

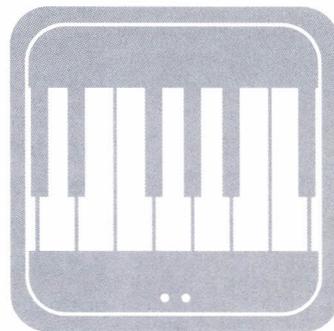
Observaciones sobre la cultura del ocio

Jorge Federico Rábago Virgen*

Para comenzar, podemos afirmar que el ocio, tal como lo conocemos en la actualidad, es un fenómeno social que nació con la consolidación de las sociedades industrializadas modernas, en las cuales, poco a poco, se fueron concretando elementos como la reducción de la semana laboral y el aumento de la capacidad de consumo de grandes masas sociales. El fenómeno social del ocio se ha desarrollado de manera similar en las sociedades orientadas por la cultura occidental y, lentamente, ha ido ocupando un lugar cada vez más importante en la vida de sus miembros (Dumazedier, 1968).

Entre las sociedades preindustriales, la posibilidad de dedicar una parte de la existencia al ocio era privilegio de los sectores más poderosos, debido a su actividad política, económica, militar o religiosa. Pero, a partir del desarrollo del industrialismo en nuestras sociedades, el ocio se fue popularizando; vivimos todavía un proceso en el que continúa perdiendo su característica de exclusividad y permea nuestras vidas de manera cotidiana, mediante la actividad permanente de unos medios de comunicación orientados a la producción cultural, seduciendo a las masas que constituyen su público, y a las cuales les crean necesidades constantemente renovadas mientras —de manera paralela— les dictan las formas y medios para satisfacerlas. El ocio, lenta pero constantemente, va perdiendo su esencia

*Sociólogo, académico del Departamento de Estudios Culturales de la Universidad de Guanajuato
frabago@gmail.com



de oposición-al-negocio; se está transformando en un componente de la vida cotidiana, complementario al tiempo que los individuos dedican al trabajo; se está instituyendo como valor social, mediante el cual las personas orientan sus necesidades de autorrealización. También está evolucionando con gran rapidez hacia la posibilidad, muy real, de cultivar el consumo. Eso ha llevado a que en nuestras sociedades atestigüemos un apogeo empresarial en las esferas afines a las industrias culturales, el juego, la recreación, la salud (sin ejercicio ni molestias, por supuesto), el turismo, etcétera.

Sólo es posible, creo, referirnos a la sociedad del ocio en el ámbito de las sociedades posindustriales. Sin embargo, se institucionalizó en el marco de las industriales, a partir de la diferenciación definitiva de una parte de la jornada destinada al trabajo estrictamente productivo.

Según Dumazedier, en las agrupaciones sociales derivadas de civilizaciones anteriores, el tiempo dedicado al trabajo y el destinado a la diversión se enmar-

caban en una matriz ritualista, por medio de la cual los seres humanos pretendían ponerse en contacto con los espíritus de sus antepasados

(1975:402). Teniendo lo anterior en cuenta, afirma que el ocio se conforma a partir de unos rasgos propios de la civilización nacida de la revolución industrial; que antes de esta no es posible hablar de ocio ni podemos referirnos tampoco a un tiempo libre del trabajo; tan sólo podemos hablar de ociosidad y de un tiempo no ocupado (Dumazedier, 1968). En las sociedades industriales tuvo lugar,

de manera institucional, una separación entre el trabajo y el ocio, de manera que este, poco a poco, se fue convirtiendo en algo importante: en una categoría de análisis social. Actualmente, enmarcado por las sociedades posindustriales, el ocio se ha transformado, ha ido ganando en importancia hasta convertirse en un fundamento de gran relevancia para la cultura occidental de nuestros días. La vida de las sociedades industriales se orientó hacia los valores propios del trabajo; en las agrupaciones humanas posindustriales el ocio está adquiriendo cada vez más importancia.

Una característica importante de las sociedades posindustriales, según Daniel Bell (1976), es el desarrollo preferencial, dentro del sistema económico, del sector dedicado a los servicios. Resulta que este cambio sociocultural, ese hiperdesarrollo de un sector social específico ha tenido lógicamente consecuencias sobre las sociedades en que se ha producido y se produce. Una de ellas es la importancia creciente del ocio.

Ahora bien, a pesar de lo que el concepto sugiere, el ocio no es un tiempo muerto; en él se fundan múltiples actividades, de acuerdo con el lugar que cada persona ocupa en la sociedad. Como en muchos otros campos, todo lo que realizan las personas en su tiempo de ocio se constituye en un indicador de la estructura social, con sus contradicciones, sus conflictos, sus inestabilidades, su desigualdad de acceso a las oportunidades de todo tipo. La cultura, recordemos, es un reflejo de la estructura social; por eso tienen tan poco impacto las acciones realizadas por decretos estatales. Actuar sobre la cultura sirve de muy poco, mientras no se actúe en la estructura de las sociedades.

El tiempo dedicado al entretenimiento, el placer y el ocio ha ido adquiriendo un nuevo valor

Sí, cada persona construye su estilo de vida personal, eso es indudable, pero Bourdieu (1991) observó que, aun con esa condición, las maneras diferentes en que los individuos disponen sus vidas constituyen un fenómeno social que conduce a la diferenciación, y que eso lleva, a su vez, a modelar las sociedades. La estructura de ellas se construye, además de otros factores, mediante los estilos de vida que pueden identificarse en su interior y por la conformación de los diversos segmentos sociales que se produce con relación a cada estilo de vida. Observa que cada estilo expresa sus preferencias sociales mediante la moda y las acciones que se realizan durante el ocio. Las actividades que las personas realizan para divertirse, para relajarse, para gozar del tiempo libre, se pueden observar socialmente como patrones de ocio, que junto con otras prácticas culturales, son usados para construir diversos estilos de vida.

Parece que, el concepto *estilo de vida* resulta mucho más útil que otros para señalar algo más que los manoseados indicadores socioeconómicos, cuando se busca atender al papel que juegan los deseos personales, las ideas y la imaginación, para explicar la conformación de la actitud individual ante la vida, a partir de la cotidianeidad. Debemos recordar que nuestras sociedades están marcadas por un proceso de individualización creciente; cada quien busca, afanosamente, una identidad que lo proyecte fuera de la masa, un elemento —o una serie de ellos— que le permita establecer la diferencia con respecto de otros.

Así, la tendencia social a la individualización potencia otra, personal, hacia la conformación de un estilo de vida distintivo, que se presenta como consecuencia de la elección de una axiología personal, así como de las

actitudes, las diversas acciones y el acceso al consumo que esa elección genera. Esto se ve de manera más clara, si observamos el comportamiento social de los jóvenes, quienes ya no se obligan a un único estilo de vida y pretenden, afanosamente, salir de la uniformidad social; buscan, prueban y cambian con cierta frecuencia sus estilos, lo cual expresan de diversas formas, desde su mera presencia hasta el uso de diversas vestimentas, accesorios y manifestaciones corporales. Apuntemos de paso que, pretendiendo explicar ese comportamiento, se ha simplificado el fenómeno a partir del concepto de tribus que, sin embargo, afirma la paradoja que supone la adopción de uniformes por parte de los jóvenes, en su pretensión de salir de la uniformidad.

Parece evidente, pues, que las sociedades orientadas por la posindustrialización están cambiando. El tiempo dedicado al entretenimiento, el placer y el ocio ha ido adquiriendo un nuevo valor en la jerarquía social, y poco a poco desarrolla características de importancia antes impensable. Pueden observarse ya las evidencias que señalan el rompimiento de la homogeneidad cultural, antes prevaleciente; las personas comienzan a construir su estilo de vida al margen de las determinaciones tradicionales y, en el ámbito del ocio, pugnan por desarrollar formas de vivir autónomas, centradas en la autodeterminación o en consensos grupales. La adopción del ocio como elemento central conduce a nuestras sociedades hacia una definición fundada en él. Asistimos a la construcción de la sociedad del ocio, que señala el camino y potencia el ensamblaje de estilos de vida en los que las personas sociales lo son, básicamente, a partir de lo que realizan en su tiempo libre.

Podemos dar cuenta de diferentes tendencias que poco a poco reforman las



Se han generado tecnologías recientes, aplicadas al ocio, que hacen posible una nueva oferta de beneficios y servicios

estructuras sociales y que nos indican lo que pudiera presentarse en la vida social que está por venir.

En primer lugar, se puede observar que el tiempo libre comienza a organizarse socialmente a partir de dos polos: uno, formado por personas que cuentan con tiempo suficiente, pero que no tienen la voluntad o los recursos necesarios para disfrutarlo

plenamente; en este grupo encontramos a los pensionados, los desempleados o quienes no cuentan con un trabajo estable. El otro polo se conforma con personas

pertenecientes a una élite, que disponen de suficientes recursos, económicos y educativos para desear disfrutar activamente de su tiempo libre, pero encuentran dificultades para destinar a ello un mayor tiempo. Entre esos dos extremos puede observarse una gran variedad de personas, en diversas condiciones, que se traducen en el acceso al consumo cultural, desde el mero acercamiento hogareño que se limita a las emisiones de los medios masivos de comunicación, hasta la posibilidad de acudir a eventos diversos, lugares para la diversión, prácticas deportivas, etcétera.

Otra tendencia se hace posible gracias al desarrollo tecnológico. Se han generado —y lo siguen haciendo, rápidamente— tecnologías recientes, aplicadas al ocio, que hacen posible una nueva oferta de beneficios y servicios, los cuales alcanzan constantemente a más personas, proporcionándoles ocasiones de uso que, hasta hace poco, eran insospechadas. Hay quien interactúa en videojuegos, chat o redes sociales con personas de diversos lugares del mundo, o quien, desde su hogar, pue-

de tener acceso virtual a destinos antes exóticos.

Por otra parte, en algunas sociedades podemos ya observar la demanda de diversas personas y grupos para que la posibilidad de disfrutar del tiempo libre se extienda a diferentes estratos de la población; cada vez se exige más el acceso a las posibilidades de satisfacer necesidades fuera del tiempo económicamente productivo, como vemos en los reclamos por una democratización de las actividades culturales, gestadas en la sociedad civil, el acceso a redes electrónicas o a la práctica deportiva. Sin embargo —y a contracorriente de esta tendencia— observamos también la emergencia de prácticas y actitudes que, en lugar de pretender una cierta democratización del ocio, establecen una división de su uso que sirve para señalar elementos mediante los cuales se identifican los miembros de distintos grupos.

Los tipos de ocio se presentan de manera muy diversa y nos indican la multiplicidad de puntos de vista y estilos de vida propios de nuestras sociedades, de tal forma que los usos del ocio exclusivos y de mayor calidad —los que satisfacen necesidades individuales— se presentan como los más satisfactorios, potenciando una tendencia social hacia la individualización.

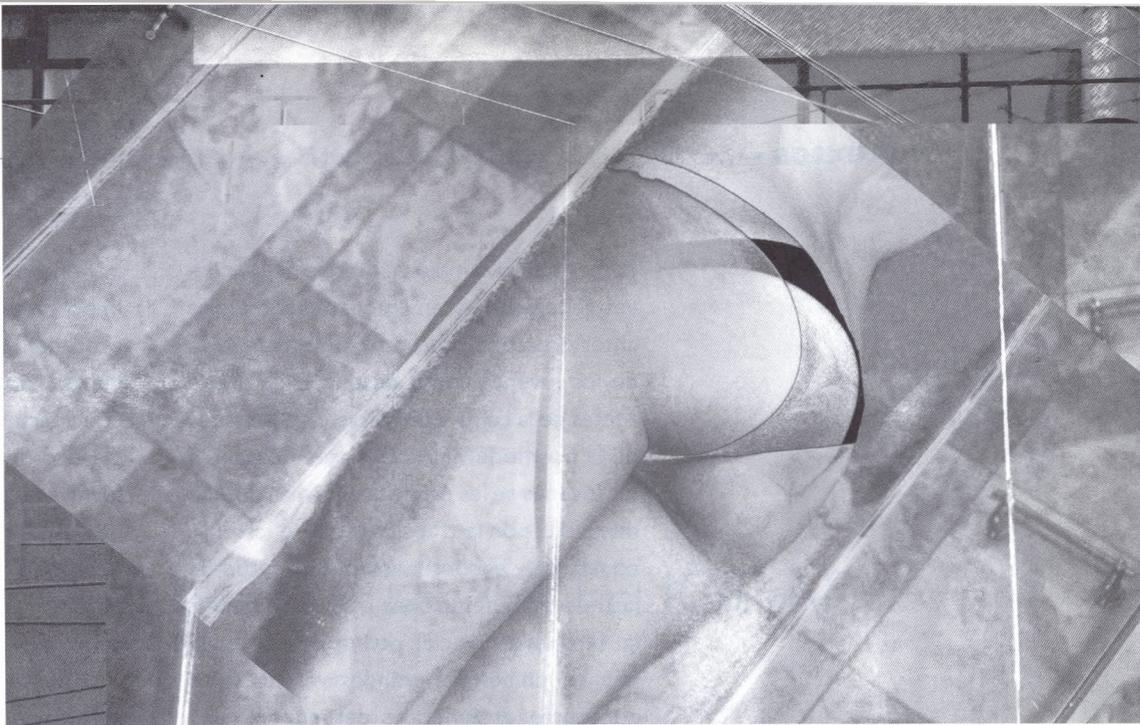
Ahora bien, en las sociedades posindustriales se vive un proceso permanente de especialización en el trabajo y en las profesiones. Ese fenómeno tiene su contraparte en las actividades de ocio. Encontramos especialistas eruditos en temas diversos que comenzaron sus actividades cultivando aficiones personales; podemos ver una creciente oferta de publicaciones, medios electrónicos y empresas comerciales dedicados a satisfacer las necesidades de entre-

tenimiento específico de cada vez más personas, para lo que requieren gran especialización.

Observamos también un proceso cultural en el ámbito del grupo familiar: al mismo tiempo que deja de lado algunas de sus funciones históricas (como las relacionadas con la educación y socialización de los hijos),

se convierte en un escenario de creciente importancia para el tiempo de ocio, debido al crecimiento de la oferta de actividades relacionadas con este, que se destinan al espacio del hogar. Podemos poner como ejemplos la variedad de propuestas relacionadas con las manualidades, dirigidas, preferentemente, al público femenino, el fomento de *hobbies* como el «bricolaje», el modelismo, el coleccionismo o el persistente bombardeo televisivo, que busca convertirnos en deportistas-espectadores, desde nuestra sala, en nuestros sillones y con nuestra familia.

De forma muy particular, encontramos en la cultura propia de las sociedades posindustriales una disposición derivada de la concepción positivista, dominante aún: la tendencia a contar y a competir. Lo observamos en la práctica del deporte, o en nuestra participación en ella, como espectadores. Es necesario conocer la mayor cantidad de datos posibles, pues cada evento, cada actividad, cada paso, se ven con relación a «la marca»; «la meta», el «récord-que-hay-que-romper». Lo vemos de manera clara en las transmisiones deportivas, pero también lo practicamos mediante el odómetro de la bicicleta fija o el contador de pasos.



Bien, todas esas tendencias —y algunas, que ahora se escapan— están modelando la interacción de los grupos sociales. En particular, podemos decir que en la construcción de estilos de vida personales, mediante las actividades que conciernen al ocio, hay diferencias entre jóvenes y adultos, y que ellas tienen una gran importancia para la construcción de la identidad personal.

Podemos darnos cuenta de que los jóvenes conceden más valor al ámbito del ocio que los adultos, quienes tienden a concentrarse en los escenarios laborales. Mientras los miembros de la generación adulta encuentran sus motivaciones alrededor del trabajo (donde obtienen, con frecuencia, elementos para su realización personal), apreciamos una transformación de la jerarquía de valores entre las generaciones más jóvenes; adquieren importancia para ellos otras consideraciones, relacionadas con el ocio. Opinan que el trabajar para vivir es una necesidad; si tuvieran la posibilidad de escoger, elegirían no trabajar; escuchamos opiniones con respecto de que el trabajo sólo es una actividad relacionada con un contrato, que tiene poco o nada que ver con la vida y el desarrollo personal.

Parece que el cambio valorativo de las nuevas generaciones, en comparación con las anteriores, tiene que ver con la formación de los jóvenes como destinatarios preferentes de la cultura de masas, característica de la posmodernidad. Recordemos que a los jóvenes se les proponen formas de vida marcadas por la transitoriedad, el cambio constante y el consumismo. La actitud de las nuevas generaciones parece constituir la vanguardia social posmoderna, en la que se inhiben las grandes verdades, las concepciones generales del mundo y los estilos de vida orientados a la permanencia y la estabilidad.

Las nuevas generaciones parecen tener una menor disposición hacia el trabajo o

la honestidad, por hablar de dos valores importantes para las generaciones que les preceden, pero muestran una orientación mayor hacia otras dimensiones, como la conciencia ecológica, la salud, la alegría o el goce de la vida, que encuentran en la forma de tejer sus relaciones sociales y de desempeñar las actividades propias del tiempo libre, a las que conceden enorme importancia, hasta llegar a considerarlo como su vida real. Por eso luchan, de muchas formas, para preservar ese tiempo y los espacios en que lo utilizan (muy alejados del mundo del trabajo); es en ellos donde expresan su verdadera forma de ser. ■

REFERENCIAS

Bell, Daniel (1976) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza.

Bourdieu, Pierre (1991) *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Dumazedier, Joffre (1968) *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.

— (1975) «Ocio». En *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*. Madrid: Aguilar.