfico. Se trata de las actividades multitudinarias realizadas en espacios de gran significación sociocultural como lo son el Zócalo y el Palacio de Bellas Artes. Estos lugares representan para nuestra sociedad los lugares por excelencia de las manifestaciones políticas y culturales respectivamente. El hecho de que una gran cantidad de personas haya decidido utilizar su tiempo libre en la participación de un evento como fue el recibimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional a la Ciudad de México marca una diferencia importante respecto a otras actividades que se pueden realizar durante el tiempo libre, implican una participación política sin precedentes en nuestro país y que han propiciado los cambios recientes. Otro tanto puede decirse de la boda comunitaria gay llevada a efecto frente al Palacio de Bellas Artes, pues presenta los logros y los alcances de las actividades realizadas por los grupos minoritarios durante el tiempo libre y que sin duda le han dado mayor riqueza y dinamismo a nuestra sociedad.

Consideramos que nuestra sociedad carece de una cultura del ocio que le permita el máximo aprovechamiento de su tiempo libre. Esto es importante porque permitiría un verdadero desarrollo integral de los individuos y de las sociedades. Sería injusto considerar como únicos responsables de esta carencia cultural a los medios de comunicación; la deficiencia del sistema educativo así como la

obsolescencia del los valores familiares son los factores primordiales que determinan las decisiones de los individuos.

BIBLIOGRAFÍA

Asti Vera, Armando, *Metodología de la investigación*, Kapelusz, Buenos Aires, 1968, pp.195.

Baena, Guillermina, *Instrumentos de investigación*, Editores Mexicanos Unidos, México, 1994, pp.134.

Barthes, Roland, *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*, Paidós, Barcelona, 1990, pp. 207.

Beraud Lozano, José Luis, *Tiempo libre y medios de comunicación*, Tesis para licenciatura en C. C., F.C.P. y S., México, 1976, pp. 115.

Bosh García, Carlos, *La técnica de la investigación documental*, Trillas, México, 1985, pp. 74.

Bunge Mario A., *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*, Ariel, Barcelona, 1975, pp. 955.

Carballo, Emmanuel, *El tiempo libre y los dueños del tiempo en Revista Tiempo Libre*, num. 26, noviembre, 1980.

Careaga, Gabriel, *Mitos y fantasías de la clase media en México*, Joaquín Mortiz, México, 1980.

Córdova Solís, Rober Nery, *Hacia una teoría periodística del ensayo*, Tesis para maestría en C. C., F.C.P. y S. México, 1992, pp. 191.

De Grazia, Sebastián, *Tiempo, trabajo y ocio*, Editorial Tecnos, S.A., Madrid, 1966, pp. 459.

Dieterich, Heinz, *Nueva guía para la investigación científica*, Editorial Planeta Mexicana, Colección Ariel, México, 1996, pp. 236.

Dubois, Philippe, *El acto fotográfico, de la representación a la recepción*, Paidós, Barcelona, 1986, pp. 187.

Dumazedier, Joffre, et.al., *Ocio y sociedad de clases*, Editorial Fontanella, Barcelona, 1971, pp. 223.

Eco, Umberto, *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*, Gedisa, México, 1984, pp. 267.

Flores Olea, Víctor M., *Los encuentros/ Víctor Flores Olea; presentación de Carlos Fuentes*, FCE, México, 1984, pp. 85.

García, Héctor, *Escribir con luz/ Héctor García; presentación Juan de la Cabada*, Fondo de Cultura Económica, México, 1985, pp. 65.

García Laguardia, Jorge M., *Guía de técnicas de investigación*, Asociación Editorial Casa Grande, México, 1977, pp.146.

González Llaca, Edmundo, *Alternativas del ocio*, Fondo de Cultura Económica, México, 1975, pp. 95.

González Reina, Susana, *Manual de redacción e investigación documental*, Trillas, México, 1984, pp. 204.

Hedgecoe, John, *Nuevo manual de fotografía*, Ceac, Barcelona, 1989, pp. 288.

Iturbide, Graciela, *Sueños de papel/ Graciela Iturbide; presentación de Verónica Volkow*, FCE, México, 1985, pp. 69.

Jacobson, Ralph E., *Manual de fotografía*, Omega, Barcelona, 1981, pp. 630.

Janne, Henri, et.al. , *La civilización del ocio. Cultura, moral, economía, sociología: encuesta sobre el mundo futuro*, Ediciones Guadarrama, Madrid, 1968, pp. 284.

Kreimerman, Norma, *Métodos de investigación para tesis y trabajos semestrales*, UNAM, México, 1977, pp. 176.

Langford, Michael J., *Fotografía básica: iniciación a la fotografía profesional*, Omega, Barcelona, 1984, pp. 455.

López Bocanegra, Ignacio, *Yo, el ciudadano/ Nacho López; presentación de Fernando Benítez*, FCE, México, 1984, pp. 77.

Martin Barbero, Jesús et. al., *La comunicación desde las prácticas sociales: reflexiones en torno a su investigación*, Universidad Iberoamericana, México, 1997, pp. 67.

Martínez Martínez, Benjamín, et.al., *Simposio sobre la problemática del tiempo libre y la recreación en México*, Secretaria de Pesca, México, agosto, 1982, pp. 174.

McLuhan, H. Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México, 1975, pp. 443.

Melich Maixe, Antonio, *La influencia de la imagen en la sociedad de masas*, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1964, pp. 111.

Moles, Abraham, *La imagen: comunicación funcional*, Trillas, México, 1991, pp. 271.

Molina, Sergio, et.al., *Reflexiones sobre el ocio y el tiempo libre*, Trillas, México, 1998, pp. 67.

Monsiváis, Carlos, *Imágenes del tiempo libre en Días de guardar*, Era, 8ª edición, México, 1980.

Munné, Frederic, *Psicosociología del tiempo libre: un enfoque crítico*, Trillas, México, 1980, pp. 206.

Mutis, Álvaro, *Historia natural de las cosas: 50 fotografías*, FCE, México, 1985, pp. 87.

Negre Rigol, Pere, *El ocio y las edades. Estilo de vida y oferta lúdica*, Editorial Hacer, Barcelona, 1993, pp. 220.

Nicolau, Dimitri, et. al., *Las técnicas de la imagen*, Mitre, Barcelona, 1982, pp.176.

Nosnik, Abraham, *El desarrollo de la comunicación social: un enfoque metodológico*, Trillas, México, 1991, pp. 166.

Pérez Ávila, Noe, *Cómo hacer mi tesis. Guía práctica y técnica para elaborar un estudio, un ensayo, una tesis, un informe ... que requieran investigación documental y de campo*, Edicol, México, 1980, pp. 157.

Pieper, Josef, *El ocio y la vida intelectual*, Rialp, Madrid, 1970, pp. 340.

Racionero, Luis, *Del paro al ocio*, Editorial Anagrama, Colección Argumentos, Barcelona, 1983, pp. 149.

Rojas Soriano, Raúl, *El proceso de la investigación científica*, Trillas, México, 1990, pp. 151.

Schramm, Wilbur Lang, *proceso y efectos de la comunicación colectiva*, Ediciones CIESPAL, Quito, 1964, pp. 501.

Serafini, María Teresa. *Cómo se estudia. La organización del trabajo intelectual*, México, Editorial Paidós Mexicana, Colección Instrumentos Paidós / 8, México, 1997, pp. 323.

Stewart, Daniel K., *Psicología de la comunicación: teoría y análisis*, Paidós, Buenos Aires, 1970, pp. 242.

Sue, Roger, *El ocio*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982, pp.170.

Teran Martínez, Gonzalo, *Tiempo libre y dominación política en México*, Tesis para licenciatura en Sociología, F.C.P. y S., México, 1987, pp. 167.

Toti, Gianni, *Tiempo libre y explotación capitalista*, Ediciones de Cultura Popular, México, 1975, pp. 281.

Viveros Saldierna, Ma. Victoria. *Hacia la desmitificación del tiempo libre*, Tesis para licenciatura en Sociología, F.C.P. y S., México, pp. 139.

Yampolsky Urbach, Marianne, *La raíz y el camino/ Mariana Yampolsky; presentación de Elena Poniatowska*, FCE, México, 1985, pp. 67.

Zorrilla Arena, Santiago, *Guía para elaborar la tesis*, Mc Graw-Hill, México, 1992, pp. 111.

Zubizarreta, Armando. *La aventura del trabajo intelectual. Cómo estudiar e investigar*, Fondo Educativo Interamericano, México, 1983, pp. 198.

Zunzunegui Diez, Santos, *Pensar la imagen*, Cátedra Universidad del País Vasco, Madrid, 1989, pp. 260.

Ocio y consumo: cuanto cuesta no hacer nada en Revista del consumidor, num. 40, INCO, México, junio, 1980.





Photo by [unreadable] of [unreadable] at [unreadable] in [unreadable].











Backflip by a person

Backflip by a person



Figure 1: A close-up photograph of a chain-link fence with two dark, spherical objects attached to it.



Figure 1: A photograph of a person looking out at a large, dark, rocky island with a natural sea archway, set against a blue sky and sea.





Figure 1: A photograph showing a sandy beach with the ocean in the background.



100 years ago, the world was a very different place. The world was a very different place. The world was a very different place.







© 2010 Universal Studios. All rights reserved. Universal's Islands of Adventure.













Figure 1: A person crouching on a grassy field, possibly engaged in a physical activity or exercise.











Figure 1: A person climbing a dark, textured wall or structure.



Figure 1: A photograph of a modern building with a prominent wooden overhang, viewed from a distance across a body of water.









Photo courtesy of the author. Photo by [unreadable] on [unreadable]







4.2.1.1. The crowd of people gathered in the square in front of the National Assembly in Bucharest, Romania, during the 1989 Revolution.









10/20/2014 10:52 AM - 10/20/2014 10:52 AM









12. The man in the hat is the actor, and the man in the white shirt is the director. The man in the white shirt is the director, and the man in the hat is the actor.



Fig. 1. A person in a fetal position inside a dark, rectangular container, possibly a coffin or a medical scanner.







2017年 12月 10日 星期日 19:00









