



Problemática General

EL TIEMPO DE OCIO EN LA SOCIEDAD ACTUAL

Carlos Sánchez Casas

El tiempo libre, entendiendo por tal el que siendo de vigilia no se emplea en actividades necesarias para la subsistencia del individuo o de la especie —dando al término subsistencia su más amplio sentido—, no es una conquista de la época actual. Su aparición como posibilidad tuvo lugar cuando el aumento de productividad en la agricultura permitió la obtención de un excedente. Este excedente, como es sabido, posibilitó el mantenimiento de un subgrupo más o menos reducido, más o menos amplio, desligado de la recolección y cultivo directo de los alimentos. Hasta ese momento la totalidad del grupo tenía, forzosamente, que dedicar toda su actividad a proporcionarse alimentos si no quería correr el riesgo de morirse de hambre. No eran posibles otras actividades ni tan siquiera era factible la guerra, porque tanto unas como otra, exigían para su realización una reserva sobrante de alimentos. Es en este grupo de “artífices” y “comerciantes” en donde aparece el tiempo libre por primera vez. A partir de entonces fue un hecho para una parte mayor o menor del conjunto humano.

Si el tiempo libre en un principio aparece ligado a la agricultura, y en cierto sentido lo estará, es sin embargo la industria la que extiende la posibilidad de su disfrute a una parte más amplia del conjunto humano, por el hecho de que en ella el aumento de productividad fue mayor, en proporción al tiempo de trabajo empleado, que el que tuvo lugar en la agricultura.

En la época actual, en la que el aumento de la productividad ha permitido una disminución de la jornada de trabajo, ampliando el disfrute del tiempo libre a una mayor parte del conjunto humano, ha sido también la industria la base fundamental y los trabajos industriales el factor predominante en esta disminución; de ahí que la ciudad haya sido la principal depositaria de tiempo libre, sin olvidar que la mecanización de las labores

agrícolas lo ha llevado también al campo, si bien en menor medida.

El tiempo libre es un tiempo de existencia del hombre y en consecuencia un tiempo de actividad (aunque sea actividad “descanso” o actividad “contemplación”), porque la vida del hombre no se entiende sino como actividad humanizadora de la naturaleza, aunque en muchos casos pueda estar alienada.

El tipo de esta actividad varía, como es natural, con el individuo y el medio que le rodea (con “su realidad”); pero descendiendo al nivel tipológico, podemos agrupar estos diversos tipos en tres grupos fundamentales, aceptando el riesgo de una cierta simplificación de la realidad.

- a) El primero de ellos corresponde a las actividades de “relax” o, en otras palabras, actividades en las que no se invierte esfuerzo alguno ni físico ni intelectual.
- b) El segundo está formado por las actividades que responden a un cambio de tipo de trabajo, y que no se realizan por necesidades de subsistencia, sino por motivos de distracción o más exactamente de *entretenimiento*, por ejemplo un trabajador manual que realiza trabajo intelectual o viceversa.
- c) Finalmente, incluimos en el tercer grupo el resto de las actividades realizadas dentro del tiempo libre y no incluibles en los dos anteriores. A estas las llamamos *actividades de ocio*.

Las dos primeras tienen una antigüedad mayor, en lo que a fecha de aparición se refiere, y responden a las necesidades que pudiéramos llamar de formación y recuperación física o intelectual.

Las actividades de ocio aparecieron posteriormente. Está por hacer el análisis exhaustivo de

la cotidaneidad y la vida cotidiana que permitiría ubicar temporalmente, y al menos de una forma aproximada, la aparición del tiempo de ocio.

El tiempo libre considerado globalmente es una consecuencia del dominio del hombre sobre la naturaleza y cada uno de los grupos considerados –aunque no de una forma lineal– responde a un estadio del proceso de dominio.

El tiempo de ocio, disfrutable por una parte apreciable del conjunto humano, se encuentra ligado, en el sistema capitalista, a la actividad industrial. Este hecho es la causa de que el ocio se presente como una actividad en la que el aspecto llamado urbano es de capital importancia o, en otras palabras, como una actividad predominantemente urbana (ciudadana). Por la citada conexión con la jornada de trabajo, el ocio se presenta sometido a una periodicidad temporal (diaria, semanal... Períodos cada vez más próximos).

Si entendemos la vida urbana como una sucesión de encuentros (“situaciones urbanas”) y analizamos la vida cotidiana en las ciudades actuales, observamos que el ocio ha puesto al hombre en situaciones diferentes y, en consecuencia, en encuentros distintos, desconocidos en otras épocas. Su importancia en la cotidaneidad es, en la actualidad, muy grande y con tendencia a ser cada vez mayor.

Teóricamente, el tiempo de ocio es un campo de libertad, un campo de creación; en otras palabras, un campo adecuado para la aparición de comportamientos, entendiendo por comportamiento, en oposición dialéctica a conducta, la actividad encaminada a la satisfacción de necesidades reales (que se presentan como exigencias de una situación).

Ahora bien, toda actividad no institucionalizada tiene una gran carga de espontaneidad y de imprevisión y es, en consecuencia, de difícil adaptación a un sistema dosificante; representa al menos una peligrosidad latente para el mismo. La anulación de esta peligrosidad se lleva a cabo mediante su institucionalización, operación que puede suponer una transformación en mercancía con un determinado valor de cambio.

Por otra parte, en la actual etapa de desarrollo del capitalismo muchos productos no responden a necesidades del consumidor sino del productor o lo que es lo mismo a las necesidades del capital. Considerando conjuntamente las razones expuestas más arriba, se puede comprender fácilmente cómo el ocio se ha visto invadido también por la enfermedad del capital.

La actividad de ocio convertida en valor de cambio viene a satisfacer las necesidades de acumulación de capital y, en este sentido, no responde a necesidades verdaderas. Aunque subjetivamente pueda jugar un papel necesario en la vida del individuo. Desde el punto de vista del capita-

lista no es un comportamiento, sino una conducta. No es un ocio simplemente sino un ocio productivo, una diversión. En otras palabras, la alienación del ocio lo convierte en valor de cambio y su institucionalización limita su espontaneidad.

Las funciones desempeñadas por los medios utilizados para ocupar el tiempo de ocio (como son el fútbol, el cine, las discotecas, los toros, etc...) han sido predominantemente urbanas y en tanto en cuanto las necesidades satisfechas han sido falsas, en tanto en cuanto se ha mercantilizado la actividad que generan, han sido funciones alienantes.

No es difícil deducir de las consideraciones anteriores que en las sociedades capitalistas el hombre no usa el tiempo de ocio, sino que lo consume, produciendo un capital, independientemente de su intención subjetiva; es decir, aunque subjetivamente esa actividad tenga existencia como valor de uso, objetivamente su existencia se reduce a un valor de cambio.

En países capitalistas avanzados, como Estados Unidos por ejemplo, a partir de un cierto momento la institucionalización ha ido encaminada a impedir en lo posible la comunicación creativa, a dificultar las reuniones y fomentar las aglomeraciones. A impedir, en una palabra, la simultaneidad de actividades.

Sin que lo que sigue implique prejuicio alguno por nuestra parte, vamos a poner un ejemplo en donde se refleja claramente este proceso –posterior a una primera institucionalización–:

En las enormes salas de fiestas de cualquier ciudad de los Estados Unidos, la música no muy estridente y la iluminación más o menos uniforme hacían posible una simultaneidad de actividades, permitían reuniones, discusiones... Pronto, estas reuniones fueron consideradas como un peligro para el sistema, pero en lugar de prohibirlas tajantemente, lo cual habría sido causa de no pocos conflictos, se empleó un método bastante diferente: la música se hizo estridente, las luces se encendieron y apagaron continuamente, el espacio de consumición y de charla se redujo al mínimo y si aún así, alguien conseguía oír o ser oído, se proyectaron simultáneamente varias películas. Todo esto no se impuso, sino que, por el contrario, se procuró y consiguió en una primera fase de propaganda y promoción inculcar unas falsas necesidades que motivaron el deseo de estas modificaciones en el público consumidor, el cual dócilmente solicitó las “mejoras”, considerándolas incluso, como una conquista del sistema. De esta forma, las personas que tenían algo en la cabeza dejaron de ir o si fueron lo hicieron como evasión de una problemática que les resultaba más difícil resolver que olvidar.

Este control, que ha producido la ausencia del azar y de la espontaneidad en la vida cotidiana,



ha acabado produciendo en el consumidor una sensación de impersonalidad y una frustración que lógicamente también han sido utilizadas para acumular capital.

La forma no ha podido ser más sencilla; si el consumidor está frustrado porque se le maneja, convenzámose de que no está manejado; así, por ejemplo: si vamos a construir una urbanización, pongamos en el periódico el siguiente slogan: "participe usted mismo en la creación de su ciudad, envíe sus sugerencias a tales y tales señas...". Generalmente ocurrirá que como al consumidor, a través de los medios de comunicación de masas, se le han inculcado unas formas de vida, unos modelos de existencia determinados "a priori", al ser preguntado, al plantearse el problema de la creación, inconscientemente e incluso subjetivamente convencido de que crea, sugiere dichos modelos con las mismas, o, si son muy originales, con distintas palabras. En cualquier caso se pueden tirar cuidadosamente las cartas a la papelera sin abrirlas y complaciendo gentilmente los deseos del consumidor, sin necesidad de variar lo más mínimo el proyecto inicial.

Un ejemplo curioso es la propaganda empleada en los Estados Unidos por grandes monopolios textiles y hosteleros que les ha supuesto una duplicación de las ventas. El lema venía a ser el siguiente: "*No se deje manejar, no sea usted un explotado consumidor, imprima su personalidad en los productos que compra, ¡¡¡cree!!!*" De acuerdo con este slogan se venden vestidos por piezas para que el comprador "pueda poner su personalidad" al coserlos y obtener como resultado un traje igual al hecho en serie, sólo que con su "personalidad". Se venden pasteles incompletos para que puedan quedar impregnados de personalidad poniéndoles una guinda a la derecha en vez de a la izquierda, o metiéndolos en el horno más o menos tiempo, o incluso llegando hasta suprimir la guinda en un alarde de originalidad.

En resumen, el consumidor consume el tiempo de ocio recortando un recortable en lugar de comprarlo recortado y se hace la ilusión de que su *participación* ha personalizado el producto.

El ocio ocupa un lugar elevado en la escala urbana y es uno de los factores que han de tenerse en cuenta a la hora de evaluar la urbaneidad de un asentamiento e incluso una parcela del mismo. Es claro que dentro de una misma ciudad existen zonas más idóneas para la realización de actividades incluibles en los dos primeros grupos que distinguimos al principio del artículo, y otras –zonas de diversión, zonas animadas– más idóneas para las del tercer grupo. El planeador urbano (que maneja siempre instituciones y conductas), en el mejor de los casos, intenta remediar la pérdida de espontaneidad que imagina supone su planeamiento, con lo que se ha llamado consecuencia de "vida urbana" –que no es sino la animación

urbana– basándose en que, una mayor simultaneidad de actividades gracias a una superposición de funciones urbanas enriquece los encuentros cuyo número se aumenta al aumentar la densidad de la zona. Con ello se introduce un factor, el anonimato, que es un generador de comportamientos. Una simultaneidad de conductas resulta así un generador de comportamientos, clara muestra dialéctica comportamiento-conducta.

Pero no hay tampoco que supervalar la animación aislada de todo contexto. La animación es en tanto existe la no animación. Unas calles son animadas en tanto existen otras que no lo son, y no puede tenderse a una animación total sin caer en la utopía. No hay, por otra parte, que confundir la urbaneidad con la animación y afirmar que una ciudad es más urbana cuanta más animación tiene, porque dentro de la animación también podemos distinguir una mayor o menor urbaneidad.

Se maneja muchas veces como hipótesis progresista, y bajo la excusa de conseguir un disfrute de las ventajas del ocio organizado la descentralización, la ciudad "animada en su totalidad". De hecho lo anterior sería tanto como disminuir el porcentaje de anonimato, bajar el grado de urbaneidad, y poner trabas a la aparición de comportamientos, precisamente porque es una utopía pretender que una ciudad entera pueda tener tal densidad que consiga mantener una simultaneidad de funciones que haga posible la "animación urbana en toda ella". Se excluyen los casos de ciudades como Las Vegas, porque juegan "de facto" un papel de barrio animado de una serie de ciudades o incluso de continentes enteros. En cualquier caso no se entienda que se predica una vuelta a la Carta de Atenas de Le Corbusier. Una cosa es no conseguir una animación en la totalidad de la ciudad, y otra muy distinta reducir las funciones de la ciudad, excepto en unos centros, a la función "dormir". Nos estamos refiriendo predominantemente a las funciones de ocio como factor a manejar para crear la animación urbana, pero en ella intervienen más factores.

Contrariamente a una tesis muy difundida, sostengamos que la centralización de las funciones de gobierno en el centro de la ciudad no es un proceso irreversible (a no ser que en ese centro sólo se localicen funciones de gobierno, constituyendo una especie de "ghetto"). En una sociedad cuya existencia va siendo cada vez más exclusivamente defensiva, la simultaneidad de funciones es un peligro, la zonificación una medida conservadora y un peligro la animación urbana, si incluye actividades de ocio, una suficiente dosis de anonimato y coinciden en localización con las funciones de poder o de gobierno. En consecuencia, si se pretende extender la animación a toda la ciudad se apoya un inmovilismo en tanto en cuanto, repetimos, no se permita la dosis suficiente de anonimato.