



“El ocio, un ámbito de cohesión familiar”

Manuel Cuenca Cabeza
Universidad de Deusto



EL OCIO, UN ÁMBITO DE COHESIÓN FAMILIAR

Manuel Cuenca
Universidad de Deusto
Enero 2005

Autor: Manuel Cuenca Cabeza. mcuenca@fice.deusto.es

Resumen: Es difícil entender los estilos de vida de la familia actual sin conocer sus hábitos y prácticas de ocio. Las familias españolas, que aumentan el consumo de servicios de ocio al tiempo que reducen las posibilidades de educar en su ámbito, se enfrentan a una situación, desconocida y soterrada, que les afecta cotidianamente. De año en año crece el desequilibrio entre el consumo de ocio y el conocimiento de sus efectos y posibilidades. Este trabajo plantea la necesidad de revisar esta situación, así como la proyección futura del ocio familiar, frecuentemente unido al desarrollo de prácticas lúdicas, culturales, ecológicas, festivas y solidarias. Una frase del libro de Joffre Dumazedier, *Hacia una civilización del ocio*, sirve de pretexto para reflexionar sobre el tema y analizar unas cuestiones que, en virtud de su proximidad, a menudo pasan desapercibidas. El autor, fundador del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, investigador reconocido y con numerosas publicaciones en temas de ocio, apoya sus afirmaciones en distintos estudios sobre los beneficios del ocio y sus dimensiones, planteando la necesidad de hacer frente a la situación a través de la formación y el conocimiento del ocio desde un planteamiento experiencial y humanista.

Palabras clave: Familia, ocio, cohesión familiar estilos de vida, consumo, ocio familiar, prácticas de ocio.

Prohibida su reproducción total o parcial sin citar el autor y la referencia completa de la publicación: "Ocio, un ámbito de cohesión familiar", Cuenca Cabeza, Manuel, Documento 01/2005. Enero 2005.

EL OCIO, UN ÁMBITO DE COHESIÓN FAMILIAR

Manuel Cuenca
Universidad de Deusto
Enero 2005

"La familia moderna busca en el ocio, y a pesar de este, las bases de una nueva cohesión que le resulta difícil de encontrar"
Joffre Dumazedier, *Hacia una civilización del ocio* (1964: 131).

Es difícil saber hasta qué punto era consciente Joffre Dumazedier, al escribir esta frase a mediados del pasado siglo XX, de que la civilización del ocio que por entonces empezaba a desarrollarse iba a darle plenamente la razón. El ocio es, en efecto, uno de los pilares de cohesión familiar, pero también puede ser todo lo contrario. En cualquier caso, el tema se presenta hoy más complejo de lo que parece y, este mismo pensamiento, formulado como interrogante en los comienzos de un siglo nuevo, podría ser algo así como: ¿Qué clase de ocio puede aportar a la familia moderna la cohesión que busca?

Es conocido que en las actuales sociedades desarrolladas, en cualquier parte de la tierra y en todas las culturas, el fenómeno del ocio ha experimentado un crecimiento y una incidencia social sin precedentes en la historia. El ocio ocupa un papel dominante en los nuevos modos de vida que, independientemente de los regímenes políticos o sus mismas economías, ha ido reemplazando, creciente e imperceptiblemente, prácticas que en otros tiempos se pensaron inamovibles o sagradas. Su presencia se ha ido haciendo un hueco en la vida familiar y cotidiana: pasear, viajar, salir al campo, ver la televisión, leer, planificar un viaje o escaparnos de vacaciones forman parte de ese fenómeno. Pero el desarrollo sucesivo del ocio ha ido fijando la atención en las partes, en la expresión de sus elementos, sin que, hasta pasados unos años, nos hayamos dado cuenta que lo que de verdad estaba cambiando era su esencia, la misma significación.

Es difícil entender el ocio actual sin conocer su interrelación con la familia; una familia que, a pesar de su persistencia, vive momentos de grandes cambios. Las estadísticas indican que en los últimos años se va incrementando el presupuesto familiar en las partidas relacionadas con el ocio. Se sabe que mayores niveles de renta conllevan un mayor gasto en ocio, cultura, comunicaciones y transporte, en detrimento de otros gastos relacionados con la satisfacción de las necesidades más básicas: gastos de alimentación, vestido y calzado. Las familias españolas gastan más en bienes que en servicios; pero, en el caso del ocio la proporción se invierte y los servicios superan a las inversiones en bienes (Gabaldón, 2003). Este fenómeno se produce paralelamente al aumento de la renta familiar, especialmente en las familias en las que la mujer trabaja fuera del hogar y, también, como consecuencia del aumento del nivel educativo. Las inversiones más significativas en servicios corresponden a vacaciones, comidas y bebidas fuera de casa; mientras que los gastos en bienes de ocio se realizan, sobre todo, en aparatos de imagen y sonido, lecturas y discos.

El aumento del consumo de ocio se está produciendo cuando la familia se ha reducido y disminuyen las posibilidades de educar en el ámbito familiar. A menudo se recurre a sustitutivos tales como la televisión y los entretenimientos electrónicos, que se han convertido en los nuevos educadores. Los fines de semana, los puentes y las vacaciones, momento ideal y posible para los proyectos de ocio familiar, tampoco permiten demasiadas opciones al convertirse en momentos de vida itinerante, periodos de continuo desplazamiento. Además, los padres sólo tienen un mes de vacaciones y los hijos dos, un problema más para el que se debe recurrir a servicios externos.

A comienzos de los ochenta aparecen tres aspectos relacionados con el ocio de la familia que actualmente están consolidados: El paso de un modelo familiar a otro diferenciado, de acuerdo con las edades de sus miembros; la separación del tiempo de fin de semana y los días laborables y el desarrollo de un mercado del ocio especializado con multiplicidad de ofertas. Quedan lejos

los años sesenta, cuando los padres fijaban los horarios de salida y llegada de sus hijos, aunque éste horario se suavizara en fiestas y ocasiones especiales. El consumo de ocio puso de moda los *findes* (fin de semana juveniles) y la cultura de la noche, que hace tiempo empezó a preocupar a las familias. Los años ochenta se caracterizaron también por el aumento de infraestructuras y programas de ocio dirigidos a jóvenes y adolescentes, considerados población en riesgo.

La atención a modelos de ocio diferenciado puede ser una razón que explique el olvido del ocio familiar. Preocupa el ocio de los jóvenes y el ocio de los mayores, ignorando que unos y otros fueron niños y forjaron sus hábitos de ocio en el seno de una familia. Pero, independiente de la causa, lo cierto es que el tema no ha llegado a estudiarse de acuerdo con su trascendencia. El ocio familiar ha sido un aspecto más de los tratados por reconocidos investigadores internacionales que se han aproximado al fenómeno del ocio desde un punto de vista social y global, pero la bibliografía en lengua española es todavía más escasa. Aún así, en los últimos años, la investigación sociológica está dedicando especial atención al proceso de cambio que tiene lugar en una institución tan relevante socialmente como es la familia y, en algún caso (CIRES, 1993), ha permitido plantear aspectos relacionados con el ocio familiar. Para bien o para mal, la familia transmite sus vivencias de ocio por ósmosis, a través del ejemplo. Esto significa que vale la pena detenerse a pensar qué sentido tiene el ocio en la vida de una familia y si realmente puede ser una fuente de cohesión.

En contextos anglófilos, las investigaciones acerca del papel del ocio en la familia son especialmente significativas a partir de la década de los 70. S Parker (1976) estudia la familia como fuente de actitudes de ocio y, unos años más tarde (1979), el ocio en los ciclos de vida y su incidencia en la familia. R. Keneth (1981) se detiene en la familia como ámbito de ocio y señala la relación que existe entre las vivencias de ocio y la calidad de vida familiar. L.B. Hendry (1983) incide en el ocio y los media como base de desarrollo del hogar, analizando especialmente el papel de la televisión respecto a niños y

adolescentes. Witt y Goodale (1985) analizan las barreras del ocio en la familia y J.R.Kelly, ese mismo año, reflexiona sobre la oportunidad que ofrece el ocio a las familias para la comunicación, relación personal, desarrollo de valores y satisfacciones conjuntas; entendiendo que el ocio familiar no sólo es una obligación, sino también una oportunidad y una "inversión" de carácter educativo.

El ocio y sus beneficios

El ocio ha cambiado el horizonte de la vida familiar por múltiples razones. Además del trabajo de la pareja, las posibilidades de consumo y el acceso a los nuevos medios de ocio tecnológico, el propio sistema social está propiciando el desarrollo de espacios vitales centrados en el ocio que afectan al desarrollo de las vivencias en familia. Como afirma J.E. Iranzo Martín (2004:84) la generosidad del sistema de protección social que tenemos lleva a una sobrevaloración del ocio. De modo que asistimos a una paulatina reducción de la vida laboral, fruto del adelanto de la edad media de jubilación, que, en la actualidad, se encuentra en los 63 años, junto con la tardía incorporación de los jóvenes al mercado de trabajo. Esta situación plantea nuevos interrogantes en el seno de las familias, que ven cómo los hijos abandonan el hogar cada vez más tarde, mientras que los abuelos se enfrentan a una nueva vida alejada del entorno laboral. En ambos casos el ocio es un elemento importante que incide en los hábitos familiares.

Amando de Miguel (2000:253), analizando los datos de la encuesta realizada a los jóvenes españoles en 1998, señala que resulta llamativo el ascenso del valor del ocio a escala general y, más en concreto, entre los jóvenes de ambos sexos con edades comprendidas entre los 21 y 29 años, para quienes el ocio ocupa el primer puesto en su escala de valores, por encima del trabajo y la familia. Los datos son coherentes con otros estudios del momento. Así, en la *Encuesta Europea de Valores de España 2000*, María Silvestre Cabrera (2000:25-47) afirma que tiempo libre y ocio ocupan un cuarto lugar en la jerarquía de prioridades de los españoles actuales. Un

80,4% señala que es algo muy importante o bastante importante, interés que se acerca a los primeros lugares ocupados por familia, trabajo y amigos-conocidos, distanciándose bastante del valor que se le concede a la Religión (41,7%) y la Política (19,1%).

La revalorización del ocio no es cuestión sólo de los españoles, sino algo común en los países desarrollados. La aseveración se confirma con otras investigaciones, como la realizada por Antonella delle Fave y Fausto Massimini (1998) en el norte de Italia, que han estudiado el significado del ocio en un grupo familiar de tres generaciones, residentes en una pequeña comunidad del Valle de Gressoney. Estos investigadores encontraron que la generación de mayor edad, la de los abuelos, tenía sus mejores motivos de satisfacción personal en el trabajo (58%) y, escasamente, en el ocio (16%). En la generación de los padres pudiera decirse que se encontraba un equilibrio entre trabajo (41%) y ocio (44%) y, finalmente, en la generación de los nietos, destacaba la incidencia del ocio, un 70%, frente a un 19% atribuido al trabajo. La importancia del ocio como experiencia vital superaba, en este caso, la función ocupado por el trabajo en la generación de sus abuelos.

Familia y ocio son valores de gran importancia en el momento actual, aunque apenas se haya estudiado su evidente interrelación y no se tenga en cuenta que el ocio, primer valor de los jóvenes, pronto puede llegar a ser el valor dominante del resto de la sociedad. Cuando hace años se investigaba sobre los posibles motivos de discusiones en el seno de la familia española, el estudio concluía que uno de cada dos entrevistados afirmaba que en su familia no hay discusiones ni tensiones por ningún motivo. En todo caso, las razones más mencionadas como causa de discusiones y tensiones eran los temas personales y familiares, el dinero, el reparto de las tareas domésticas y la hora de regreso a casa. Prácticamente no se discutía ya por el uso del tiempo libre (CIRES, 1993:80).

Ocio humanista

El disfrute democrático del ocio es una conquista social del siglo XX y la necesidad de vivir un ocio de calidad un reto para todos en el siglo XXI; pero la cambiante realidad del ocio está siendo entendida desde puntos de vista diferentes. Desde una postura puramente comercial y consumista, el ocio no va más allá de la diversión. La gente necesita distraerse, evadirse de la realidad, salirse de la rutina, pasar el rato alegremente. Este es el objetivo de múltiples ofertas de ocio planificado: viajes de vacaciones, videojuegos, música moderna... En el otro lado de la balanza se sitúa el punto de vista humanista, que reconoce en el ocio un ámbito de desarrollo personal. Es un tipo de ocio más maduro que usa las posibilidades de la sociedad de consumo, procurando no ser usado por ella. Pero, como ya advirtieron hace tiempo Maritain, Pedro Lain Entralgo, José Luis López Aranguren o los pensadores humanistas alemanes del pasado siglo, el ocio humanista es un ocio que no surge espontáneamente, sino que requiere preparación.

Desde una visión humanista la palabra ocio es sinónimo de ocupación gustosa, querida y, por consiguiente, libremente elegida. La vivencia del ocio no depende sólo de la actividad en sí misma, ni del tiempo, el nivel económico o, en ocasiones, la formación del sujeto. Tiene que ver con el sentido que cada experiencia de ocio tiene para quien la experimenta. También se relaciona con "lo esperado", "lo querido y deseado", de ahí su conexión con el mundo de la emotividad y, consecuentemente, de la felicidad. Como fenómeno colectivo y social, el ocio se caracteriza por ser una realidad múltiple en sus manifestaciones. Ha sido un signo diferenciador de culturas, civilizaciones y comunidades y, en la actualidad, es referencia de calidad de vida, a la vez que un derecho básico e independiente de la persona y la comunidad.

Es habitual que, en el lenguaje cotidiano, utilicemos el concepto de ocio con un significado similar a tiempo libre o a la realización de unas determinadas actividades. Pero, en su sentido más estricto, el ocio no debe ser

identificado con el tiempo, puesto que el tiempo en sí mismo no define la acción humana. La identificación que se produjo entre ocio y tiempo libre, a raíz de los estudios –especialmente sociológicos– llevados a cabo entre los pasados años cincuenta y ochenta, dificultó la comprensión del ocio desde su percepción psicológica. No es suficiente con el tiempo libre para tener una experiencia de ocio, el tiempo es una coordenada vital presente en cualquier acto humano. La importancia del ocio radica en ser un ejercicio libre de identidad, autorreconocimiento y voluntad.

Cuando el ocio se identifica con la actividad o con el resultado de la misma, su vivencia se objetiviza, se socializa y se hace cuantitativa. No se puede afirmar, por ejemplo, que ver un partido de fútbol sea una actividad de ocio en sí misma mientras haya personas a las que no les guste el fútbol. La acción es un aspecto más que, junto a la percepción de quien la realiza, puede transformarse o no en vivencia de ocio. Esto explica que los pensadores idealistas considerasen que la esencia del ocio está en el "modo de ser", refiriéndose al modo de sentir personal. Kriekemans definió el ocio como "una 'recreación', o sea, un medio para restablecer la voluntad y el valor de vivir. El término "re-creación" está usado aquí en un sentido más profundo que el de "diversión, alegría o deleite". Siguiendo la definición de la Real Academia, su significado es "acción y efecto de recrear", entendiendo por recrear la acción de "crear o producir algo nuevo" que, en este caso, es una nueva voluntad de vivir y un redescubrimiento del valor de la vida.

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

lleva implícita su vivencia implica la apertura al otro y el desarrollo de ámbitos de comunicación que trascienden a los sujetos que la experimentan.

Beneficios

El ocio humanista no es sólo una realidad posible sino también una realidad beneficiosa, proporciona satisfacción y permite contrarrestar problemas provocados por la rutina diaria. Se ha comprobado que las experiencias satisfactorias nos ayudan a afirmar nuestra vida y a contrarrestar la parte negativa de la existencia, restablecen la armonía perdida y nos devuelven el equilibrio. La práctica del ocio nos permite salir de nosotros mismos y entrar en contacto con otra gente y otros problemas, vivir situaciones queridas que facilitan la realización y desarrollo de nuestra personalidad.

Hace tiempo que los psicólogos americanos vienen llamando la atención sobre los llamados "beneficios del ocio". Los beneficios del ocio comienzan a ser objeto de estudio en Estados Unidos en las décadas de los 70 y 80. Se trata de un tema que ha sido planteado desde múltiples disciplinas científicas, entre las que cabe destacar la Economía por ser, en los comienzos, el marco teórico desde el que se abordaba la gran mayoría de los estudios. A partir de los años 80 y 90, comienzan a proliferar los estudios e investigaciones sobre beneficios planteados desde la Psicología, la Medicina, la Sociología, la Filosofía, la Pedagogía, etc. La concepción humanista del ocio se ajusta muy bien a la definición de beneficio entendido como mejora o cambio positivo, concibiendo el ocio como medio de crecimiento y desarrollo personal.

Desde este punto de vista los estudios afirman que la práctica de actividades gratificantes de ocio tiene una repercusión positiva y necesaria en todos nosotros. Una misma actividad de ocio puede proporcionar a la persona que la práctica diferentes tipos de beneficios de forma simultánea, aunque puedan ser diferentes para cada persona o diferentes tipos de beneficios los que proporcione la misma actividad a una misma persona a lo largo de su vida.

Las investigaciones diferencian entre beneficios físicos, psicológicos, sociales y globales, aunque todos ellos tengan una importancia singular.

1. Los beneficios físicos/fisiológicos son los derivados de las actividades de ocio son la mejora de la salud y de la condición física. Muchas de las experiencias de ocio más extendidas tienen relación con el movimiento y la actividad, lo cual incide en el mantenimiento de la salud y la forma física. El ejercicio físico contribuye al crecimiento, a la flexibilidad, a la fortaleza y al equilibrio de los músculos, contrarrestando riesgos de su debilitación y previniendo enfermedades. La actividad física, vivida como ocio, proporciona satisfacción y permite evitar problemas provocados por la rutina diaria. Se ha comprobado que determinadas actividades de ocio favorecen la mejora del autocontrol o el desarrollo de habilidades de cooperación en personas con dificultades mentales.

2. Los beneficios psicológicos que proporciona el ocio pueden ser de diversos tipos, destacamos los emocionales, cognitivos y conductuales. Los *beneficios emocionales* hacen referencia a sentimientos, afectos o emociones positivas que se derivan y producen a raíz de las experiencias de ocio, incluyen afectos y percepciones sobre uno mismo. La participación en actividades de ocio facilita la eliminación, evitación o disminución de afectos o sentimientos negativos. El ocio es un centro de interés para la familia y un foco de interacción y comunicación. Planificar una excursión o unas vacaciones une a niños y mayores. Lo mismo puede ocurrir con una fiesta, una visita, o un juguete. Los *beneficios cognitivos* surgen como consecuencia de que las actividades de ocio son una fuente de nuevos aprendizajes, desarrollo de destrezas, adquisición de conocimientos y dominio de habilidades: Fomentan la creatividad, desarrollan memoria y pensamiento, facilitan la adquisición de destrezas y estrategias de planificación etc. Los *beneficios conductuales* hacen referencia a los efectos positivos que proporciona la participación en experiencias de ocio, al favorecer la adquisición de habilidades de todo tipo:

Coordinación oculo manual, manejo de herramientas, psicomotricidad etc.

3. Los beneficios sociales tienen que ver con la incidencia que las experiencias de ocio pueden tener en comunicación interpersonal y en las habilidades sociales. El desarrollo de un comportamiento lúdico aumenta la capacidad para llevar a cabo relaciones personales más adecuadas. Las interacciones de ocio permiten establecer unos vínculos basados en el gusto y la libre voluntad, no tanto en la obligación, que contribuyen a estrechar los lazos entre los miembros de la familia. Además, el ocio es un espacio social abierto a los parientes que facilita la ruptura de la rutina y favorece la apertura del núcleo familiar, propiciando el desarrollo de relaciones afectivas. También es una oportunidad para experimentar nuevos modos de relaciones familiares, en cuanto que es un contexto donde tiene cabida lo inesperado y novedoso.

4. Finalmente, hablamos de beneficios globales en el sentido de que el ocio tiene también unos efectos que inciden globalmente en nuestra personalidad, al desarrollar nuestra capacidad de expresión y favorecer la autoidentificación. Las experiencias de ocio son oportunidades de autonomía e independencia, espacios para desarrollar identidades no familiares que complementan el papel de la familia

La práctica del ocio nos permite salir de nosotros mismos, entrar en contacto con otra gente y otros problemas, vivir situaciones queridas que facilitan la realización y desarrollo de nuestra personalidad. Jugando aprendemos reglas de comportamiento y convivencia, leyendo un libro o viendo una película nos adentramos en mundos referenciales que nos dan la posibilidad de mejorar. El desarrollo de habilidades y destrezas, al compartir contextos sociales de ocio, proporciona un aumento de autoestima y un mayor bienestar. La actividad y el encuentro distendido que se produce en los ámbitos de ocio favorecen que cada cual se muestre tal como es, al tiempo que percibe

la realidad del otro. Todo esto forma parte de los beneficios del ocio, porque su práctica permite a las personas vivir experiencias emocionales de especial importancia para su madurez.

Los estudios de Havighurst, Kelly o Nelson Meléndez, entre otros, hablan de la incidencia de la práctica de ocio en la satisfacción de vida, afirmando que el ocio es un factor de bienestar directamente relacionado con la satisfacción vital. No se trata en estos casos de una práctica de ocio cualquiera, se trata de un Ocio Activo. El Ocio Activo, llevado a cabo a través de la realización de actividades voluntarias y gratificantes, contribuye a mantener en forma una adecuada salud física y mental. Así se concluye también en las investigaciones que sobre uno u otro campo realizaron Iso-Ahola o Maclean. Al contrario, la práctica de Ocio Pasivo, tal es el caso del consumo de televisión, tiene una connotación negativa. Se observa que tiene una mayor correspondencia con la decrepitud, el decaimiento y una cierta insatisfacción vital.

Los beneficios del ocio aportan interesantes pautas de acción y reflexión para las familias. De su conocimiento se puede deducir el ocio es bueno si ofrece oportunidades de desarrollo al núcleo familiar y favorece la aparición de conductas que proporcionan una vida más satisfactoria e independiente para sus miembros. La familia es, o puede ser, un espacio de ocio, un lugar donde se pasa bien, un ámbito de libertad, autodesarrollo y expresividad. Para que eso sea así es importante tanto el conocimiento del ocio y su significado personal, como el aprovechamiento de los recursos existentes para llevar a cabo experiencias satisfactorias.

El ocio familiar y sus dimensiones

Las familias proporcionan a sus miembros la satisfacción de múltiples necesidades: alimentación, educación, soporte económico etc. pero también proporcionan afectividad, interrelación y comunicación. El ocio colabora en el desarrollo de estas funciones más afectivas, creando un espacio en el que necesitan convivir las experiencias conjuntas con las experiencias

interpersonales (de pareja, entre distintos miembros de la familia etc), además de con el ocio individual.

Aunque el ocio sea una experiencia de tipo personal, elegida libremente, visto desde un punto de vista familiar se transforma en experiencia grupal compartida. Su práctica sistemática desarrolla lazos afectivos de unión, que tienen un reflejo inmediato en la cohesión de la familia y en su desarrollo. Los vínculos que se generan en las prácticas de ocio son de muy diverso tipo, pudiendo variar desde la apertura altruista, con una incidencia beneficiosa para la familia y la comunidad, hasta la "distinción segregada", es decir, como vivencia grupal cerrada a los otros grupos.

El ocio familiar es una cuestión individual y grupal, no excluye los ocios personales pero reclama experiencias conjuntas. La expansión de los juegos familiares, las salidas en común los fines de semana y las vacaciones, la asistencia a espectáculos o la visión compartida de programas televisados, establecen un vínculo de unión entre los miembros de la familia, sean jóvenes o mayores, favoreciendo intercambios de todo tipo. El ocio multiplica las oportunidades de vivir experiencias conjuntas.

Ya en 1960 el sociólogo E.L. Scheuch, estudiando la incidencia del tiempo de ocio en la cohesión de la familia, concluía que las conversaciones, las actividades comunes y el ocio inciden en la armonía de la pareja y el apoyo mutuo. Eso no es obstáculo para que, de las experiencias de ocio, pueda dimanar una relación personal y social más completa. Esta posibilidad de desarrollo no siempre es factible en función de las circunstancias y de la propia tradición. En muchos casos la igualdad aún se halla lejos porque la supervivencia de los modelos tradicionales es un obstáculo para la satisfacción de las nuevas aspiraciones.

También las relaciones entre padres hijos han evolucionado, multiplicando las posibilidades de diversiones comunes. Esta situación facilita el diálogo, posibilita que el padre se encuentre menos aislado de lo que

correspondía a su rol tradicional y permite que la autoridad paterna se transforme, haciéndose más cercana gracias a las actividades de ocio. En cualquier caso, el ocio familiar se manifiesta a través de la iniciativa de las personas que constituyen la familia y sus distintos niveles de compromiso. Desde la simple asistencia o participación en un determinado acto, hasta a la implicación en su organización existe un largo tramo de compromisos diversos. Una lectura psicológica indicaría que es el tramo que va desde la simple actitud positiva hasta la autoidentificación.

El ocio familiar se define a partir de la propia familia que lo vivencia y se relaciona con la tradición y la cultura desarrollada en su entorno. En su sentido más puro, es una expresión de las personas que constituyen un grupo humano concreto. Expresión que, en muchos casos, pudiera arrancar de alguna iniciativa de tipo individual o particular, pero que pronto es refrendada y consensuada por el grupo como manifestación propia. Ocio familiar es aquel que se desarrolla a partir de la libre iniciativa de la familia, nutriéndose de sus experiencias y de su tradición, pero también del momento histórico, de la realidad global que la circunda, con sus modas y preferencias, y de las iniciativas de tipo institucional que, a corto o largo plazo, pueden incidir en nuevos hábitos y estilos de vida de ocio de los ciudadanos.

El ocio, en cuanto experiencia familiar, es un fenómeno complejo que debiera contribuir a que el grupo humano que la constituye viva más satisfactoria y felizmente. Sus manifestaciones son diversas; pero, visto desde un punto de vista positivo, de desarrollo personal y social, hemos de considerar que se presenta de diversas formas, a las que podemos denominar como dimensiones del ocio. Las dimensiones del ocio se relacionan con distintos modos de vivir el ocio; también con diversos ámbitos, ambientes, equipamientos y recursos. El ocio que se vive en familia como tal puede manifestarse de un modo lúdico, creativo, ambiental-ecológico, festivo, o solidario.

Lúdico

El ocio entendido como dimensión lúdica hace referencia a vivencias desenfadadas, de trascendencia limitada, aunque no por ello de menor interés. Se traduce en el modo en que vivimos y asumimos el tema del juego, tanto de niños como de adultos, así como el entretenimiento en general. Responde a cómo juegan las personas en sus distintas fases de la vida, a dónde juegan, a las relaciones que se establecen con dichos juegos, a la importancia o falta de interés por el mundo lúdico en general. Se corresponde también con el mundo de los hobbies y entretenimientos generalizados, al apoyo institucional que reciben y a los vínculos que se establecen a partir de ellos.

Para Unamuno (1995) juego y ejercicio físico, organizado y consciente, forman parte de una misma realidad. El juego lo consideraba más apropiado para el niño, pero la actividad física organizada, que es también "un juego como otro cualquiera", resulta especialmente beneficiosa para la persona mayor ya que somete el espíritu al método. La práctica de un ocio socializado permite a las personas vivir experiencias emocionales de especial importancia para su madurez.

Hemos de pensar que la actividad lúdica, una parte importante de la vivencia del ocio, ha cambiado desde hace tiempo y para todos. Niños y mayores seguiremos jugando, pero de otro modo. Aunque muchos juguetes tradicionales sean piezas de museo, jugar sigue siendo una salida de la realidad, la realización de lo imposible, la vivencia de lo soñado. Actualmente estamos dando un paso gigante para hacer realidad lo que sólo nos había sido posible imaginativamente, a través del juego. Junto a los grandes centros de la fantasía, se desarrolla ahora el mundo de la realidad virtual. La expansión de los videojuegos marca un nuevo panorama en los hábitos de diversión que está incidiendo en la vida de las familias. Pero no hay que olvidar que el verdadero juego, como cualquier otra vivencia satisfactoria de ocio, permite reducir la tensión emocional, favoreciendo a los miembros de la familia (especialmente los padres) que asuman roles menos autoritarios.

Creativo

La dimensión creativa del ocio se relaciona con la vivencia artística, unida tradicionalmente al desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folclóricas, etc. Hace alusión a un disfrute más reflexivo o ligado a procesos de reflexión. Es una dimensión que guarda una relación directa con el capital cultural de las personas y los grupos, siendo expresión de modos de vida y de mentalidades, puntos de vista, visión estética y, en muchos casos, planteamientos éticos. El desarrollo de la dimensión creativa en las familias está muy unida a sus procesos educativos, pero también a sus infraestructuras, a sus recursos y a sus posibilidades de comunicación y apertura.

Aficiones como la fotografía, la música, el dibujo, etc., permiten que muchas personas expresen su creatividad y desarrollen facetas ausentes del trabajo. Como afirma Amparo Lasén Díaz (2000: 79) "El trabajo de aficionado es el correctivo necesario a la impersonalidad, la estandarización y los métodos de producción automática". Estas y otras aficiones permiten llevar a cabo actividades que tienen un ritmo propio, un tiempo sin presión exterior, un espacio de encuentro y comunicación familiar.

Ambiental-ecológico

La dimensión ambiental-ecológica del ocio nos sitúa, por una parte, en el entorno físico y urbano de la familia y, por otro lado, en la vivencia de un ocio relacionado con la naturaleza. Desde un punto de vista ambiental-ecológico unas familias están más mentalizadas que otras en la importancia del ambiente, el cuidado de su patrimonio o la conservación y transmisión de su historia. La dimensión ambiental-ecológica se refiere también a la relación que establece una determinada familia entre ocio y naturaleza, su conocimiento, percepción y especial sensibilidad. Se manifiesta en usos y hábitos de fines de semana, en el interés por el conocimiento natural del entorno, en su conciencia

ecológica expresa y en los objetivos de futuro que se plantean. El desarrollo de la dimensión ambiental-ecológica proporciona la toma de conciencia sobre los impactos de las actividades de ocio y ayuda a planificar un desarrollo sostenible que respete la armonía medioambiental.

El Artículo 4 de la Carta del Ocio de la World Leisure and Recreation Association señala que "Las oportunidades de ocio deben enfatizar la satisfacción personal, el desarrollo de las relaciones interpersonales, la integración familiar y social, el entendimiento y la cooperación internacionales y el fortalecimiento de las identidades culturales. Debe darse énfasis especial a mantener la calidad del medio ambiente y preservar su potencial para la recreación". Lo cierto es que, en los países desarrollados, la mayor parte de la población vive en zona urbana y su encuentro con el medio natural se produce por motivos de ocio. De modo que la relación ocio-naturaleza es un aspecto importante en el desarrollo de la conciencia de conservación y preservación del medio ambiente. No es casualidad que el éxito del agroturismo o del turismo rural y ecológico sea un fenómeno coincidente con el desarrollo de recientes deportes, relacionados con la naturaleza. El medio ambiente nos abre hacia futuros escenarios de ocio en los que el disfrute del entorno y el amor a la naturaleza forman parte de valores emergentes que la familia no puede ignorar.

Festivo

La dimensión festiva del ocio nos alerta sobre la importancia de un aspecto capaz de definir e identificar de las familias: sus fiestas. La fiesta, entendida como manifestación suprema de ocio, permite llevar a cabo experiencias que se apartan de lo racional, pero que generan el desarrollo de un importante poder de cohesión. La fiesta, en cuanto experiencia eminentemente grupal y comunitaria, permite hablar de predominio del ocio compartido y social sobre la vivencia individual en sí misma. La justificación del ocio festivo está más en el grupo que en la vivencia individualizada que se

produce. Es conocida la incidencia emocional y el poder de identificación de las fiestas.

Afirma J. Pieper (1974:28) que la fiesta es "una manifestación de riqueza, no precisamente de dinero, sino de riqueza existencial". Contra el exceso, el caos y paroxismo que señalaba Durkheim en el ocio festivo, Pieper destaca la habilidad y la posibilidad de alegrarse realmente, para lo cual es necesario un motivo que, en este caso la familia, considere como tal. Porque, para el filósofo alemán "la alegría es una manifestación del amor" (p. 32). La fiesta se convierte en una obra acabada de ocio cuando se vive completamente, individual y socialmente, en sus tres momentos: preparatorio, desarrollo y final sosegado en el que pasa a formar parte de nuestra experiencia. La realidad de la fiesta, en cuanto realidad de ocio, es una realidad fugaz, donde se produce la paradoja de que "lo fugitivo permanece" (Flor, 1989:42). El ocio festivo no es un tema menor en las vivencias de ocio familiar. Su efecto educativo-vivencial permite dar sentido a otras muchas experiencias de ocio propias de la vida cotidiana.

Solidario

El ocio es también un ámbito abierto al encuentro con "el otro". La solidaridad en general y la práctica de un ocio solidario en particular crean un mundo más humano, permitiendo a cada persona y a cada grupo social afirmar su propia dignidad. La solidaridad es un signo de humanidad, en tanto que sólo el ser humano puede ser solidario. El ejercicio de la solidaridad es una necesidad vital de la persona, que logra de esa manera cuotas cada vez más altas de su personalidad. La solidaridad, en cuanto reconocimiento pleno de la dignidad humana, se puede entender como un valor que se identifica con el ser de la persona, que es susceptible de desarrollo continuo, a semejanza de la vida biológica. La dignidad humana abierta naturalmente a la solidaridad es una fuente de desarrollo integral y de satisfacción personal, esto indica que la acción solidaria también puede ser, evidentemente, ocio.

La dimensión solidaria del ocio permite hablar del ocio entendido como vivencia social y altruista, cuya satisfacción se encuentra más en el hecho de ayudar desinteresadamente a otros, que en la actividad en sí misma. El desarrollo de un ocio solidario es signo de calidad humana y de sensibilidad, se fomenta tanto desde los grupos de voluntariado, como desde las propias familias. El desarrollo de esta tipología de ocio se corresponde con personas abiertas, fundamentadas en la responsabilidad y el compromiso, en la voluntariedad y la libre elección. El ocio, en cuanto vivencia solidaria, representa un potencial de desarrollo de gran trascendencia.

Todas estas dimensiones de un ocio basado en el ejercicio voluntario y personalizado son puntos de referencia para el desarrollo de la familia. No son ámbitos ni parcelas excluyentes, sino todo lo contrario. Unas y otras contribuyen a analizar, comprender y planificar la realidad global y compleja en la que se presenta el ocio. Hay veces que una de ellas está más patente que otras, pero difícilmente existen realidades en las que no aparezcan todas de una forma u otra.

El ocio también es una ocasión para llenar vacíos existenciales con experiencias propias de la fantasía y la virtualidad. El cine, los juegos informáticos o las experiencias en los nuevos parques temáticos, por citar unos ejemplos significativos, favorecen el "escape" de la vida real y permiten llevar a cabo vivencias que desdibujan las fronteras de la existencia. Pero el ocio es, sobre todo, el ámbito en el que se demuestra la elección de valores. Cada uno hace lo que considera por sí mismo o toma como referencia lo que hacen los otros, los imita. Los padres inciden en la educación del ocio familiar con el ejemplo de sus propias actitudes, a través de las prácticas que realizan, por medio del estímulo que son capaces de infundir, del ánimo y la motivación que sepan dar.

Comparto la opinión de Fernando Savater (1997:58) cuando afirma que "la educación familiar funciona por vía del ejemplo, no por sesiones discursivas de trabajo, y está apoyada por gestos, humores compartidos, hábitos del

corazón, chantajes afectivos junto a la recompensa de caricias y castigos distintos para cada cual, cortados a nuestra medida (o que configuran la medida que nos va a ser ya siempre propia)". Se trata de un aprendizaje que resulta de la identificación total con sus modelos o del rechazo visceral, no de valoración crítica y desapasionada. Las familias tienen un papel relevante en la transmisión de gustos; pero la transmisión de gustos que se realiza vivencialmente de unos a otros, a través de la familia, está teniendo serias dificultades.

Dónde y cuando

La mayor influencia de la familia, respecto al modelo de ocio que seguirán los hijos, tiene lugar durante la niñez, hasta los doce o trece años. Hasta esa edad los padres intervienen habitualmente en las decisiones relacionadas con el modelo de ocio familiar. En muchos casos se realizan en común: vacaciones, espectáculos, excursiones, ciertos deportes, charlas y visitas. Estamos en un momento ideal para el ocio familiar, pero también para sentar las bases de lo que será el ocio del futuro, tanto respecto al grupo como a sus miembros. Es el momento de cuidar detalles. La proliferación de televisores, consolas e internet en las habitaciones personales hace que se pase más tiempo solos y las oportunidades de vivencias compartidas disminuyan. Es también el momento en el que los centros escolares pueden colaborar en la educación del ocio a través de las actividades extraescolares.

La educación del ocio durante la niñez está llena de carencias, unas veces por desconocimiento, otras por dificultad. Es frecuente que los padres prefieran "disfrutar" de sus hijos y dejar para la escuela los temas educativos. Pero, en muchas ocasiones, son los mismos profesores los que dicen que la escuela no se puede encargar de todo y, por tanto, debe preparar para lo útil, dejando lo demás para la familia o, en todo caso, la comunidad. El resultado final es que un ámbito educativo de vital importancia, como es la educación del ocio, queda desatendido y que, en el fondo, se favorece una realidad con desigualdad de oportunidades, pues las familias que se dan cuenta de la

trascendencia de estos aprendizajes, y tienen medios para ello, aprovechan el horario extraescolar para dar a sus hijos una educación del ocio que se convierte en motivo de distinción y, consiguientemente, en dominio de unos pocos.

Distintos estudios sobre las Actividades Extraescolares demuestran que su importancia crece y la preocupación familiar y comunitaria aumenta (Eroski,1996). Estas mismas investigaciones indican que el tema es complejo y afecta tanto a la comunidad escolar como a la familia o a la misma organización social circundante. La proliferación de ofertas deportivas, culturales o de formación complementaria por parte de ayuntamientos, asociaciones y academias ha aumentado notablemente. Se sabe que los aprendizajes más extendidos en el horario extraescolar son los deportes, los idiomas o la música; pero la demanda no se corresponde necesariamente con los resultados. La Educación del Ocio difícilmente se lleva a cabo con programas "impuestos" y a través de profesionales que desconocen el tema.

A partir de la adolescencia las posibilidades de vivir y experimentar ocio familiar disminuyen, lo que no significa que deban terminar Las actividades del *finde* (término usado por los jóvenes para denominar los fines de semana) "implican algún tipo de consumo, en un mercado muy abierto y especializado en productos de tiempo libre y ocio, sea éste en el hogar u otros espacios" (Pallarés,157). Hay que considerar que el consumo es un distintivo de los jóvenes y un centro de atención que trasciende en la medida que evita el aburrimiento. La familia puede ayudar a los adolescentes a aprender a consumir un ocio autónomo, no gregario. Además, si no se ha abusado del ocio impuesto (extraescolares u otros) o de la sobreprotección en el hogar, siempre es posible encontrar un espacio de ocio familiar, aunque tras la adolescencia lo que predomine sea "salir con amigos" y el "ocio joven" se caracterice por asumir prácticas que se distancian del ocio familiar y de las prácticas realizadas durante la niñez.

Kelly (pp.138-40) diferencia tres ámbitos fundamentales del ocio familiar, que siempre pueden ser momentos de encuentro y convivencia: Ocio informal, eventos programados y vacaciones. El ocio informal es aquel que se produce en el hogar de un modo espontáneo, gracias a la práctica de actividades de ocio tales como jugar, ver la tele, practicar un deporte, cultivar una afición etc. Eventos programados es un modo de denominar a aquellos momentos especialmente significativos en la vida de las familias, que se han planificado y organizado conjuntamente y con anticipación. Es el caso de que las fiestas familiares, la participación conjunta en actividades comunitarias etc. Finalmente, las vacaciones, en cuanto tercera forma en la que se manifiesta el ocio familiar, hace referencia no sólo a lo que se hace durante ese tiempo, sino también a las excursiones, viajes y proyectos conjuntos que se llevan a cabo gracias a ellas.

El ocio puede unir o dividir en función de cómo se coordine en la familia con los ocios que unos y otros, de cómo se canalicen los esfuerzos en una u otra dirección. Michael Young y Peter Willmott (1975: 211-212) al estudiar este problema en un grupo de familias encontraron que los deportes (es un ejemplo significativo) incidían en el ocio de la familia de tres formas: positivamente para todos, cuando toda la familia toma parte, a todos les gusta la misma afición o deporte y participan o juegan. Positivamente para cada miembro, cuando la familia no participa pero es tolerante, se comprenden los gustos y aficiones y están contentos de que se practique. Y en tercer lugar negativamente, cuando la familia no toma parte, no participa de los hobbies y consiguientemente cada uno va a una cosa.

Los escasos datos empíricos de los que disponemos, referidos a la población española en general (CIRES,1993), nos indican que una quinta parte de los entrevistados desearía dedicar más tiempo a la familia en general, y otro 33% a los hijos o al cónyuge especialmente. Los barones desearían más tiempo para el deporte, mientras que las mujeres preferirían pasear, coser, leer y más actividades familiares. Los menores de treinta años dedicarían más tiempo al deporte, mientras que los de 30 a 49 años preferirían deporte y más

actividades familiares, los de 50 a 64 años pasear, trabajar y leer, y los de 65 y más años preferirían pasear y no hacer nada. Más allá del deseo, la realidad es que encontramos pocas familias que sean conscientes de que a través de sus prácticas de ocio se esconde un ámbito importante para comunicarse, entenderse y mantener su cohesión.

El ocio familiar en una sociedad de consumo

He indicado al comienzo que el ocio posee un valor económico y personal que se manifiesta en el aumento del consumo familiar, en productos y servicios. Roger Sue (1980), reflexionando sobre la creciente incidencia del ocio en la economía y el gasto familiar, se hace una pregunta que considero hay que reseñar aquí. La cuestión es ésta: ¿Qué es el ocio: consumo o enajenación? Las diversiones modernas de ocio son inseparables del consumo de objetos y mercancías, de manera que puede ocurrir, y de hecho ocurre así, que el sentido de la acción y el desarrollo personal que implica una experiencia de ocio se transforme en algo secundario, pasando a un primer plano el consumo en sí mismo y transmutando la experiencia de ocio en enajenación. Buena parte del consumo familiar es de o para el ocio, pero las ofertas de ocio son muchas y el problema educativo que se plantea aquí es cómo hacer para no convertir una experiencia de ocio en producto de consumo. El aumento del ocio es un logro, pero es evidente que ha generado la necesidad de profundizar en su significado y su educación .

Los modelos de ocio que se difunden en los grandes medios de comunicación social están arraigados en el materialismo, el naturalismo y el hedonismo. El consumo progresivo de diversión comercializada y la falta de orientación en temas de ocio en la familia son aspectos que, a juicio de Kriekemans (1973), guardan una relación directa con la deshumanización a que se llega frecuentemente en ambos campos. La ansiedad existencial, ocasionada por la banalidad de la experiencia cotidiana, tiende a buscar su contrapunto en la diversión. Y es precisamente este reduccionismo del ocio, la diversión como único horizonte, el signo distintivo de la oferta comercial.

Un aspecto básico en el ocio que nos rodea es que se trata de un ocio de consumo, ideado y planificado por otros, donde nuestro rol es el de "consumidor" o, como mucho, "usuario". La "libertad" que ofrece este tipo de ofertas es una libertad de "elegir entre", no es una libertad capaz de desarrollar la autonomía y la participación individual. La comercialización del placer y la manipulación de las experiencias y del tiempo son las nuevas señas de identidad de una sociedad que no ha sido educada para el ejercicio de un ocio humanista y libre. La evasión, uno de los lemas dominantes en los reclamos del marketing actual, es una llamada a la diversión a través de la "huida" de sí mismo y del contexto cotidiano. El ocio de consumo es un producto que hay que pagar, que necesita de un presupuesto previo y donde el grado de compromiso es mínimo.

Esta situación permite que, a pesar de su importancia creciente, el ocio emerja abandonado a lo espontáneo, en medio de una apariencia lúdica y festiva. El placer que se pregona desemboca en muchos casos en soledad, desasosiego y vacío interior. A menudo, escribe Luz Fernández Menéndez (1997:77), "este vacío aterrador es la experiencia personal básica, de la que muchas personas se intentan evadir desesperadamente engañándose con otros síntomas". El ocio es uno de los ámbitos más atractivos para huir del espanto interior o de la vida diaria. La fiesta, devaluada de su esencia tradicional y referente semanal de huida de lo cotidiano, pierde su función de cohesión comunitaria y promueve el espectáculo masivo o el desarrollo de personalidades narcisistas, incapaces de establecer vínculos humanos.

Muchos de los problemas que plantea el ocio de nuestros días a la familia: hábitos juveniles de fin de semana, consumismo feroz de los adultos o aburrimiento de las personas mayores, tienen la solución idónea en el ejercicio de un *otium cum dignitate* adecuado a los nuevos tiempos. Un ocio asumido en su valor propio, como ámbito en el que podamos realizarnos, identificarnos y desarrollarnos humanamente. Cuando el ocio se asume como experiencia humana de desarrollo se separa del mero pasar el rato, transformándose en

una vivencia llena de sentido. No olvidemos que la vivencia de ocio es, o debiera serlo, una vivencia integral, relacionada con los valores de cada uno, coherente con todos ellos.

Una propuesta final

La vivencia de un ocio maduro, propio de la época que nos toca vivir, es una tarea difícil. Se inicia con un cambio de mentalidad y sigue con un plan de acción leal, asumido por todos, capaz de abrirse a valores y horizontes diferentes al egoísmo personal. La propuesta que sugiero pasa por profundizar en vivencias del ocio experiencial, distanciándose del concepto de ocio centrado en la diversión. Esta propuesta se desglosa en dos ideas claves que son, desde de mi punto de vista, esenciales en la consecución de una vivencia de ocio entendida como experiencia humana enriquecedora.

a) Frente a un ocio que se consume, un ocio experiencia.

La experiencia de ocio crea ámbitos de relación que pueden ser ámbitos de encuentro o desencuentro. El ocio, entendido como experiencia con valor en sí misma, se diferencia de otras vivencias por su capacidad de sentido y su potencialidad para crear encuentros creativos que originan desarrollo personal. El ocio vivido como encuentro nos entrelaza siempre con la vida de los otros, es una experiencia trascendente que nos abre hacia horizontes de comprensión y conocimiento. Porque el conocimiento no es algo ajeno a la vivencia de ocio, al contrario, a mayor conocimiento más capacidad de comprensión y satisfacción.

La pauta de referencia a considerar podría ser esta: "De la experiencia insulsa a la satisfactoria. De la experiencia satisfactoria a la valiosa y digna"

La experiencia es más satisfactoria cuando no es tan difícil como para que cause estrés, ni tan fácil que motive aburrimiento. Cuando el reto entre la actividad y el nivel de destreza de los participantes están en equilibrio, cuando

el individuo puede dar más de sí mismo en la actividad. Mihaly Csikszentmihalyi (1998) considera que así surge un estado de "fluidez" que permite crear condiciones apropiadas para llevar a cabo algo posible y agradable.

El entretenimiento que promueve la sociedad de consumo requiere una atención pasiva, estimula las emociones más básicas y exige el mínimo de participación intelectual, por lo que no es un buen vehículo de crecimiento personal. Una persona desarrolla su potencial humano único si aumenta su complejidad psicológica; algo que, según Csikszentmihalyi, es el resultado de dos componentes: La diferenciación, o refinamiento de la autonomía, habilidad e individualidad personales, y la integración o la participación armónica con el medio familiar, social y cultural.

El ocio entendido como experiencia humana es ámbito idóneo para vivencias valiosas y dignas y nos abre a un mundo personalizado, opuesto esencialmente a las propuestas masificadas. Paradójicamente, esto no es utópico gracias precisamente al desarrollo de la sociedad de consumo y el abaratamiento de productos diversos, tanto culturales como deportivos o de mera diversión, que nos permiten acceder a experiencias de enorme riqueza y trascendencia.

Es cierto que el ocio ha sufrido un ascenso en la escala de valores, en la que se percibe mayoritariamente como algo positivo y deseado. Sin embargo, ésta es una afirmación general que debe ser matizada en otros sentidos. Cada vez son más los ciudadanos que se preguntan si es ético o no lo que hacemos sistemáticamente con el mundo que nos rodea, si no debemos abrir el ocio a conductas menos egoístas. La familia tiene en el ocio una ocasión excelente para hacer realidad estos nuevos retos.

b) Frente a un ocio centrado en la diversión y el entretenimiento. un ocio creativo y solidario.

El ocio favorece la creatividad siempre que lo entendamos en su sentido experiencial, no como espacio vital ocupado por el entretenimiento, la pasividad y la estimulación de un mundo emocional básico, que tan frecuentemente utiliza la publicidad. Por eso, frente a una realidad, en la que domina el ocio consumista, la propuesta es un ocio creativo y solidario. Un ocio creativo es un ocio automotivado, consciente, activo, complejo y lúdico. La persona con mentalidad lúdica no tiende a degradar las realidades del entorno, sino, al contrario, a incrementar su valor y sentido. Frente a una actitud objetivista, que busca poseer y manipular objetos, la experiencia de ocio pone su énfasis en crear ámbitos, en transformar la existencia en situaciones inéditas, creativas.

Afirma Alfonso López Quintás (1998) que una persona creativa asume las posibilidades de acción que le ofrecen las realidades del entorno y hace surgir de ellas algo valioso. Estas posibilidades las ofrecen las realidades que no son meros objetos, sino centros de iniciativa en algún aspecto. Por eso, reducir una persona a objeto, a medio para los propios fines, es anular la creatividad. Tal reducción envilecedora no responde a un impulso creador sino a la tendencia fácil de dejarse llevar por la fuerza de gravitación de los instintos. De ahí que no de lugar a nada nuevo valioso, produce sencillamente un goce privado y fugaz.

Un ocio creativo es propio de un ambiente comunicativo y empático, es un ocio abierto a infinitas posibilidades. John Passmore establece una interesante distinción entre capacidades abiertas y cerradas. En la vida cotidiana ejercitamos ciertas capacidades que podemos denominar "cerradas", algunas estrictamente funcionales -como andar; vestirse o lavarse- y otras más sofisticadas, como tocar un instrumento, pintar, leer, escribir, disfrutar con la música, realizar manualidades creativas etc. Lo característico de las habilidades sumamente útiles, y en muchos casos imprescindibles para la vida diaria, es que pueden llegar a dominarse por completo de modo perfecto.

Las capacidades " abiertas", en cambio, son de dominio gradual y en cierto modo infinito. Algunas son elementales y universales, como hablar o razonar, y otras, como escribir poesía o componer música, sin duda optativas. Una vez dominadas, las capacidades cerradas pierden interés en sí mismas aunque siguen conservando toda su validez instrumental; por el contrario, las capacidades abiertas se van haciendo sugestivas, aunque también más inciertas, a medida que somos más conscientes de lo que aún nos queda por saber. El ocio creativo se desarrolla a partir de las capacidades abiertas.

Junto al ocio creativo, el ocio solidario es un signo de los nuevos tiempos. Según el testimonio de distintos grupos de voluntarios, que he podido estudiar últimamente (Cuenca, 2004), la experiencia solidaria satisfactoria proporciona satisfacción, motiva y hace "sentirse a gusto". También permite a quienes la practican estar activos, relacionarse, encontrar nuevos amigos, sentirse útiles y, desde un punto de vista global, les da sentido de vida y desarrollo personal. No hay duda de que los voluntarios viven asiduamente emociones positivas y perciben su acción como agradable, la valoran como buena, evalúan su proceso de forma favorable y las consecuencias son beneficiosas tanto para ellos como para la comunidad. Afirman M.D Avia.y C Vázquez (1998) que las personas que tienen a menudo un tipo de emoción positiva, por ejemplo alegría, tienden también a experimentar otras (por ejemplo, entusiasmo) y lo mismo ocurre con la afectividad negativa. Esto significa que la satisfacción que sienten los voluntarios también debe tener sus consecuencias.

Desde lo positivo es más fácil ser creativo y dar respuestas imaginativas y novedosas, al tiempo que se tienen menos dudas y se toman decisiones más rápidas sobre los asuntos que le conciernen a la persona. Parece que existe una correlación entre los estados de ánimo positivo y la tendencia a ayudar a otros, mostrar comportamientos solidarios, compasivos, generosos o altruistas.

La dignidad de la persona tiene una vertiente individual, en cuanto que la identidad remite a su autoconciencia, y otra vertiente social, porque esa

autoconciencia le emplaza a su relación con los otros. Afirma Salvador Vergés (1997:152-53) que la nueva solidaridad tiene tres bandas: la primera se circunscribe al deber de la solidaridad, plasmada en la ayuda de unas naciones respecto de otras, a fin de alcanzar el desarrollo integral de la humanidad. La segunda concreta ese deber cimentándolo en la justicia social, pues ella garantizará el derecho del hombre a una vida digna. La tercera se refiere a unos espacios humanos que la justicia social no es capaz de cubrir, pues "sólo el amor puede llegar a cubrir los espacios intermedios que separan a los hombres unos de otros creando dificultades insuperables para respetar sus derechos; más aún, para ayudarse mutuamente, mediante la solidaridad". Solidaridad, ayuda y amor son caminos complementarios por los que puede circular sin problema el ocio familiar.

Una reflexión final

A estas alturas del discurso aparece innecesario afirmar que el ocio familiar va más allá de leer un libro, oír un concierto o ir al cine. El ocio familiar pasa por una revisión de posibilidades, por el diálogo, el consenso, las vivencias conjuntas y una proyección futura que afecta tanto a hábitos como a actitudes relacionadas con las distintas manifestaciones del ocio. El desarrollo de un ocio entendido sólo como diversión sería un error, una minusvaloración de sus posibilidades. El reto está en hacer realidad el ocio experiencial, humanista y creativo, que frecuentemente está unido al desarrollo de prácticas lúdicas, culturales, ecológicas, festivas y solidarias.

Actualmente la familia sigue siendo el principal núcleo de organización y esto tiene su reflejo en el consumo general y en el específico de ocio. Pero, tanto su propio proceso de transformación como otros múltiples cambios sociales y tecnológicos, están provocando un nuevo desplazamiento del ocio hacia el hogar, equipado con aparatos que sirven para comunicarse y para entretenerse. Las nuevas formas de ocio y comunicación ligadas a la televisión, al ordenador, al móvil y a las redes digitales, acabarán por imponerse gradualmente. Con ellas, el hogar moderno se abre a nuevas experiencias que

se caracterizan por la individualización progresiva, permitiendo que sus miembros hagan cosas diferentes, aunque al mismo tiempo, y perdiendo con ello no sólo la sensación de cohesión, sino múltiples ocasiones para hacerla realidad.

En este contexto, pensar en un ocio humanista como realidad familiar es objetivo difícil, porque junto a las barreras propias del ambiente en el que se desarrolla nuestra vida, están siempre las barreras mentales interiores, subjetivas y específicas de cada cual. Siempre he dicho que el problema fundamental del nuevo ocio es, sobre todo, mental. Los adultos seguimos pensando con valores de una sociedad industrial que desaparece, centrada en el valor del trabajo, y no percibimos los nuevos valores que la civilización del ocio nos ofrece como posibilidad, ni hacemos nada para tomar postura ante el ocio que nos impone la sociedad tecnológica.

Comparto la opinión de José María Álvarez Monzóncillo (2004:158) cuando afirma que "La pérdida de relaciones sociales en casi todos los ámbitos, el imparable proceso de individualización en las sociedades modernas y el desarrollo tecnológico potencia en un nuevo horizonte de ocio en los hogares. Ocio que configura unas nuevas funciones de un hogar que ha cambiado en todas sus facetas. Un nuevo entorno que permite formas de relación inéditas que, sin embargo, fomentan de la soledad". La llegada de una nueva época nos está llevando a replantear nuestro mundo de valores y nos exige enfrentarnos al ocio de un modo nuevo. La familia es un ámbito lleno de posibilidades, donde es posible desarrollar, mejor que en ningún otro sitio, vivencias de ocio experiencial, complejo y compartido. Las nuevas relaciones virtuales, que nos abren hacia formas de sociabilidad inéditas, con diferentes niveles de comunicación, sólo proporcionan modos de ocio valioso y complementario en la medida que sea beneficioso también para la familia. La tecnología que nos llega no es neutra, sus aplicaciones dependen del uso que hagamos de ella.

El ocio de consumo se impondrá en la medida que las familias lo asuman sin pensarlo dos veces. Hasta ahora hemos apreciado su comodidad, aunque

también hayamos podido experimentar múltiples consecuencias negativas. El ocio humanista, en cambio, está por descubrir. Para lograrlo hay que declarar la guerra a la facilidad, a la mediocridad y a la vulgaridad. No hay por qué perder el tiempo con entretenimientos mediocres o de baja calidad, porque el tiempo es el medio a través del cual se despliega nuestra vida. Malgastar el tiempo de ocio significa malgastar nuestra propia vida. Un ocio sano produce satisfacción, buen humor y relajación; y todo ello favorece el desarrollo y mantenimiento de un clima de alegría y cohesión en el seno de la familia.

Universidad de Deusto, noviembre de 2004

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ MONZÓN CILLO, J. M., *El futuro del ocio en el hogar*, Fundación Autor, Madrid, 2004.

ARANGUREN, J. L., *Ética de la felicidad y otros lenguajes*, Madrid, Tecnos, 1992.

CIRES, *Familia y uso del tiempo*, en Boletín CIRES, febrero, 1993.

AVIA M.D., VÁZQUEZ, C. *Optimismo inteligente*, Madrid, Alianza Editorial, 1998.

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

CSIKSZENTMIHALYI, M., "Ocio y creatividad en el desarrollo humano", en *Ocio y desarrollo. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*, Documentos de Estudios de Ocio nº 18, Universidad de Deusto, Bilbao, 2001, pp.17-32.

CUENCA CABEZA, M., *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*, Documentos de Estudios de Ocio nº 16, Universidad de Deusto, Bilbao, 2000.

CUENCA CABEZA, M., "El ocio de los jóvenes, un ocio que preocupa", en *Letras de Deusto*, nº 95, Abril-Junio 2002, pp.243-280.

CUENCA CABEZA, M. "La Educación del Ocio, ámbitos de acción futura", en la *Revista de Educación*, número extraordinario sobre Educación y Futuro, Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Madrid, 2002, pp149-167.

CUENCA CABEZA, M. "El ocio desde la dimensión solidaria. Estudio de un grupo de jóvenes universitarios", en LÁZARO Y. (ed.), *Ocio, Inclusión y Discapacidad*. Bilbao: Documentos de Estudios de Ocio nº 28, Universidad de Deusto, 2004, pp. 21-50.

DE MIGUEL, A., *Dos generaciones de jóvenes 1960-1998*, Instituto de la Juventud, Madrid, 2000.

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

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

FERNÁNDEZ MENÉNDEZ, L., "Reflexiones en torno a la educación para el ocio. Problemas y esperanzas", en DOU, A., *Ocio y trabajo en la sociedad tecnológica*, Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas, Madrid, 1997, pp.73-88.

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

GABALDÓN, P., *El consumo de ocio en las familias españolas*, investigación realizada en el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, Bilbao, 2003.

GOODALE, Th. y GODBEY, G., *The evolution of leisure*, Venture Publishing, Inc, State College, PA, 1988.

HENDRY, L.B., "Home-based Leisure and the Media", en *Growing up and going out. Adolescents and Leisure*, Aberdeen University Press, 1983, pp. 47-58.

HERNÁNDEZ ARISTU J. y LÓPEZ BLASCO A., *La familia ante el cambio social. Actitudes, prospectiva y nuevos retos*, (comp), Nau Llibres, Valencia 2001, pp. 149-160.

IRANZO MARTÍN, J. E., "Familia y economía", en LÓPEZ LÓPEZ M. T., (direc. y coord.), *La familia en España. Dos décadas de cambio*, Fundación Acción Familiar, Madrid 2004 páginas 63-93.

KELLY, J.R., *Leisure, Identities and Interactions*, Londres, George Allen and Unwin, 1985.

KELLY, J.R., "Leisure and the Family", en *Leisure Identities and Interactions*, George Allen and Unwin, London, 1985, pp. 124-147.

KRIEKEMANS, A., "La educación del empleo de los ocios" en *Pedagogía General*, Edit. Herder, Barcelona, 1973, pp. 516-547.

LAÍN ENTRALGO, P., "El Ocio y la Fiesta en el pensamiento actual", en *Ocio y Trabajo*, Madrid, Revista de Occidente, 1960.

LASÉN DÍAZ, A., *A contratiempo. Un estudio de las temporalidades juveniles*, Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI, Madrid, 2000.

LÓPEZ LÓPEZ María Teresa, (dirección y coordinación), *La familia en España. Dos décadas de cambio*, Fundación Acción Familiar, Madrid 2004.

LÓPEZ QUINTÁS, A., *Estética de la creatividad: juego, arte, literatura*, Ediciones Rialp, Madrid, 1998.

PALLARÉS GÓMEZ J., "Tiempo libre y familia: entre lo idílico y lo real", en HERNÁNDEZ ARISTU, J. y LÓPEZ BLASCO, A. (comp), *La familia ante el cambio social. Actitudes, prospectiva y nuevos retos*, Nau Llibres, Valencia 2001, páginas 149-160.

PARKER, St., "Leisure in the Life-Cycle", en *The sociology of Leisure*, George Allen and Unwin, London, 1979, pp.51-63.

PIEPER, J., *Una teoría de la fiesta*, Rialp, S.A., Madrid, 1974.
Revista *Eroski*, "Extraescolares: todos de acuerdo, son muy convenientes", nº 210, Octubre, 1996.

SAVATER, F., *El valor de educar*, Ariel, Barcelona, 1997.

SILVESTRE CABRERA, M., "Los valores básicos de la sociedad", en ANDRÉS ORIZO, F., ELZO, J. y otros, *España 2000, Entre el localismo y la globalidad*, Fundación Santa María/Universidad de Deusto, Madrid, 2000, pp. 25-47.

SUE, R., *Le Loisir*, París, Presses Universitaires de France, 1980.

UNAMUNO, M., "Influencia de la gimnasia en la formación del carácter", serie de tres artículos que aparecieron en revista *Ilustración Gimnástica*, Bilbao, 1886. Reedición, con un breve estudio de introductorio de José Antonio Ereño, en la revista *Noticias*, Universidad de Deusto, nº 45, Invierno, 1995, pp. 21-25.

VERGÉS RAMÍREZ, S., *Derechos humanos: fundamentación*, Editorial Tecnos, Madrid, 1997.

WITT, P.A. y GOODALE, T.L. "Barriers to Leisure Across Family Stages, en WADE, M.G., *Constraints on Leisure*, Charles C. Thomas, Illinois, 1985, 227-242.

YOUNG M. y WILLMOTT P., *La familia simétrica. Un estudio sobre trabajo y ocio*, Tecnos, Madrid, 1975.