

Del ocio y la posmodernidad

CORNELIO ÁGUILA

Doctor en Educación Física. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de Almería

Resumen

El ocio, fenómeno de la esfera cultural, es un reflejo de las características de las sociedades. En la actualidad, una nueva época acuñada como posmodernidad, nos muestra una serie de cambios de distinto orden, social, económico y político, y un nuevo esquema de valores culturales. El objetivo de este artículo es reflexionar sobre las principales señas de identidad de esta sociedad posmoderna y su incidencia sobre el significado y las manifestaciones del ocio.

Palabras clave

Ocio, Posmodernidad, Valores culturales, Transformaciones socioeconómicas.

Abstract

Leisure, as a phenomenon of the cultural field, is a reflection on the characteristics of the society. At present, a new era coined as postmodern shows us a series of different social, economic and political changes, and a new cultural values structure. The objective of this article is to reflect on the principal identity signs of the postmodern society and its effects on the meaning and expressions of leisure.

Key words

Leisure, Postmodernity, Cultural values, Socioeconomic changes.

Introducción

Vivimos tiempos de cambios, de una cierta aceleración histórica. Lyon (1996) habla de dos símbolos determinantes de nuestra sociedad: la importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y el consumismo. Estoy de acuerdo, pero quizás yo le añadiría un aspecto que tiene que ver con cuestiones culturales: hemos asimilado de forma inmediata esta situación y nuestros gustos, nuestros hábitos, nuestras pautas de comportamiento también se han contagiado de esa aceleración histórica y del consumo compulsivo y asistimos a esos cambios sin sorpresa. Una nueva situación que Toffler (1980) identifica con la "tercera ola cultural" caracterizada por el uso de telecomunicaciones a gran escala, el incremento de la globalización y los sistemas mundiales, nuevas macroformas de poder y cambios sustanciales en los patrones de consumo y de la relación producción-servicios (Fernández Balboa, 2001).

Pero esta situación actual no emerge de manera espontánea ni aislada. Elias plantea su teoría sociológica desarrollista argu-

mentando que el proceso de civilización experimentado por las sociedades a lo largo de la historia supone un camino de definición de las estructuras y las relaciones sociales en busca del control de conflictos y emociones personales públicas. Este proceso, dinámico y constante, se establece gradualmente, canalizado por una serie de estructuras sociales que surgen para tal fin y que a la vez son transformadas por el proceso civilizador.

La interpretación de la teoría de Elias exige reconocer la existencia de tres formas de control social: control sobre las conexiones extra-humanas de los acontecimientos, gracias al desarrollo científico y tecnológico; control sobre las conexiones inter-humanas, los nexos sociales, a través de la organización social; y control sobre uno mismo o autocontrol de cada uno de los miembros de la sociedad: el proceso de civilización (Elias y Dunning, 1992). El grado de avance de una sociedad viene determinado por el desarrollo de cada una de estas fuentes de control social que, evidentemente, no siguen el mismo ritmo en su crecimiento.

¿Y en qué fase del proceso civilizador nos encontramos? Podemos retomar los argumentos de Toffler en su teoría sobre las "Tres olas de la civilización" y entonces nos situaremos en esa tercera ola que nos ha tocado vivir. Esa sociedad impregnada del desarrollo tecnológico y abocada al consumo masivo (Ritzer, 2000). Una sociedad con un desarrollo desequilibrado y predominante en esas formas que Elias llama de control de las relaciones extra-humanas, pero que afectan en gran medida los aspectos más inmediatos del individuo, a sus relaciones sociales y a su propia personalidad.

Pero éste es un ensayo sobre el ocio. Quizás deberíamos centrarnos ya en el tema, pero yo me pregunto: ¿las conductas de ocio de la población son ajenas a estas situaciones que hemos repasado? ¿Podemos estudiar el ocio sesgado de la realidad social en la que vivimos, una realidad social macro, global? ¿No afectan el desarrollo tecnológico y los nuevos medios de consumo a este fenómeno del ocio? Personalmente creo que el ocio no está al margen de la sociedad, es más, pienso que

los procesos sociales que someramente he presentado, tienen en el ocio un espejo que devuelve la mirada de nuestra sociedad. Porque el fenómeno del ocio es una temática de especial preocupación científica, educativa, política, social y personal de los seres humanos en nuestras sociedades industriales avanzadas. Porque está incrustado en los nuevos procesos de consumo. Porque es un arma de reivindicación y emancipación. Porque es un elemento clave del nuevo engranaje de la economía nacional e internacional. Porque forma parte, en definitiva, del proceso de civilización.

En el campo de la investigación social es un tema de relativa actualidad, no en vano la Sociología del Ocio como tal, no tiene mucho más de algunas décadas de vida. Es sobre la mitad del siglo xx cuando comienzan las primeras sistematizaciones sobre el ocio en la sociedades avanzadas (Negré, 1993) Y, desde entonces, el ocio, no ha dejado de ser tratado por numerosos autores como elemento de gran importancia social.

En cualquier caso, el ocio como tema central de investigación, de preocupación social, de lucha por la emancipación personal, de reivindicación colectiva, de política pública o de procesos económicos, no es nuevo, ni de hace 50 años ni tiene visos de acabar próximamente. Es un fenómeno totalmente incrustado en nuestra sociedad, en nuestros patrones culturales. Una sociedad como la nuestra, tiene un ocio como el nuestro pero, de acuerdo con Toffler y Elias, todos los cambios sociales no se producen de forma súbita, sino que responden a una evolución constante de la vida de los seres humanos en comunidad, desde la antigüedad hasta nuestros días.

La Posmodernidad

Antes comenté que la historia no se escribe por capítulos independientes. La Posmodernidad debe buscar su explicación, pues, partiendo de su época anterior, la Modernidad. El pensamiento moderno, aportación de la Ilustración basado en el empirismo deductivo, nos dejó una cierta "sobreevaluación" de las capacidades del hombre, representadas por la supremacía

de la ciencia y la razón, que a nivel social y económico tuvo una gran repercusión mediante la aplicación de la tecnología a los procesos de industrialización. Además nos aportó nuevos conceptos éticos y políticos y contribuyó a la jerarquización del conocimiento, de los sistemas políticos y estados, de las estructuras sociales y económicas. La búsqueda de la máxima eficiencia en la producción conlleva, necesariamente, la división, especialización y jerarquización del trabajo que, a su vez, posibilitó la irrupción de nuevos roles sociales y determinó la propia dinámica de las relaciones, contribuyendo a generar mayor desigualdad entre las personas.

Por si fuera poco, las expectativas felices para el hombre que prometía la Modernidad no acabaron de hacerse realidad. Los acontecimientos históricos, más bien al contrario, frustraban una y otra vez la esperanza de un mundo mejor. Guerras, desastres ecológicos, exterminios humanos ... causados directamente por el hombre contribuían al aumento del desencanto colectivo. La razón, como arma para el progreso positivo para la humanidad, y las grandes verdades y relatos, como aliento para un conocimiento común e intercultural de la realidad, son insuficientes auspicios de la moral y las creencias del hombre, dejándole desnudo e indefenso, como un naufrago que sobrevive agarrado a cualquier objeto que le haga flotar. La fragmentación moral es un hecho, como lo es la desconfianza en la razón, el agnosticismo y la incredulidad. Perdidos los grandes axiomas morales, cada persona puede tener sus propios valores. Sin referentes conceptuales únicos e infalibles, el relativismo del conocimiento se impone.

La cultura posmoderna se extiende irrefrenablemente, gracias a los medios de comunicación de masas y a la tecnología aplicada a la información. Si en algo están de acuerdo prácticamente todos los autores que opinan sobre nuestra época, es que los valores culturales están sufriendo cambios evidentes (Inglehart, 1991, 1998; Giddens, 1993, 2000; Lyotard, 2000, 2001; Vátimo, 2000; Lyon, 1996, Gervilla, 1993; Fernández Balboa, 2001; Lipovetsky, 1986, 1990). Pluralismo, diversidad, fragmenta-

ción moral, desorientación, escepticismo, liberación, desconfianza, agnosticismo, pasotismo, individualismo, narcisismo, hedonismo, falta de compromiso, presentismo, sublimación estética, rechazo a la autoridad, autorrealización, etc., son conductas, formas de pensamiento, actitudes ante la vida que, estando presentes en las sociedades desde hace mucho tiempo, es ahora cuando están alcanzando altas cotas de valoración por múltiples y diferentes razones.

Pero, al margen de los nuevos patrones y valores culturales, la Posmodernidad está relacionada con importantes cambios estructurales. Si la Modernidad basó sus ideas en la Ilustración y manifestó cambios sociales y económicos como consecuencia de la revolución industrial, la Posmodernidad, aunque ideológicamente encontramos precursores en el siglo xix (Nietzsche, Marx), es a partir de la mitad y sobre todo a finales del siglo xx cuando se hacen perceptibles esas transformaciones sociales y culturales (Lyon, 1996). Fernández Balboa (2001, pp. 27-30), muestra los cambios más significativos que se están dando en las sociedades avanzadas, que resume en lo siguientes: el uso de las telecomunicaciones digitales inteligentes a gran escala, la nueva configuración de la unidad tiempo-espacio, el incremento de la globalización y la evolución de los sistemas mundiales, las tensiones y relaciones entre nuevas formas de poder, los cambios en los patrones de consumismo e intercambio de productos y servicios, las nuevas oportunidades para las mujeres y los nuevos contextos de trabajo y de vida.

Así pues, en la Posmodernidad una nueva cultura se impone, en medio de sociedades globalizadas, de consumo de masas, altamente tecnificadas y gobernadas por los medios de comunicación y por el fácil acceso a la información. Esta situación posibilita la difusión de patrones de comportamiento que acceden sin resistencia al grueso de la población. Los efectos de la globalización, aunque los más radicales reparan únicamente en los económicos, conllevan también transformaciones políticas, tecnológicas y culturales, motivadas sobre todo por los avances en los sistemas de comunicación. Y todo ello, afecta no

sólo a estructuras externas o lejanas al individuo, sino que es un fenómeno “*de 'aquí dentro', que influye en los aspectos íntimos y personales de nuestras vidas*” (Giddens, 2000, p. 25). Instituciones, tradiciones, familia, costumbres... se ven influenciadas significativamente por este proceso de universalización. Por ello, los percibimos tan claramente en nuestra vida diaria. Por eso, ya no nos sorprenden los cambios, porque forman parte de nosotros.

El ocio en las sociedades posmodernas

El ocio, fenómeno de la esfera cultural, no es ajeno a los nuevos valores y patrones de conducta del hombre, ni por supuesto a los trascendentales cambios experimentados por las sociedades avanzadas. Un nuevo ocio pasa por delante de nosotros impregnado de la cultura posmoderna y determinado, como en épocas anteriores, por las características estructurales de nuestra sociedad. Examinemos algunas de las claves del ocio posmoderno:

A lo largo del siglo xx, se produce un aumento del tiempo libre, en detrimento del tiempo dedicado al trabajo. Se consolida la estructura diaria temporal de 8 horas (8 horas de trabajo, 8 horas de sueño, 8 horas de tiempo libre), las 40 horas laborales a la semana, los 30 días de vacaciones al año. Sin embargo, este incremento no siempre se traduce en un mayor y mejor ocio, pues la vida cotidiana cada vez se hace más compleja y se crean nuevas necesidades que restan momentos para el ocio personal. Por ello, cada vez mayor número de personas necesita realizar segundos trabajos o dedicar parte de su tiempo libre a la formación y cualificación que les proporcione más oportunidades laborales y logre satisfacer esas necesidades secundarias. Incluso en ocasiones el aumento de tiempo libre puede ser motivo de conflictos o al menos percibirse como algo problemático (San Martín, 1997), sobre todo en poblaciones con limitaciones para su uso satisfactorio, como los jubilados o los desempleados. El tiempo, en cualquier caso, se convierte en un valor, tanto para el

proceso productivo como para su disfrute personal.

Pero el aumento del tiempo libre es una falacia que, lejos de mejorar la satisfacción de las poblaciones urbanas, nos ha introducido en un acelerado tren vida, que nos hace tener la sensación constante de falta de tiempo. Setién y López (2000) hacen un análisis de lo que llaman “ocio de la sociedad apresurada”, y destacan como mecanismos que inciden en la percepción de escasez de tiempo los siguientes: *la tecnologización de los procesos productivos*: ya que la mayor productividad requiere también un mayor tiempo dedicado al consumo, además de tener que trabajar más para aumentar el poder adquisitivo; *el trabajo como incentivo*: se trabaja más, tanto los que tienen un trabajo estable para mantener un determinado nivel de vida, como los que trabajan de forma temporal o parcial, para asegurar la continuidad del trabajo; *la cultura del ahora y del estrés*: se busca llenar constantemente el tiempo libre para sacarle el máximo rendimiento a cada día; *el apresuramiento, símbolo de estatus social*: hoy se atribuyen modelos de éxito a las personas ocupadas, incluso en sus tiempos de ocio; *técnicas para estirar el tiempo*: la necesidad de gestionar mejor el tiempo se extiende a la vida cotidiana, a través de estrategias para realizar las mismas actividades en menos tiempo, o varias a la vez. El ocio apresurado es, fundamentalmente activo, consumista y evasivo, si no se tienen responsabilidades familiares, y doméstico, en torno a la televisión como principal entretenimiento, entre los que sí las tienen (Setién y López, 2000). En cualquier caso, la alta valoración del ocio hace que se intente ocupar con el mayor número de actividades, a pesar de la escasez de tiempo, constituyendo una especie de ocio hiperactivo contagiado de la vida acelerada que nos rodea.

Puesto que el trabajo es sólo un fin para poder satisfacer las necesidades del hombre, el tiempo laboral se considera despersonalizado, no motivante, que no contribuye a la realización personal. El ocio comienza a ser una faceta importante del hombre, en primer lugar, por el carácter compensatorio (Dumazedier, 1968) ante el

efecto deshumanizador del proceso productivo, pero también presenta un efecto regulador en cuanto a la organización del trabajo (Pedró, 1984), como elemento de equilibrio para el trabajador. El ocio se constituye como un hecho social autónomo, condicionado por el tipo de trabajo, pero que también influye en éste (Dumazedier, 1968).

No obstante, el ocio alcanza el grado de reivindicación personal y de derecho social, relacionado con la salud, el bienestar, la satisfacción y la calidad de vida (WLRA, 1994). Se habla de él como un área de la experiencia humana en la que ejercemos nuestra libertad de elección y que nos produce altas dosis de satisfacción. El ocio es una experiencia subjetiva, supeditado a la percepción individual lo que permite que cada persona tenga su propia definición de ocio (San Martín, 1997). Entre las variables que inciden para que una conducta sea percibida como ocio podemos encontrar la percepción de libertad, la motivación intrínseca, escasa relación con el trabajo y que tenga finalidad en sí misma (San Martín y otros, 1999). A su vez, el grado de satisfacción obtenido con las actividades de ocio dependerá de numerosos factores, entre ellos, el grado de activación que permitan, su efecto sobre la comprensión de la realidad, la posibilidad de interacción social, la percepción de disponibilidad de tiempo libre y los sentimientos de competencia que despierten (San Martín y otros, 1999).

El ocio, pues, se incorpora a nuestra vida cotidiana, a nuestro estilo de vida. El ocio es un derecho para el hombre, como lo es ocupar su tiempo de la forma más libre posible y con las actividades que le resulten más satisfactorias. Sin renunciar a la connotación del ocio como evento extraordinario, lo cierto es que su incorporación a nuestra vida de forma habitual, le da un toque de normalidad, de rutina. “*Nuestra vida cotidiana ha cambiado y sigue cambiando profundamente debido a las prácticas del ocio como espacio de un tiempo robado al trabajo, a la necesidad y a la obligación que, al inicio, pretende ser extraordinario (...) pero que se rutiniza o institucionaliza (...) creando nuevos escenarios, saliendo a relucir nuevos actores sociales y*

tomando importancia nuevos valores" (Negré, 1993, pp. 22-23).

Valores de la nueva cultura posmoderna que tienen en el ocio el vehículo perfecto para su manifestación. La búsqueda del placer, la diversión, la exaltación del presente, la apertura de las emociones, el triunfo de la estética, son algunos de los valores que contienen la mayoría de las prácticas de ocio actuales, dirigidas a la evasión del mundo real, de un mundo que constriñe nuestra libertad, que sólo nos invita a ser partícipes de proyectos inacabados o de frustraciones sociales. El alejamiento de los problemas públicos, de la seriedad de nuestra vida laboral, de las grandes responsabilidades, se consigue gracias a un ocio que nos pertenece, que es subjetivo, diverso y libre de condicionamientos sociales, donde podemos explayarnos y sacar la personalidad que llevamos dentro, a través de actividades divertidas y placenteras. *"Una nueva ética, la fun morality (moral de la diversión, del placer), sucede a la moral del trabajo, empujando a los individuos a mejor apreciar sus ocios"* (Ripert, 1971, p. 47).

El ocio, entonces, se convierte en ocios. La pluralidad de formas de pensamiento o de valores morales se refleja en la gran diversidad de prácticas de ocio. El ocio posmoderno es inclasificable, es tan diverso como distintas son las personas. Las posibilidades se multiplican en los últimos años: juegos y deportes, fiestas, actividades culturales, viajes, lecturas, televisión, música. Pero no queda ahí, se inventan nuevas prácticas deportivas o se matizan las tradicionales (aeroboxing, spinning, kate-surf, cardio & gap, puenting), proliferan nuevas manifestaciones musicales y los estilos se fusionan (Chill Out, Jazz -fusion, pop-rock, hip-hop, flamenco-chill, indie rock), se ofrecen nuevas posibilidades de viajes y de turismo (activo, rural, semiorganizado, libre a través de redes internacionales de albergues) se aumenta la edición de novelas y géneros literarios, nos llueven las películas en los cines, se multiplican los canales de televisión (de moda, de deportes, de cocina), se asimilan festividades de otras culturas (Halloween, Santa Claus).

El pluralismo cultural posmoderno, el mestizaje de tendencias y manifestaciones

humanas, se proyecta sobre el ocio en el que, además de diversidad de actividades, también se reflejan diferentes significados. Puesto que es un espacio individual, la experiencia es enteramente subjetiva. Una noche de fiesta para unos supondrá una evasión de sus problemas, mientras para otros una oportunidad de mejorar sus relaciones sociales o simplemente para liberar tensiones. La práctica de deportes de aventura estará al servicio de las necesidades de asumir riesgo y de obtener altas dosis de emoción, para conocer nuevas personas fuera del entorno más inmediato o para disfrutar del medio natural. La comprensión del ocio exige, pues, ir más allá de las actividades y profundizar en el sentido, las motivaciones y las expectativas de sus practicantes.

Pero si las nuevas pautas culturales inundan el fenómeno del ocio, los importantes cambios estructurales y técnicos apoyan definitivamente a las nuevas actividades ociosas. La tecnología supuso un incremento del tiempo libre, pero inmediatamente entró a formar parte de muchas de las actividades de ocio. El ordenador en su uso personal, posibilita la comunicación a distancia, el descubrimiento de nuevas amistades "virtuales"; el acceso a información etc, prácticas que cada día tienen más adeptos. El uso de la televisión ocupa un lugar destacado en el tiempo libre, acrecentado por la irrupción de los canales privados y digitales. El perfeccionamiento de los medios de transporte, a su vez, aumenta las posibilidades de ocio, reduciendo las barreras geográficas e instando a descubrir nuevos lugares.

Por tanto, las nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas se han institucionalizado como prácticas de ocio en nuestros hogares. Nuevos aparatos (DVD, Play Station, Home Cinema) nos incitan al disfrute de un ocio en casa caracterizado por la visualización de programas de entretenimiento y por el uso lúdico de las tecnologías. Incluso hay quienes ven en la televisión y en el cine un fenómeno que asume las funciones de la lectura en siglos anteriores, sustituida ésta entre los más jóvenes por las expresiones audiovisuales (Cuenca, 2000). El espectadorismo

catódico del ocio hogareño (Ruiz Olabuénaga, 1996b), por un lado, y el turismo por otro, pueden ser dos de las actividades de ocio que más han aumentado y que caracterizan a la nueva sociedad e íntimamente relacionadas: *"la televisión es el gran turismo desde la quietud del lugar, el turismo es la televisión en movimiento y una proliferación de consumo ocular"* (Cuenca, 2000, p. 53)

Tal amalgama de posibilidades de ocio pretende, supuestamente, legitimar la libertad de elección del ser humano y su desarrollo personal. Sin embargo, detrás de la multitud de prácticas se esconde una motivación común: el consumo. El incremento del tiempo libre ha traído también la posibilidad de encontrar en los mismos productores, los objetivos de la producción, es decir, el mundo del ocio en las sociedades avanzadas forma parte de un ciclo de producción-consumo, del que todos somos partícipes, del que todos somos "prosumidores" (Toffler, 1980). Los valores hedonistas a los que se asocian las conductas de ocio son, paralelamente, motivadores del consumo. En España, el gasto en actividades de ocio de las familias aumenta cada año, pasando de un 11,5% en 1985 a 13,4% en 1992 (Setien, 1995 en Cuenca, 2000). Por no hablar del turismo, una de las claves de la industria española, o el consumo de prensa, revistas, libros, etc. Además de los servicios, el consumo del ocio tiene sus exponentes en la adquisición de equipamientos y productos. De ahí el acelerado aumento de empresas que constituyen una auténtica industria del ocio, y suponen en torno al 15% del producto interior bruto del país (Cuenca, 2000). Pero la mercantilización del ocio es tal que se hace necesario el descubrimiento de nuevas necesidades que sustituyan o complementen a las anteriores para que el ciclo producción-consumo no cese. Las nuevas tecnologías son buen ejemplo de ello: los avances se suceden, PCs con mayores prestaciones, automóviles de última generación ... a la caza de nuevos consumidores que ven en su posesión un índice de mejora de su calidad de vida y de su estatus social. En cualquier manifestación de ocio, entonces, no estamos libres de la

presión social, de los intereses económicos de las grandes industrias que ejercen su poder coercitivo, algunas veces de forma tan subliminal que pasan desapercibidas. El hombre, en su intento de liberación y de evasión a través del ocio, baja los brazos ante la maquinaria del consumo con la conciencia de que está siendo libre. Los intereses económicos y políticos, bien para el enriquecimiento, bien para el control social, actúan como mecanismos manipulatorios que abocan a una nueva alienación en el hombre: la alienación de su ocio (Pedró, 1984; Domenach, 1971).

El progreso de la economía, pues, parece haber convertido al hombre en un consumidor que, a través de la adquisición de equipamientos y productos, le permite escalar socialmente. Nada más lejos de la realidad. Aún teniendo acceso a determinados ocios que eran privativos en épocas anteriores, el poder adquisitivo sigue siendo un condicionante principal para la ocupación del tiempo libre, dado que el ocio se consume.

Al olvidarnos de elementos ligados a la estructura de clases socioeconómica hemos creído en el ocio como elemento social unificador, al alcance de todos. Sin embargo, *"la igualdad o la práctica universal del ocio está limitada por algún tipo de restricción impuesto por la estructura socioeconómica, lo que podríamos llamar democratización imperfecta"* (Ruiz Olabuénaga, 1996a, p. 17). La clase social o el estrato socioeconómico se sitúa como el factor más influyente para las actividades de ocio en España, por encima de la edad, el sexo o el nivel de educación (Ruiz Olabuénaga, 1996a). El ocio, pues, puede ser más causante de acentuar las diferencias sociales (Pedró, 1984) que de promover la igualdad. Junto a las grandes posibilidades de ocio que he comentado anteriormente podemos encontrar, aún hoy en día, situaciones absolutamente marginales, de privación del ocio o de una ocupación pobre del tiempo libre.

Esta última reflexión nos remite, necesariamente, al abordaje de algunas cuestiones éticas. En primer lugar, la sublimación de valores morales individualistas y hedonistas a través del ocio puede alejar-

nos de la reflexión sobre los verdaderos problemas sociales y, por ende, restarnos capacidad para afrontarlos. Si el trabajo es desvalorizado y el ocio se eleva como el momento para el desarrollo del ser humano, mal andaremos en el futuro si a lo único a lo que nos dedicamos es a apagar la televisión cuando aparecen malas noticias y a encenderla cuando comienza mi programa favorito. La falta de compromiso social es hoy una realidad en nuestro ocio. Bien es cierto que necesitamos momentos de pura diversión, pero también es perentorio dedicar parte de ese tiempo a comprender la realidad que nos rodea y a desarrollar valores enteramente humanísticos. Pedró (1984) plantea que la clave del ocio actual no está en qué hacer, sino en cómo hacerlo. Mantener una actitud inercial, consumiendo pasivamente el ocio que nos proporcionan, o por el contrario, apostar por una actitud crítica que realmente posibilite la liberación del hombre, que dote de mayor sentido su existencia y que le haga encontrar esos valores con los que desarrollarse como ser humano. En segundo lugar el trasfondo ético alcanza a las instituciones responsables del mismo. Sería necesario analizar qué ocio se nos está ofreciendo y el efecto que puede generar en la humanidad. En cualquier caso, todos los agentes sociales, públicos o privados, junto con los propios ciudadanos deberían asumir la responsabilidad sobre el modelo de ocio que se está impulsando (San Salvador, 2000).

En definitiva, es cierto que vivimos una época de exaltación del ocio, pero seguramente lejos de aquella "civilización del ocio" que Dumazedier auguraba. Aunque el proceso de transformación no cesa, la verdad es que el ocio sigue siendo, en muchos casos, una mera reproducción de la estructura y el sistema social imperante. Los cambios se suceden de una forma más cuantitativa que cualitativa, afectan desigualmente a la población y cada vez más el ocio flota sin control arrastrado por los vientos del mercantilismo. Una situación que bien podría definirse como "paradojas del ocio". Se dispone teóricamente de mayor tiempo libre que en épocas pasadas,

pero se percibe con escasez, cuando no se constata realmente una menor disponibilidad de tiempo, porque además de la ocupación principal nos comprometemos con otras actividades para sostener nuestro nivel de vida. Creemos sentirnos libres cuando nos dedicamos al ocio pero cada vez son mayores y más fuertes las influencias de los medios de comunicación que nos abocan al consumo y a unas determinadas formas de ocupar nuestro tiempo. Reivindicamos nuestro espacio y tiempo para el ocio, deslegitimando el trabajo como vía de realización personal, pero lo llenamos con actividades que nos adocen y limitan nuestra creatividad. Pensamos que el ocio es un vehículo de democratización, cuando en no pocas ocasiones enfatiza aún más las desigualdades sociales. Defendemos la pluralidad de los ocios como canal de expresión de nuestra libertad de elección y lo que conseguimos es contactar superficialmente con las actividades, probar muchas cosas, deambular por distintos caminos pero no encontramos a nosotros mismos. Buscamos la emoción, la satisfacción, la experiencia extraordinaria y, en cambio, procedemos a rutinizar nuestro ocio, manteniendo una actitud inercial hacia lo que se nos ofrece e incorporándolo al tren acelerado que preside nuestra vida cotidiana.

Pero no me gustaría acabar con este tono tan pesimista. Las potencialidades del ocio permanecen, por suerte, intactas. Tan sólo hace falta una reflexión personal sobre algunos de los aspectos tratados anteriormente. Fundamentalmente, sobre qué sociedad buscamos, qué tipo de persona queremos ser y sobre cómo nos construimos en todos y cada uno de los aspectos de nuestra existencia. En el trabajo, en la amistad, en la familia ... y, por supuesto, en el ocio. Bucear en las profundidades de uno mismo, sin duda, ayudará a comprendernos mejor y a elegir, por ende, el ocio que potencie nuestra personalidad y nos haga más humanos. Sólo entonces, este fenómeno alcanzará su más amplio significado, lejos de determinismos, manipulaciones o condicionamientos sociales. Sólo entonces, el ocio será humanista, el ocio será nuestro.

Bibliografía

- Cuenca, M. (2000). *Ocio humanístico. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- De Grazia, S. (1966). *Tiempo, trabajo y ocio*. Madrid: Tecnos.
- Domenach, J. M. (1971). Ocio y trabajo. En J. Dumazedier y otros, *Ocio y sociedad de clase* (pp. 209-218). Barcelona: Fontanella.
- Dumazedier, J. (1968). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.
- Elias, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. México: FCE.
- Fernández Balboa, J. M. (2001). La sociedad, la escuela y la educación física del futuro. En J. Devis (coord.), *La educación física, el deporte y la salud en el siglo XXI* (pp. 25-45). Alicante: Marfil.
- Gervilla, E. (1993). *Posmodernidad y educación. Valores y cultura de los jóvenes*. Madrid: Dykinson.
- Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Inglehart, R. (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS.
- (1998). *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS.
- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lyon, D. (1996). *La posmodernidad*. Madrid: Alianza.
- Lyotard, J. F. (2000). *La condición posmoderna*. Madrid: Catedra.
- (2001). *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa.
- Munné, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. México: Trillas.
- Negré, P. (1993). *El ocio y las edades. Estilos de vida y oferta lúdica*. Barcelona: Hacer.
- Pedro, P. (1984). *Ocio y tiempo libre. ¿Para qué?* Barcelona: Humanitas.
- Ripert, A. (1971). Algunos problemas americanos. En J. Dumazedier y otros, *Ocio y sociedad de clases* (pp. 143-155). Barcelona: Fontanella.
- Ritzer, G. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Barcelona: Ariel.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1996^a). La democratización imperfecta del ocio español. En García y Martínez (coords), *Ocio y deporte en España. Ensayos sociológicos sobre el cambio* (pp. 15-24). Valencia: Tirant lo blanch.
- (1996b). Los desafíos del ocio. En VVAA, *Los desafíos del ocio* (pp. 13-46) Bilbao: Universidad de Deusto.
- San Martín, J. E. (1997). *Psicosociología del ocio y el tiempo libre*. Málaga: Aljibe.
- San Martín, J. E.; López, A. E. y Esteve R. (1999). Dimensionalización del constructo de ocio en universitarios. *Psicothema* (11.1), 113-124.
- San Salvador, R. (2000). *Políticas de ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Setién, M. L. y López, A. (2000). *El ocio de la sociedad apresurada: el caso vasco*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.
- WLRA (1994). *International Charter of Leisure Educations*. ELRA (European Leisure and Recreation Association). Summer.