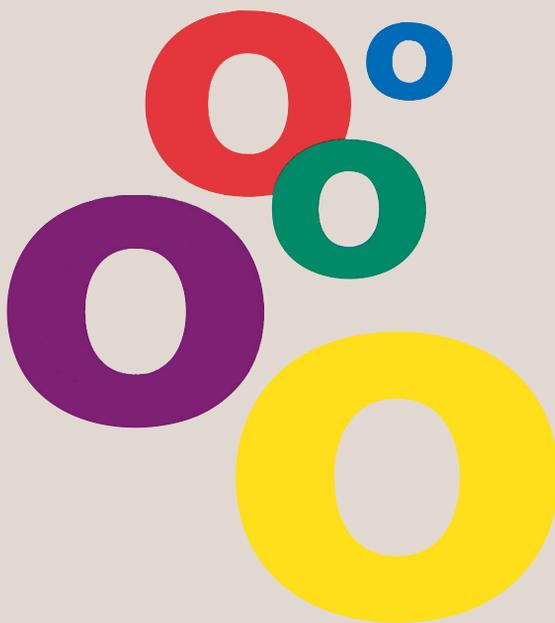


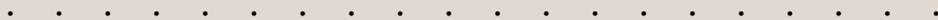
M.<sup>a</sup> Jesús Cava Mesa (editora)

# Propuestas alternativas de Investigación sobre Ocio

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 20

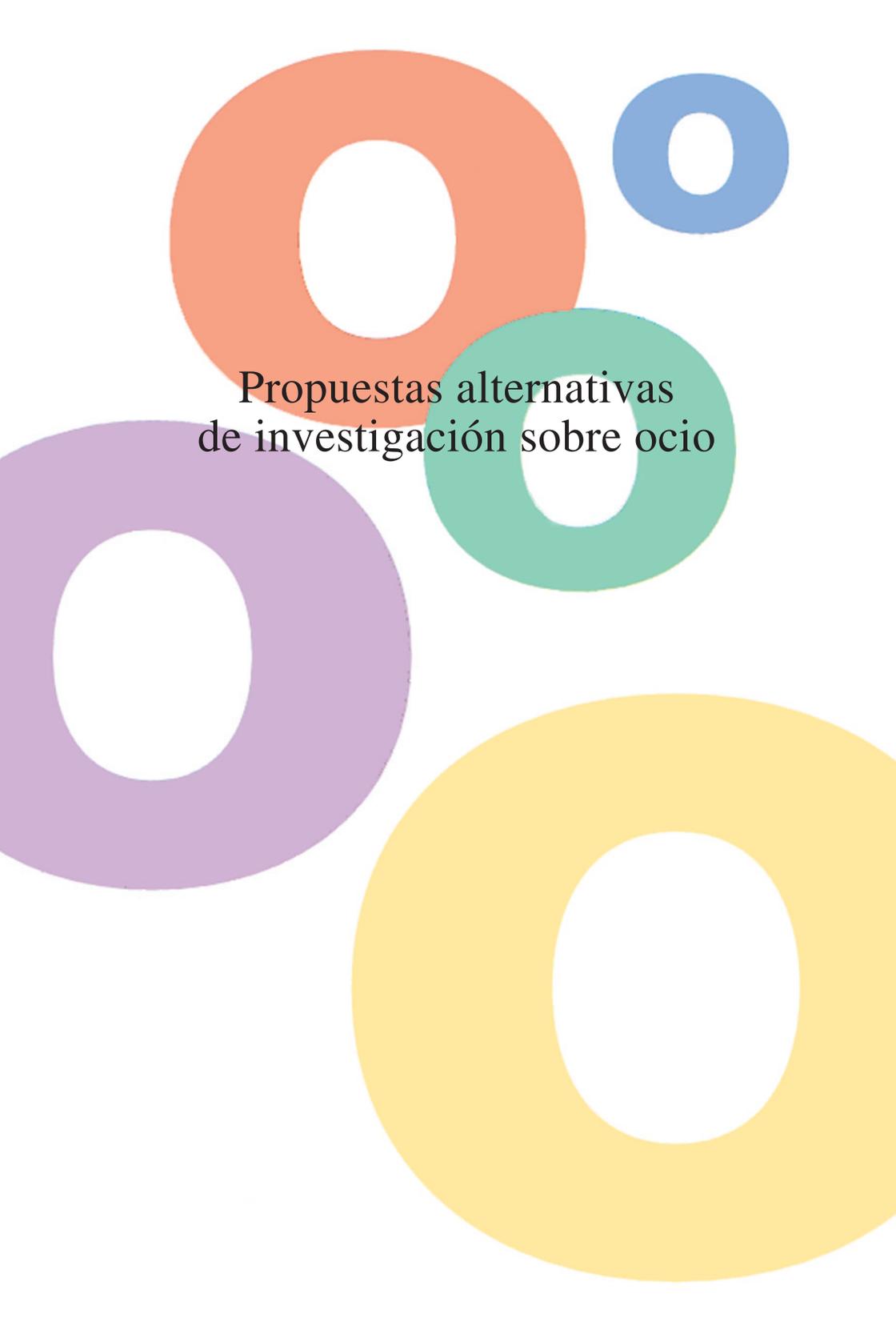


Universidad de  
Deusto



**Instituto de  
Estudios de Ocio**





Propuestas alternativas  
de investigación sobre ocio



Edición a cargo de M.<sup>a</sup> Jesús Cava Mesa

# Propuestas alternativas de investigación sobre ocio

2002  
Universidad de Deusto  
Bilbao

## Documentos de Estudios de Ocio, núm. 20

El Instituto de Estudios de Ocio pretende que la aparición de sus *Documentos* ayude a paliar la escasez de publicaciones sobre temas de ocio en lengua castellana. Cada Documento tratará de responder a alguna cuestión relacionada con la práctica del ocio, entendido como cultura, deporte, educación, turismo, recreación y desarrollo personal y comunitario. Los especialistas y técnicos en las áreas señaladas podrán disponer así de investigaciones, instrumentos de trabajo y puntos de vista de personas que colaboran con este Instituto universitario. El contenido de cada uno de los documentos es obra y responsabilidad de su/s autor/es.

### **Dirección**

Manuel Cuenca

### **Edición**

Cristina de la Cruz

### **Consejo de Dirección**

M.<sup>a</sup> Luisa Amigo

Susana Gorbeña

Eduardo Martín

Roberto San Salvador del Valle

M.<sup>a</sup> Luisa Setién

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Publicación impresa en papel ecológico

© Universidad de Deusto

Apartado 1 - 48080 Bilbao

ISBN: 978-84-9830-447-3

# Índice

1. Introducción . . . . .	9
2. <i>Kenny Roberts</i> : El impacto del ocio en la sociedad . . . . .	13
3. <i>Manuel García Ferrando</i> : Turismo-ocio-deporte y el sistema español de ciencia-tecnología-empresa . . . . .	31
4. <i>María Jesús Cava</i> : Ocio y sociabilidad durante la modernización económica. Bilbao 1900-2000 . . . . .	47
5. <i>Nuria Codina</i> : El ocio en el sistema complejo del <i>self</i> . . . . .	57
6. <i>Eneritz Armadera / Miren Nekane Avellanal / José Margado / Ernesto Notario</i> : La definición subjetiva del ocio en drogodependientes adscritos a tratamiento . . . . .	73
7. <i>María José Gil Larrea / Jorge González Barturen / Iñaki Vázquez Gómez</i> : Ocio ¿a través de Internet? . . . . .	89
8. <i>Lourdes Arenas / José Fernando Díaz / Ana Elejabeitia / Beatriz Galán / Alexander Iribar / Rosa Miren Pagola</i> : Aprendizaje de la pronunciación de lenguas asistido por ordenador: una alternativa de ocio. . . . .	105
9. <i>Katia Brandao Cavalcanti / Eduardo Ribeiro Dantas</i> : Expresión corporal, naturaleza y medios de comunicación: el papel de la información en el ocio . . . . .	121
10. <i>Brijesh Thapa</i> : Investigación sobre la influencia de las variables moderadoras en la relación entre actitud y comportamiento medioambiental de los estudiantes universitarios americanos. . . . .	131

11. <i>Víctor Pavía</i> : Recreación y vida cotidiana, un estudio sobre el patio escolar . . . . .	153
12. <i>José Carlos Valente</i> : El estado y el ocio de los trabajadores: el recorrido del caso portugués (1935-1999) . . . . .	173
13. <i>José Antonio Fernández Lombera</i> : El «Ocio Cultural» en la raíz del proceso de hominización . . . . .	187
14. <i>María Ángeles Carrascal</i> : El teatro en Andalucía. Una opción a elegir . . . . .	193

# Introducción

Hace unos años, durante la celebración de los Intensive Programmes (ICP's) auspiciados por el entonces Bureau Erasmus de Bruselas, en la denominada Winter University, y con la participación de varios centros europeos como la Universidad Libre de Bruselas, Tillburg, Deusto, Leewarden y North London entre otros departamentos universitarios, tuve ocasión de impartir distintas conferencias sobre el tema «Relaciones culturales en Europa. El diálogo Norte-Sur». Tema en el que se hacía presente el ocio de manera muy explícita. El discurrir de aquellos programas lograría una convergencia casi precoz de objetivos, especialmente estimulante para quienes descubrían la relevancia del ocio como campo de investigación; y en especial, ante el desolador panorama intelectual que el tópico ofrecía dentro de nuestros claustros universitarios, aún en los años 90.

Diez años después de estas experiencias, puede aplicarse el dicho de que, por suerte, hemos pasado del páramo al huerto también en este ámbito disciplinar. Y plenamente instalados ya en el siglo XXI, el balance de resultados teóricos y de investigación práctica sobre el Ocio, como disciplina académica, resulta a todas luces ya muy relevante.

En aquellas experiencias de los años 90, yo quise utilizar como recurso didáctico y provocador frente a una presencia de claro signo multi-cultural, una imagen extraída de la intención humorística del dibujante español Forges, con objeto de ahorrar palabras, y si-

tuar a nuestros estudiantes y colegas universitarios en la realidad más elocuente de quienes veníamos del Sur de Europa. Un modo de presentarnos, sin complejos; pero a la vez, como demostración perspicaz del camino que todavía debíamos andar.

Dos de los clásicos personajes de Forges eran protagonistas de aquella situación, donde el eje fundamental lo encarnaba un tercero. Mariano presentaba a su esposa Concha —más oronda y aturrida que nunca—, una *gachí* rubia, altísima, espectacular y apabullante, con una fórmula breve, pero demoledora: «*Aquí, mi señora... Aquí, ...un desafío europeo*».

Los tiempos de Maastricht resonaban y el esfuerzo de adecuación estructural que incuestionablemente debíamos afrontar, también se nos exigía a los centros de investigación que sobre Ocio estábamos desarrollando en la Universidad española.

Fueron momentos de gran convicción respecto de lo que el fenómeno civilizador del ocio, tal y como Dumazedier había sentado, iría a generar. Lo conseguido desde entonces arroja una credibilidad incuestionable, pero indudablemente costó ganar espacios que se mostraban menos avanzados sobre el tema, y confianza intelectual. Dudas que finalmente se han despejado, para descubrir de forma esperanzadora resultados múltiples y creativos.

Exprimida la esencia de la posmodernidad también en este campo, y adaptada a la carrera de la terciarización en que los roles de la población que envejece, ejecutan toda suerte de presiones en el mundo occidental, el Ocio se muestra disciplinarmente vivo y dispuesto a adaptarse miméticamente a todo tipo de demandas.

La investigación en Ocio se muestra creativa y capaz de afrontar y ofrecer soluciones incluso a las diferencias estructurales del desarrollo y del subdesarrollo. Es obvio que los desiguales niveles del modelo del bienestar existente, se hacen palpables también en este medio. Diferencias que deberían ser reconsideradas con especial énfasis ante el debate de la globalización y la antiglobalización en el futuro.

Pero la imagen que pudo extraerse de las participaciones que se dieron cita en el marco del III Congreso Mundial Sobre el Ocio (WLRA), celebrado en Bilbao en el año 2000, no fueron precisamente propuestas cerradas o acomodadas a un único modelo.

Antes bien, se confirmó una diversidad que atendía las muy distintas realidades sociales, culturales, económicas y políticas, así como diversas epistemologías practicadas en tiempos recientes.

La *investigación*, acotada en la sección correspondiente, reunió a expertos, países y conclusiones tan contrastados, como la visión genérica del modelo que cuestionaba su propio paradigma. Lectura planteada inteligentemente por K. Roberts (*El impacto del Ocio en la Sociedad*) y que transcurrió por itinerarios en los que la experiencia se remitía a lo micro y no solo a lo macro. Hubo, obviamente, otras muchas propuestas a escala de interés y profundidad; todas ellas de notable interés social y algunas de especial relevancia científica.

Desde el referente al ocio escolar del «*patio*» analizado a partir del estudio de casos sobre la realidad educativa en localidades y centros argentinos (V. Pavía), hasta las facetas psico-sociales—caso propuesto por las autorreferencias del «*self*», considerando el ocio (N. Codina)— se desplegaron otras muy diversas alternativas durante el Congreso.

Los trabajos que se reúnen en este volumen aportan luz, indudablemente, al proceso de avance logrado desde perspectivas de trabajo muy diferentes, pero igualmente sugestivas. Manuel García Ferrando, voz cualificada al respecto, ofrece una visión muy lúcida a través de sus propuestas sobre turismo, ocio y deporte como área sectorial preferente de I+D. El equipo de la fundación Gizakia, al encarar un tema tan complejo sobre la definición subjetiva del ocio en drogodependientes, planteaba una dimensión irrenunciable a solventar en nuestra sociedad del siglo XXI.

Otro elemento de la cultura que nos invade y a la que dar respuesta, es la incuestionable fuerza del ocio a través de Internet. M<sup>a</sup> José Gil, Jorge González e Iñaki Vázquez presentaron desde la resolución práctica fórmulas que aportan criterios a cualquier usuario potencial de «la red».

Desde el cada vez más necesario dominio de métodos para el aprendizaje de lenguas, la comunicación presentada por el equipo de la universidad de Deusto del Laboratorio de Fonética, divulgaba los primeros resultados del Proyecto ARNEFE, proyecto interdisciplinar configurado interdisciplinariamente por lingüistas e informáticos.

B. Thapa afrontó las variables moderadoras entre actitud y comportamiento medioambiental de los estudiantes norteamericanos, en las que el estilo de vida se revisa acotado a un segmento muy particular de la sociedad americana. También el perfil sociológico se vio representado por el trabajo de J.C. Valente, en su visión del Estado y el ocio de los trabajadores portugueses, entre 1935 y 1999.

El balance que se muestra asimismo del teatro como alternativa de ocio popular entre la sociedad andaluza, tuvo en M.A. Carrascal —al menos— una aportación testimonial de la iniciativa privada que se ha dejado sentir en estos últimos años del pasado siglo.

Desde la visión histórica, J.L. Lombera quiso acercarnos a la fórmula más remota del ocio en su presencia cultural, con el proceso de «hominización». Y desde la contribución a la evocación de perfiles culturales que le corresponden a la ciudad anfitriona: Bilbao, desde su pasado reciente, y sin apartar la mirada de la experiencia histórica sobre el ocio practicado, mi propia aportación venía a ser un recuerdo vinculado a la celebración del 700 aniversario de la fundación de Bilbao, como Villa. Fecha coincidente con los actos desarrollados durante este Congreso WLRA del año 2000.

En todos y cada uno de estos ejemplos recopilados en este volumen se comprueba la firme voluntad de quienes parecían dar la razón al mismo P. Gracián, y a alguno de sus aforismos, cuando al definir lo que él entendía como «hombre universal» vino a sentenciar: «*La variedad con perfección es entretenimiento de la vida*».

Como el notable jesuita aragonés escribió siglos antes, abrir los ojos a todo lo que da el universo es pauta de felicidad.

*María Jesús Cava Mesa*  
Catedrática de Historia Contemporánea  
Universidad de Deusto

Bilbao, 2002

# El impacto del ocio en la sociedad

*Kenny Roberts*

Universidad de Liverpool

## **¿Por qué debemos identificar las consecuencias?**

En repetidas ocasiones los investigadores comentan (y con frecuencia nos lamentamos y quejamos) el estatus de inferioridad que ocupan los actuales estudios de ocio, al igual que lo hicieron las ciencias sociales en el pasado. Nuestras obras se citan rara vez, salvo por otros académicos del ocio. En América del Norte este desinterés es recíproco (véase Samdahl y Kelly, 1999). Nuestro tan lamentado bajo perfil podría deberse a una falta de inclinación académica o incluso a una sociedad más amplia por tomar en serio el ocio, aunque esto parezca poco probable. Actualmente todos los organismos gubernamentales son sensibles a la importancia económica del ocio. Las universidades están deseando impartir estudios de ocio puesto que con ello se disparan las solicitudes de los estudiantes, las matrículas y los ingresos de la institución. Nuestro problema probablemente se debe más a una incapacidad de demostrar las consecuencias significativas del ocio. La gente nos tendría más en cuenta si hubiéramos demostrado que ese éxito educativo, los tipos de trabajo de las personas, la estabilidad de sus matrimonios y el sentido de su voto, dependen de sus costumbres de ocio.

En la sociología del ocio existen cuatro grandes cuestiones perennes (véase Roberts, 1997). La primera es «de cuánto» ocio dispone la gente. ¿Tenemos más que en el pasado? ¿Qué sociedades disfrutaban del máximo tiempo de ocio? La segunda pregunta hace referencia a la distribución del ocio. ¿Cómo es la división total entre los diferentes grupos sociodemográficos? La tercera cuestión versa sobre cómo se utiliza el ocio y por qué; la cuarta hace referencia a las consecuencias del empleo del ocio.

Este cuarto problema es en el que los estudios de ocio han avanzado menos. Hemos examinado cómo y podemos explicar por qué, las costumbres de ocio varían por nivel de ingresos, edad, género, contexto educativo, etc. En estas materias hemos desarrollado cuerpos de conocimientos más o menos acordes, lo cual demuestra que el ocio puede utilizarse para desafiar, pero lo que normalmente refleja es un reflector extremadamente sensible de otras divisiones sociales.

Hemos descubierto que los resultados de esta investigación viajan notablemente bien. Lo que es aplicable para un país, normalmente también lo es para muchos otros. Esto se aplica a las tendencias históricas del ocio (en aumento prácticamente en todas partes), a cómo se emplea el tiempo de ocio (actualmente la televisión siempre destaca) y las principales variaciones por clase social, edad, género, etc. El ocio es posiblemente la ciencia más global por naturaleza de todas las ciencias sociales. Es mucho más fácil utilizar preguntas idénticas en encuestas de ocio nacionales que en el estudio de la educación o la política. Desgraciadamente, tanto en un contexto científico y, para entendernos, en el campo más amplio de las ciencias sociales, hemos tenido mucho más éxito en explorar y explicar cómo se ve afectado el ocio por otros factores, que en identificar las consecuencias del ocio. Podemos mostrar que el crecimiento del ocio ha llevado a más gente a practicar más deportes y a presenciar más acontecimientos deportivos (principalmente por televisión), a gastar más dinero en los medios de comunicación y en viajar más por ocio, pero ¿cuáles son las consecuencias más generales de todo esto?

Es posible que el ocio sólo tenga débiles consecuencias para los individuos directamente implicados, a corto plazo en cualquier escala. De hecho, esta aparente falta de trascendencia constituye una

de las características clave del ocio. El comportamiento del ocio puede ser intrascendente porque, tomando prestada la frase de Jack Kelly (1987), el ocio está «más allá de la necesidad». De forma que las personas pueden hacer las cosas por hacerlas, por sus satisfacciones intrínsecas. Podemos acabar machacados en un partido de tenis sin terminar en el hospital: el ocio no supone grandes riesgos. Podemos hacer las cosas alegremente, experimentar y reír de nuestros fallos porque nuestras familias y puestos de trabajo no están en juego. La ausencia de este tipo de consecuencias hace posible que el ocio lleve a cabo sus principales funciones sociopsicológicas para los individuos y sus grupos primarios.

Siendo así, resultaría sorprendente que no existieran consecuencias significativas sociales a largo plazo. Después de todo, actualmente en las sociedades avanzadas económicamente, el ocio representa prácticamente la mitad de todo el tiempo que permanecemos despiertos y un tercio del gasto de consumo. El crecimiento del ocio fue de hecho la fuerza principal que cambió la vida de la gente a lo largo del siglo XX. El impacto fue menos dramático que las guerras mundiales. El crecimiento del ocio fue menos controvertido que la creación y posteriormente en algunos países la desmantelación parcial del Estado de bienestar. Pero el aumento del ocio ha sido la tendencia más a largo plazo y más sostenida. El ocio moderno se está extendiendo ahora globalmente como resultado de la caída del comunismo y del desarrollo socioeconómico del tercer mundo. En algunos sentidos concretos el ocio se ha convertido en una característica fundamental de los tiempos que corren. Por ejemplo, la arquitectura más sorprendente de nuestra era no celebra la religión, el gobierno o la producción. Los grandes edificios del presente son centros comerciales y parques, estadios deportivos, galerías y museos. En Gran Bretaña tenemos la Catedral del Milenio (Millennium Dome). ¿Para qué sirve más que para ser visitada en el tiempo de ocio?

## **Rutas falsas**

El registro de pistas que sugieran las posibles consecuencias del crecimiento del ocio del que disponemos es francamente ínfimo.

Tenemos un historial de graves errores y, como resultado, un problema de credibilidad.

Hace una generación los estudios de ocio creían y veían con buenos ojos que el crecimiento del ocio nutriría y potenciaría los denominados valores de ocio: hacer las cosas por hacerlas y tener la posibilidad de escoger. Se defendía que estos valores se irían infiltrando poco a poco y transformarían el comportamiento en otros dominios. El ocio iba a desempeñar el papel cuyo guión había escrito Marx para el proletariado, dando paso a una nueva era dorada, a una sociedad de ocio (Dumazedier, 1974). La familia iba a convertirse en un grupo divertido; las relaciones interpersonales iban a estar regidas por una ética de la diversión, iba a producirse una desbandada del trabajo a menos que el propio trabajo se adaptara más al ocio. Estas previsiones son descripciones poco acertadas del presente.

Los marxistas habían elaborado diferentes pronósticos (véase Adorno y Horkheimer, 1977). Defendían que la industria de la cultura capitalista inducía a la pasividad y a la obediencia de la sociedad en general, en la vida económica y política, por ejemplo. Esta teoría caló hondo entre las culturas jóvenes de las décadas de 1950 y 1960. Mientras tanto, los revisionistas marxistas defendían que las relaciones del consumo han sustituido las relaciones de la producción encerrando a las clases trabajadoras en el sistema capitalista (Baudrillard, 1998), pero especialmente desde 1989, dejó de ser creíble retratar el capitalismo como una prisión que mantiene a su pueblo esclavizado: el resto de la humanidad ha estado intentando ser admitida en él con desesperación.

Desde la década de 1970 los apóstoles de la post/alta/tardía modernidad, que practican estudios culturales y que estudian el consumo, se han apropiado de una gran parte del negocio de las profecías. Puede defenderse que actualmente estamos enfrentándonos a la «McDonalización» de todo nuestro estilo de vida y sociedades (Ritzer, 1993, 1998, 1999). La palabra es seductora, pero pertenece a la teoría del equívoco. Ni siquiera se trata de una nueva tendencia: es otra manifestación del denominado «fordismo». Algunos bienes y servicios de consumo, aunque ciertamente no todos, están «McDonalizándose», pero esto no se aplica normalmente a sus usos y usuarios.

Otra teoría afirma que el ocio está pasando a ser fundamental en la construcción de la identidad personal. Explica que actualmente nos decimos a nosotros mismos y a los demás que no somos tanto por el trabajo que hacemos como por lo que compramos, llevamos y hacemos en nuestro tiempo libre (Bocock, 1993; Rojek, 1995). Esto aumenta las posibilidades de que las personas cometan suicidio (de su identidad actual) cada vez que van de compras. En realidad, sin embargo, la mayoría de la gente no pierde su tiempo de ocio experimentando y adoptando diferentes estilos de vida y las identidades asociadas a él. La mayoría se ciñen a rutinas de ocio notablemente estables. La experimentación de estilos de vida se confina a secciones concretas de la población, principalmente a jóvenes sin pareja, e incluso estos actores tienden a tratar sus identidades de ocio con jovialidad. Estas identidades son superficiales y transitorias y no causan apenas impresión en las actitudes fundamentales de los actores hacia sí mismos, hacia los demás o hacia las sociedades en las que viven (véase Bynner y Ashford, 1992).

## **Las consecuencias reales**

Con el paso del tiempo cada vez es más fácil identificar las consecuencias reales, a largo plazo y sociales del crecimiento del ocio.

### *I. Bienestar y calidad de vida*

Estos términos implican, aunque en un sentido más amplio, salud, pese a que los investigadores de la salud e incluso sus profesionales han pretendido extender sus atribuciones por encima del techo impuesto por la visión tradicional de la salud como mera ausencia de enfermedad o herida. Los propios términos de bienestar y calidad de vida implican que existen muchas capas tanto de morbilidad como de prosperidad.

La salud física es un componente del estado de salud, la condición normal y permanente de un individuo, y depende al menos en parte y a veces principalmente de los factores de su estilo de vida. A medida que la medicina conquista cada vez más enfermedades y

descubre curas para lo que una vez fueron condiciones persistentes y crónicas, y a medida que mejoran las condiciones de vida y de trabajo, los factores del estilo de vida son cada vez más fundamentales como fuentes de variación del estado de salud física. Los estilos de vida pueden ejercer una influencia positiva o negativa dependiendo de la medida en que hagamos ejercicio, de nuestra dieta, si fumamos o bebemos alcohol sin moderación y de nuestros hábitos sexuales (véase Roberts y Brodie, 1992). Nuestras costumbres de ocio tienen tantas probabilidades de poner en peligro nuestra salud física como de mejorarla. En la mayoría de los países la gente gasta bastante más en alguna combinación de alcohol, tabaco, comida rápida y drogas ilegales que en hacer ejercicio. De hecho, en el transcurso del tiempo los estilos de vida han pasado a ser más sedentarios, una de las consecuencias del automóvil.

Los estilos de vida nunca serán los únicos determinantes del estado de la salud de la gente. En muchas partes del mundo la mayoría de la gente sigue sin poder acceder a las medicinas y a la atención médica que pudiera curar sus enfermedades. Las desigualdades sanitarias han aumentado en los últimos años en algunos países avanzados económicamente. Muchas personas siguen soportando condiciones de vida y de trabajo insalubres. E incluso si estas fuentes de variaciones de salud fueran eliminadas, entonces, junto a los estilos de vida, también se desarrollarían factores biológicos notables como fuentes de variación. El llevar un estilo de vida saludable no conllevará una salud excelente para todo el mundo. No podemos afirmar eso. Pero podemos insistir en que las prácticas de ocio marcan una diferencia y que, con el desarrollo del ocio, las fuentes de estilo de vida de las variaciones en salud aumentan en importancia, especialmente cuando se eliminan otros impedimentos, en otra época importantísimos, para el bienestar físico.

El ocio es igualmente relevante para el bienestar físico según las valoraciones (aunque imperfectas) del *General Health Questionnaire* (cuestionario general de salud), las escalas de autoestima y las cuestiones de satisfacción con la vida. Cuantas más actividades de ocio se practican, mejor tiende a sentirse la gente, siempre que el ocio esté estructurado, sea activo y social. Es decir, asistir a una reunión de un comité de un club es más beneficioso que permanecer en casa, solo, mirando la televisión. Siempre que el ocio

esté estructurado, sea social y activo no parece importar lo que realmente se haga, siempre en lo que respecta al bienestar psicológico (véase Esteve y otros, 1999; Haworth, 1997). Tan bueno es tocar música rock como una sinfonía. Todos podemos experimentar los beneficios psicológicos del ocio, aunque en la práctica se haga a diferentes escalas. Los únicos grupos que quedan completamente excluidos son los prisioneros de la justicia o del ostracismo social, o los que padecen discapacidades crónicas, aunque muchas de estas últimas barreras son de hecho superables. Los beneficios psicológicos derivados del ocio no requieren riqueza, solamente una destreza de ocio básicas junto a una capacidad para discriminar (saber lo que a uno le gusta) y una voluntad de actuar según las preferencias personales (véase Roberts, Fagan y otros, 2000).

Los hábitos de ocio pueden mejorar o perjudicar la salud física. La situación dista de ser similar en el caso del bienestar psicológico. La influencia del ocio parece ser totalmente beneficiosa. No se conoce ninguna actividad de ocio (salvo literalmente no hacer nada) que provoque daños mentales. En lo que respecta al bienestar psicológico, el ocio puede presentarse como una pura bendición. Sin embargo, no es sólo la actividad de ocio lo que hace sentirse bien a la gente. Cualquier actividad siempre que esté estructurada e implique interacción social, aporta beneficios similares. Los trabajos remunerados, la asistencia al colegio e institutos y la vida familiar, son como poco igualmente beneficiosos (véase Haworth, 1997). Lo fundamental es que a medida que disminuye la proporción del tiempo de nuestra vida que dedicamos a las otras tareas, el ocio va ganando importancia como fuente de variación. Esto es especialmente cierto en la tercera edad, cuando la gente se ha retirado del empleo remunerado, pocas veces asisten a escuelas y cuando sus principales responsabilidades familiares han finalizado y sus familias pueden haberse dispersado geográficamente (véase Kelly y otros, 1987).

## II. *Empleo*

La segunda forma principal por la que el ocio tiene consecuencias societales es como fuente cada vez más importante de empleo.

Como ya se ha observado, en los países relativamente avanzados el ocio representa aproximadamente un tercio del gasto de consumo, cifra que está aumentando prácticamente en todas partes. Esto significa que en el ocio hay más puestos de trabajo, por eso muchos estudiantes se sienten atraídos por los cursos de ocio y también por eso países, regiones, ciudades, pueblos y poblados del mundo entero están deseando atraer a turistas y viajeros. La gente cada vez disfruta de una mayor movilidad, se acabó lo de no tener más opción que pasar el tiempo y gastar el dinero cerca de donde se vive o trabaja. Actualmente la práctica totalidad de los centros de población quiere hacerse con la mayor cuota posible del mercado del ocio. Independientemente de cuál sea su principal atractivo (el paisaje natural, los bienes culturales, el deporte o las reliquias históricas) a los visitantes se les ofrecen múltiples oportunidades adicionales de gastar su dinero en hoteles, restaurantes, tiendas y en el cada vez mayor número de casinos. El empleo en el sector del ocio está aumentando prácticamente en todas partes. En muchos lugares se ha convertido con mucho en la principal fuente de crecimiento de empleo. La tendencia económica alcista depende cada vez más de la cuota de mercado que tenga un lugar en el mercado del ocio.

En el ocio existen puestos de trabajo buenos y malos, como en cualquier otro sector. Los mejores tienden a concentrarse en la producción de bienes de ocio, como equipamiento deportivo, indumentaria de ocio, grabaciones de música, programas de televisión, grabadoras de vídeo y otro tipo de hardware, etc. Existen divergencias temporales y espaciales entre la producción de estos bienes y su uso final. Esto hace posible estabilizar la producción y el empleo (relativamente, a cualquier nivel). Los peores puestos de trabajo que genera el ocio se encuentran principalmente en los servicios de ocio. De hecho, la mayoría del empleo en estos servicios es de mala calidad. La entrega de servicios de ocio debe estar perfectamente sincronizada con la demanda, por eso gran parte del trabajo es estacional, a tiempo parcial, temporal y a veces esporádico y tiene que llevarse a cabo durante las horas que convencionalmente se consideran insociables. Este tipo de trabajo normalmente no exige demasiada preparación y está mal remunerado, aunque en ciertos aspectos puede resultar un trabajo muy exigente. Existe un

componente estético en la mayoría de las funciones de contacto con el cliente en las que de los empleados se espera una buena apariencia, un semblante alegre y una preocupación, ante todo, por la satisfacción del cliente (véase Nickson y otros, 1998). En este tipo de puestos suelen utilizarse trabajadores periféricos, como estudiantes y con frecuencia las mujeres y las minorías étnicas están sobrerrepresentadas. Pero a medida que crece el empleo en el ocio, el negocio necesita utilizar trabajadores de base y que éstos acepten en algunos casos dedicarse profesionalmente a «trabajar de Mickey Mouse».

El aumento del ocio crea una división de clase entre los trabajadores del ocio y los consumidores de ocio (véase Roberts, 1994). Ambos grupos son miembros fundamentales, pero desempeñan papeles diferentes interdependientes en las culturas actuales de consumo, de trabajo y gasto. Los que más gastan son también necesariamente los que más ganan y los que con frecuencia trabajan muchas horas, aunque esto no parezca forzar una reducción de su actividad de ocio, salvo en lo que a mirar la televisión se refiere (véase Robinson y Godbey, 1999; Zuzanek y Mannell, 1998). Los grandes consumidores son capaces de «encontrar» tiempo para consumir adquiriendo servicios que ahorran tiempo (de comida preparada, de reparación del automóvil o decoración del hogar, por ejemplo) y con frecuencia disfrutan de una gran soberanía sobre el tiempo en sus ocupaciones, lo que significa que disponen de una notable discreción sobre cuándo deben realizar su trabajo remunerado (Breedveld, 1996).

Ahora parece sorprendente que no hace tanto tiempo nos imagináramos que el crecimiento del ocio pudiera tener en general las mismas implicaciones para todo el mundo: que todos pudieran gradualmente disfrutar de más tiempo de ocio y tener más ingresos disponibles para gastar. Ahora podemos contemplar claramente que el ocio es necesariamente divisorio. El término «necesariamente» exige alguna cualificación: en una situación hipotética de igualdad económica, los puestos de trabajo del sector del ocio serían iguales a los de cualquier otro, el \$ del ocio valdría algo menos, probablemente caería en picado la demanda de servicios de ocio, posiblemente se gastara más dinero en bienes de ocio con los que la gente pudiera entretenerse o implicarse por sí misma y habría una tendencia

hacia el ocio de «hágalo usted mismo». Sin embargo, en todas las sociedades reales existen desigualdades económicas y el ocio está destinado a acentuar la división entre los consumidores y los trabajadores que prestan estos servicios. Ciertamente no es la única fuente actual de estratificación ocupacional y económica, existen otras divisiones transversales: entre propietarios y trabajadores, supervisores y subordinados, por niveles de destreza y su escasez en el mercado. Sin embargo, el ocio crea un cisma especialmente particular con el que se encuentra la mayoría de la gente cada día, principalmente en una cara u otra de la división entre los miembros fundamentales de la nueva clase media (o de servicio) y la nueva clase trabajadora de empleados en el sector servicios.

### III. *Despolitización*

No se ha producido según las previsiones de la Escuela de Frankfurt (véase Adorno y Horkheimer, 1977), induciendo una pasividad y obediencia generalizadas. Más bien el ocio ha despolitizado a la población moderna ofreciendo la opción del consumo como alternativa a la voz política.

En este sentido no todas las costumbres de ocio tienen idénticas consecuencias. La situación puede compararse a la salud física: algunos tipos de ocio tienden a politizar mientras que otros tienen el efecto contrario. Sin embargo, el efecto normal neto surge de la capacidad del ocio para privatizar, individualizar y fragmentar. Los principales elementos de gasto en ocio en la mayoría de los países son el equipamiento de entretenimiento doméstico, además de programas de difusión y vídeo, turismo o salidas a comer y beber fuera de casa. Cada familia adquiere su propio equipo de entretenimiento que le permite estar entretenida en privado. Los grupos que pasan juntos las vacaciones y que van a comer o beber fuera, normalmente son parejas, familias o pequeños grupos de amigos. Algunas veces el ocio une a trabajadores de empresas y ocupaciones concretas o a los residentes de determinados barrios, pero en la actualidad éstas constituyen actualmente excepciones a la regla. Las personas que disponen de su propio tiempo y dinero no tienen que adaptarse a los modelos de la comunidad.

Algunas actividades de ocio crean sus propias masas, audiencias o miembros. Normalmente se trata de agrupaciones temporales, aunque pueden generarse intensos sentimientos de mutualidad, como en los clubes musicales nocturnos, en los que aquéllos que acuden disfrutan del mismo tipo de música que permite al DJ generar agitación, que normalmente se ve ampliada por la experiencia compartida añadida del alcohol o de alguna otra droga. Pero las denominadas «nuevas tribus» pueden nacer y disolverse en el espacio de un solo verano (véase Maffesoli, 1994; Thornton, 1995). Otras agrupaciones se caracterizan por una mayor persistencia, como las de seguidores de un equipo de fútbol, aunque estos grupos de ocio sigan siendo funcionalmente específicos. Nunca llegan a ser multifuncionales ni políticos, salvo bajo regímenes políticos totalitarios o extremadamente opresivos, como el *apartheid* que vivió Suráfrica, durante el cual fue ilegal cualquier organización manifiestamente política.

No es pura coincidencia que en gran parte de los países el crecimiento del ocio haya estado acompañado por una decadencia de la actividad cívica. Los partidos políticos han perdido afiliados, las iglesias han perdido sus congregaciones, las asociaciones de voluntarios carecen de voluntarios. En EE.UU. existe un debate sobre los sentidos en los que se ha producido una decadencia en la participación cívica (Paxton, 1999; Putman, 1995, 1996). Las previsiones de que las poblaciones con mayor nivel educativo y tiempo libre se caracterizarían por ser más conscientes y activas en los asuntos cívicos y más participativas en la democracia, no se han cumplido. En Europa del Este se creía que con el desmantelamiento del comunismo y la creación de una amplia gama de partidos políticos, aumentaría el interés y la participación en la política. Llegado el momento, los comentaristas quedaron desconcertados ante la «extraña muerte de la sociedad civil» (Lomax, 1997). Las personas han tenido la opción de diseñar soluciones privadas, de estilo de vida a sus problemas (Roberts y Fagan, 1998).

La decadencia en la actividad política popular de masas ha transformado a los políticos en un grupo profesional distinto de manera generalizada. En varios países son vilipendiados y despiertan desconfianza (Roberts, 2000; Roberts, Clark y otros, 2000). La política se ha convertido en una profesión separada que requiere

sus propias destrezas profesionales. En casi todas partes los políticos de cualquier partido parecen compartir, y realmente comparten, mucho más entre ellos que con las diferentes secciones del electorado. Los políticos ya no son representantes que eligen y son elevados por circunscripciones sociales específicas. Este antiguo tipo de carrera política se ha desintegrado, al igual que se han fragmentado las propias circunscripciones.

El ocio no es la única influencia, ni tampoco necesariamente, la preponderante sobre los niveles de politización. Las condiciones políticas y económicas pueden, por supuesto, marcar una diferencia. Sin embargo, el crecimiento del ocio habrá desempeñado un papel significativo en elevar el umbral en el que podemos sentirnos molestos, incluso enfadados por las tendencias sociales y económicas (acentuación de las desigualdades, por ejemplo) en ausencia de cualquier respuesta política arraigada organizada. Ahora la gente puede decidir que como ninguno de los partidos hará nada diferente y todos los políticos son básicamente «más de lo mismo», se concentrará en defender los estilos de vida que prefiera, independientemente de las condiciones generales que prevalezcan.

## **El poder de lo no deliberado**

El ocio está repleto de falta de intencionalidad. Hace más de 30 años, Nels Anderson (1967) describió el ocio como un subproducto no intencionado del industrialismo. Actualmente podemos ser un poco más sofisticados y explicar el ocio como un producto de la organización moderna del trabajo (su racionalidad y compartimentación), la economía de mercado, la decadencia de la comunidad y la existencia de la sociedad civil (véase Roberts, 1999). El punto original mantiene que ninguno de estos tipos de evolución estaba planeado ni se implantó con una intención consciente de crear ocio.

Las consecuencias sociales del ocio anteriormente descritas están igualmente faltas de intención, salvo tal vez en lo referente a las prácticas de ocio saludables. Las formas en las que el ocio a veces resulta perjudicial para la salud, estratifica y despolitiza son subproductos de ocio no intencionados en la misma medida en que el

ocio es un subproducto de los procesos más amplios de modernización e industrialización.

Las consecuencias no intencionadas son comunes. Otros ejemplos incluyen las tasas de crecimiento económico, el crecimiento de la población y la movilidad social: hechos sociales que ayudan a crear la estructura social. No se trata de que los efectos no intencionados y tal vez no deseados, sean fáciles de cambiar. A la inversa: siempre que el comportamiento satisfaga los propios fines del actor no hay razón para que no continúe. En otras palabras, nos encontramos ante el gigante social. A medida que se desarrollan las sociedades modernas, inexorablemente van creando más y más ocio, cuyas consecuencias (bienestar, estratificación y política) se intensifican.

De ello se deriva que el tipo de mundo que el ocio puede ayudar a crear en este siglo XXI no será un mundo en el que disfrutemos de una satisfacción y armonía de masas. Es probable que los conflictos se intensifiquen: entre las clases (de servicio) medias de gran poder adquisitivo y los trabajadores del sector servicios y muy probablemente entre los países, según si sus poblaciones están principalmente compuestas por consumidores o trabajadores. Es probable que los nuevos movimientos sociales se refuercen como reacción a la alienación de las políticas oficiales y que presenten desafíos a las elites políticas y empresariales. El hecho de que los nuevos movimientos sociales sean minoritarios y se aparten de la norma no significa que el uso del tiempo de ocio vaya a hacerlos ineficaces. La sensibilidad a las implicaciones del ocio por el bienestar probablemente exacerbará lo que pueden ser a veces demandas contradictorias: para que la gente pueda ir en busca de los placeres que prefiera por un lado, y por otro, estar a salvo de los perjuicios que pueda ocasionar el ocio de otras personas y tal vez incluso de los que su propia conducta de ocio pueda infligirle a sí misma (véase Sulkanen, 1997).

## **La investigación de ocio como proyecto social**

El ocuparse de las consecuencias sociales debería aproximar la investigación del ocio al centro del mapa de las ciencias sociales,

pero normalmente los proyectos científicos con éxito tienen aplicaciones. En el ocio hay mucha voluntad. Creo que a la mayoría de los estudiosos del ocio les encantaría ser de utilidad. Una atracción de los congresos organizados por organismos como la World Leisure and Recreation Association es que reúnen a investigadores y a los denominados «practicantes» (profesionales, gestores y voluntarios del sector público, comercial y de voluntariado). Los practicantes no hubieran asistido repetidas veces a menos que creyeran que la investigación les aportaba algo.

Los estudios académicos del ocio pueden realizar una investigación del mercado para los practicantes, básicamente para los del sector público y del voluntariado, puesto que el sector comercial encarga sus propios estudios, y normalmente trata sus conclusiones como propiedad privada. La investigación puede informar a los practicantes de quién está utilizando sus provisiones, puede valorar la demanda latente y sugerir cómo pueden abarcar más los suministradores. Sin embargo, sospecho que una aportación igualmente valiosa que puede ofrecer la investigación a los practicantes serían las «grandes ideas»: teorías que ensalcen la importancia del ocio y que puedan actuar como ideologías profesionales para los practicantes, ayudándolos a garantizar un estado igual al de otros profesionales de campos como la medicina, el derecho, la enseñanza y la contabilidad.

Aquí es donde el matrimonio se tambalea. Si las consecuencias reales del ocio son las afirmadas anteriormente, que a veces mejoran, pero con frecuencia perjudican el bienestar de las personas, creando una división entre consumidores con poder adquisitivo y proveedores de servicios y despolitizando las poblaciones, entonces el papel social del ocio constituye una base poco fiable de una identidad profesional estimada.

Una posibilidad es que algunos investigadores y proveedores se unieran para fomentar tipos concretos de ocio. Esto tendría más sentido que simplemente estar a favor del ocio, puesto que en este sentido, el ocio es muy similar al tiempo y a la política. Es posible visualizar una unión de los que pretenden fomentar un ocio diferente al antiguo, que sea beneficioso y socialmente responsable. Probablemente se caracterizaría por: promocionar el bienestar personal, crear empleo de calidad y estar basado en grupos preexistentes

superiores a las familias y pandas de amigos. El problema aquí, por supuesto, es que muchos investigadores y suministradores de ocio quedarían excluidos. Los estudiosos que desearan permanecer aislados de este valor (o que suscribieran diferentes valores) quedarían distanciados. Sin embargo, la división crucial probablemente se encontraría entre los suministradores. El proyecto no sería favorable para la mayor parte del turismo, el deporte actual ni los medios de comunicación.

Los practicantes que busquen una ideología laudatoria es más probable que queden satisfechos con los estudios empresariales. Pueden convertirse en profesionales de la empresa, preparados para dar a las personas lo que manifiestamente desean, hacer dinero, regenerar las economías locales y nacionales y crear puestos de trabajo. Tal vez sea beneficioso que muchos cursos superiores de ocio se impartan en las facultades de economía.

¿Dónde dejará esto a los investigadores? Probablemente en nuestra relación actual medio conectada con los practicantes y con la opción de detenernos en cómo «resulta afectado» el ocio y desarrollando un cuerpo de conocimientos acordado, incontrovertible y ampliamente intrascendente, si no es abordando las consecuencias del ocio e intentar, sobre esta base, situar los estudios de ocio en el corazón de las ciencias sociales contemporáneas.

## Bibliografía

- ADORNO, T. and HORKHEIMER, M. (1977), *The Culture Industry: enlightenment as mass deception*, in J. Curran, M. Gurevitch and J. Woollacott, eds., *Mass Communication and Society*, Edward Arnold, London.
- ANDERSON, N. (1967), *Work and Leisure*, Routledge, London.
- BAUDRILLARD, J. (1998), *The Consumer Society*, Sage, London.
- BOCOCK, R. (1993), *Consumption*, Routledge, London.
- BREEDVELD, K. (1996), «The double myth of flexibilisation: trends in scattered work hours and differences in time sovereignty», paper presented to conference on *New Strategies for Everyday Life*, Tilburg.
- BYNNER, J. and ASHFORD, S. (1992), «Teenage careers and leisure lives: an analysis of lifestyles», *Society and Leisure*, 15, 499-519.
- DUMAZEDIER, J. (1974), *Sociology of Leisure*, Elsevier, Amsterdam.

- ESTEVE, R., SAN MARTÍN, J. and LÓPEZ, A. E. (1999), «Grasping the meaning of leisure: developing a self-report measurement tool», *Leisure Studies*, 18, 79-91.
- HAWORTH, J. T. (1997), *Work and Well-Being*, Routledge, London.
- KELLY J. R. (1987), *Freedom To Be: A New Sociology of Leisure*, Macmillan, New York.
- KELLY, J. R., STEINKAMP, M. W. and KELLY, J. R. (1987), «Later-life satisfaction: does leisure contribute?» *Leisure Studies*, 9, 189-200.
- LOMAX, B. (1997), «The strange death of civil society in post-communist Hungary», *Journal of Communist Studies and Transition Politics*, 13, 41-63.
- MAFFESOLI, M. (1994), *The Time of the Tribes*, Sage, London.
- NICKSON, D., WARHURST, C., WITZ, A. and CULLEN A.-M. (1998), «Aesthetic labour in the service economy: an overlooked development», paper presented to *International Labour Markets Conference*, Aberdeen.
- PAXTON, P. (1999), «Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment», *American Journal of Sociology*, 105, 88-127.
- PUTMAN, R. D. (1995), «Bowling alone: America's declining social capital», *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
- PUTMAN, R. D. (1996), «The strange disappearance of civic America», *American Prospect*, 24, 34-48.
- RITZER, G., (1993), *The McDonaldization of Society*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- RITZER, G. (1998), *The McDonaldization Thesis*, Sage, London.
- RITZER, G. (1999), *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionising the Means of Consumption*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- ROBERTS, K., (1994), «The three societies of leisure», in Institute of Social Sciences, University of Lisbon, *New Routes for Leisure*, Lisbon, 429-442.
- ROBERTS, K. (1997), «Why old questions are the right response to new challenges: the sociology of leisure in the 1990s», *Society and Leisure*, 20, 369-381.
- ROBERTS, K. (1999), *Leisure in Contemporary Society*, CAB International, Wallingford.
- ROBERTS, K. (2000), *Class in Modern Britain*, Macmillan, Basingstoke.
- ROBERTS, K. and BRODIE D. A. (1992), *Inner-City Sport: Who Plays and What are the Benefits?* Giordano Bruno, Culemborg.
- ROBERTS, K, CLARK, S.C., FAGAN, C. and THOLEN, J. (2000), *Surviving Post-Communism: Young People in the Former Soviet Union*, Edward Elgar, Cheltenham.

- ROBERTS, K. and FAGAN C. (1998), «The effects of commercialisation on leisure: evidence from the new East», in F. Lobo, ed, *Social Knowledge, Heritage, Challenge, Perspectives. Proceedings, RC 13, 14th World Congress of Sociology*, Edith Cowan University, Perth, 135-145.
- ROBERTS, K., FAGAN, C., BOUTENKO, I. and RAZLOGOV, K. (2000), «Economic polarisation, leisure practices and policies, and the quality of life in post-communist Moscow», paper presented to conference on *Quality of Life in Cities*, Singapore.
- ROBINSON, J. P. and GODBEY, G. (1999), *Time for Life: The Surprising Ways Americans Use Their Time*, Pennsylvania State University Press, second edition.
- ROJEK, C. (1995), *Decentring Leisure*, Sage, London.
- SAMDAHL, D. M. and KELLY, J. J. (1999), «Speaking only to ourselves? Citation analysis of Journal of Leisure Research and Leisure Sciences», *Journal of Leisure Research*, 31, 171-180.
- SULKANEN, P. (1997), «Introduction: the new consumer society - rethinking the social bond», in P. Sulkanen, J. Holmwood, H. Radner and G. Schulze, eds, *Constructing the New Consumer Society*, Macmillan, London.
- THORNTON, S. (1995), *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Polity Press, Cambridge.
- ZUZANEK, J. and MANNELL, R. (1998), «Life cycle squeeze, time pressure, daily stress, and leisure participation: a Canadian perspective», *Leisure and Society*, 21, 513-544.



# Turismo-ocio-deporte y el sistema español de ciencia-tecnología-empresa

*Manuel García Ferrando*  
Universidad de Valencia

## **Introducción: El turismo, ocio y deporte como área sectorial preferente de I+D**

La Ciencia y la Tecnología se han convertido, en las sociedades avanzadas, en elementos básicos e imprescindibles para atender las necesidades y demandas sociales, culturales y económicas de la población. De ahí que sean cada vez más numerosos los países que van poniendo en marcha políticas científicas y tecnológicas que tratan de adaptarse a la satisfacción de tales necesidades y demandas.

En España, el primer Plan Nacional de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (I+D) se puso en marcha en 1988, y desde entonces, se han sucedido otros dos Planes Nacionales que han contribuido a fortalecer notablemente el sistema español de Ciencia-Tecnología-Empresa (C-T-E). Aunque el Plan Nacional es una iniciativa de la Administración Central, en las sucesivas ediciones se ha ido integrando con las actuaciones correspondientes de las Comunidades Autónomas y de la Unión Europea, particularmente en aquellas áreas científico-tecnológicas consideradas como priori-

tarias en el Programa Marco de I+D europeo. Áreas tales como la biomedicina y la biotecnología, el diseño y la producción industrial o las tecnologías agroalimentarias, han acaparado en todos los Planes Nacionales la parte más importante de los limitados recursos presupuestarios destinados a la promoción del conocimiento científico y tecnológico, en tanto que las áreas relacionadas con las dimensiones sociales y culturas del bienestar de la población han quedado manifiestamente relegadas en el establecimiento de prioridades presupuestarias.

El nuevo Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica para el periodo 2000-2003 (CICYT, 2000) abre una nueva etapa de la política científica y tecnológica, en la que se tratará de impulsar de forma decisiva el Sistema español de Ciencia-Tecnología-Empresa. Consecuentemente con el modelo de desarrollo que ha seguido la sociedad española, convertida al iniciar el nuevo milenio en una sociedad postindustrial, de la información y de los servicios, el nuevo Plan Nacional ha incluido, por primera vez, entre las áreas prioritarias la que integra el sector denominado «turismo, ocio y deporte», y en el que se propone dirigir los mayores esfuerzos presupuestarios a los siguientes apartados: a) Diversificación y mejora del producto turístico, b) Material y equipamiento deportivo; c) Incremento de la calidad y la seguridad en el turismo y el deporte.

Aunque como veremos más adelante, los redactores del Plan Nacional han establecido una serie de recomendaciones y de guías de trabajo a las que tendrán que ajustarse los proyectos de investigación que se presenten para merecer ser financiados, la relativa escasez de precedentes de trabajo de investigación y desarrollo en esta área, al menos en comparación con otras que cuentan con mayor tradición y equipamiento, y el propio carácter abierto del sistema social y económico que engloba las actividades de turismo, ocio y deporte, hacen muy necesario que se defina con la mayor precisión posible el marco en el que surgen las necesidades y demandas de la sociedad por lo que respecta a tales actividades. Sólo de esta manera se podrán proponer proyectos de investigación bien fundamentados en problemas reales, merecedores de los esfuerzos de investigación científica y tecnológica, lo que a su vez permitiría consolidar una línea de trabajo en I+D que justificase la sucesiva

ampliación de los recursos presupuestarios que se vayan a dedicar a esta nueva área sectorial prioritaria. Como contribución a este propósito, revisaremos seguidamente las principales dimensiones teóricas y empíricas que delimitan en España el sistema integrado de turismo-ocio-deporte.

## **El turismo, ocio y deporte como sistema integrado**

Existe un amplio acuerdo entre los teóricos del ocio en destacar la importancia que ha adquirido éste en las sociedades avanzadas, sobre todo por lo que se refiere a la incidencia personal, social y económica de las acciones relacionadas con las prácticas de tiempo libre (Cuenca, 1995). La reducción de la jornada laboral y el incremento del tiempo libre o de no trabajo, ha conducido a que segmentos cada vez más amplios de población hayan desarrollado hábitos de vida en los que el ir de vacaciones, el ver y hacer deporte, y el hacer turismo, entre otras actividades, han adquirido una gran relevancia. Además, todo parece indicar que el turismo y el deporte, como actividades de ocio, continuarán ampliando su influencia en los hábitos de vida de la población, como lo pone de manifiesto el hecho de que al preguntar por las actividades de tiempo libre que se desearía llevar a cabo en caso de que dependiera de la propia iniciativa personal el decidirlo, el hacer deporte, viajar, salir al campo y de excursión, son mencionadas recurrentemente y de manera preferente en las encuestas llevadas a cabo en las dos últimas décadas (García Ferrando, 1997:38).

Aunque las actividades relacionadas con los viajes y el turismo por una parte, y las más específicamente deportivas por otra se han desarrollado históricamente por separado, en los últimos años han comenzado a converger de tal manera que el *turismo deportivo* y el *deporte turístico* han adquirido entidad propia como actividades sociales dominantes en la ocupación del ocio y del tiempo libre, ya que lo que era privilegio de minorías, se ha convertido en las sociedades avanzadas en logros y necesidades de amplias capas de la población (García Ferrando, 1990: 65). Como destaca De Knop al estudiar las nuevas tendencias que han surgido al confluir de forma sistemática las actividades turísticas y las deportivas, «son clara-

mente perceptibles los beneficios mutuos del *matrimonio de conveniencia* económico entre deporte y turismo». Y es que como apunta este mismo autor, «si el deporte se puede considerar el fenómeno social más amplio del mundo, y se predice que el turismo va a convertirse en la industria más importante del mundo en el siglo XXI, incluso resultaría extraño que no existiera esa relación. Una relación que es doble: por una parte, el turismo deportivo se está convirtiendo en un segmento de elevado perfil de la industria del turismo y, por otra, el turismo a su vez está influyendo en la participación y en la infraestructura deportivas» (De Knop, 1992:132).

Aunque se trata de definiciones en las que resulta fácil encontrar ejemplos de solapamiento, se puede definir el *deporte turístico* como todas aquellas actividades deportivas susceptibles de comercialización turística, lo que incluiría desde los deportes espectáculo de atracción turística (Olimpiadas, Copas del Mundo, Juegos Continentales, etc.) a deportes especiales tales como el esquí, montaña, hípica, náutica, golf o actividades en la naturaleza, que han ido desarrollándose mediante el crecimiento de infraestructuras deportivas y hosteleras, con el fin de atender al creciente número de practicantes. Por otro lado, el *turismo deportivo* estaría integrado por todas aquellas actividades turísticas de las que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental, bien como objetivo complementario, y ello de forma activa o pasiva (Esteve, 1995; Vázquez, 1998).

Por lo que se refiere a España, el turismo representa uno de los motores básicos de su economía, y el deporte, tanto en su dimensión de alta competición y espectáculo de masas como en su faceta de actividad física y recreativa de amplios segmentos de población, se ha convertido en uno de los fenómenos de mayor presencia y visibilidad sociales. Por ello, el sistema integrado turismo-ocio-deporte se ha configurado como una de las dimensiones más características del desarrollo postindustrial de la sociedad española.

Según datos de la Dirección General de Turismo del Ministerio de Economía, la actividad económica del sector turístico ha representado en la segunda mitad de la década de los años 90 aproximadamente una media anual del 10,5% del PIB, y emplea a un 8% aproximadamente de la población activa, superando los ingresos

anuales los 4 billones de pesetas. Además, la actividad económica del turismo tiene un impacto importante en la práctica totalidad del resto de actividades y sectores productivos. En 1999 España recibió casi 70 millones de visitantes, de los que unos 50 millones eran turistas reales que consumieron servicios turísticos, y los 20 millones restantes fueron excursionistas, visitantes fronterizos o transeúntes. Dado su elevado número, el consumo de bienes y servicios que realizan los turistas representa un 15% del consumo privado total español, lo que supone una demanda final del 8% de toda la economía española.

Todo este esfuerzo económico se realiza a través de un elevado número de empresas, la mayor parte pequeñas y medianas, que han hecho posible que la planta hotelera española sea por su capacidad, la tercera mayor del mundo, detrás de Estados Unidos e Italia.

Con respecto al deporte, hay que destacar la importancia creciente del consumo deportivo de los hogares españoles, que moviliza cifras que según las estimaciones del Consejo Superior de Deportes ha alcanzado a finales de los años 90 los seiscientos mil millones de pesetas en el gasto deportivo anual de las familias españolas. Si a esta cantidad le añadimos el gasto deportivo de las Administraciones Públicas y el gasto en equipamiento y servicios deportivos de empresas y otras organizaciones de carácter privado, tenemos que se puede estimar en un billón de pesetas el gasto deportivo anual en España en la segunda mitad de los años 90. Con este gasto deportivo se mantiene un mercado de trabajo en expansión que alcanza el 1,5% de la población activa (VV.AA., 1998). A pesar de estos datos, tanto el sector turístico como el deportivo, así como las actividades de ocio en general, no han sido considerados tradicionalmente como sectores prioritarios desde un punto de vista académico y de investigación. Sin embargo, hay que destacar que a finales de los años 90 se han puesto en marcha mecanismos de apoyo a estas líneas de trabajo, y se han realizado esfuerzos importantes por introducir y potenciar la incorporación de tecnologías innovadoras de gestión en todas sus actividades. La publicación en 1998 del *Libro Blanco I+D en el Deporte* y la inclusión del turismo en el 5.º Programa Marco Europeo como acción prioritaria de I+D (Information Society Technologies for Tourism), han supuesto un cambio importante de tendencia, que ha culminado por ahora, y de

forma tentativa, con la inclusión del área sectorial Turismo-Ocio-Deporte en el IV Plan Nacional de la Ciencia.

## **Retos y dificultades de la I+D en turismo, ocio y deporte**

El área de turismo, ocio y deporte ha sido considerada tradicionalmente en España como algo de bajo contenido científico; sólo algunos aspectos concretos dentro del área han merecido una atención e interés especial del mundo científico. Sin embargo, es digno de destacar que en el ámbito de la sociedad española se están configurando en estos últimos años *sistemas integrados de ocio-turismo-deporte* con un gran dinamismo e influencia económica y con grandes potencialidades para crear empleo y desarrollo sostenible en zonas poco industrializadas, y que sirven perfectamente de ejemplo de lo expuesto anteriormente, sobre todo en lo que se refiere a la necesidad de impulsar programas imaginativos de I+D. Se trata de actividades como la nieve y montaña, buceo deportivo, vela y puertos deportivos, hípica y golf, que se inscriben en un «turismo integrado e integrador», que engloba los diferentes recursos de un área o comarca determinada y que ofrece oportunidades de aprovechamiento de una rica variedad de elementos del entorno. Al tratarse de entornos naturales, se hace más evidente que en otros casos la necesidad de establecer las bases de un desarrollo realmente sostenible que, por lo tanto, está necesitado de un fuerte apoyo de investigación científica y de desarrollo tecnológico.

Si bien es cierto que España cuenta con cierta tradición de investigación científica y desarrollo tecnológico en el sector turístico y en el deportivo, uno de los problemas más importantes de esta área es la deficiente articulación de los centros de investigación y las empresas del sector y, aunque hay una cada vez mayor exigencia del mercado, tampoco existe una tradición de innovar, siendo excesiva la influencia del marquismo en el deporte. El trabajo de investigación en el sector turístico y deportivo debe hacerse en contacto con la realidad y el sector empresarial, de forma que no se trate de la realización de actividades de I+D básicas, sino más bien de tipo operativo y práctico. No se trata de elaborar un mero conocimiento científico o tecnológico, sino de aplicarlos y adecuarlos a la resolución de

los problemas del sector, entre los que se deben priorizar actividades desde el punto de vista del respeto al medio ambiente.

Además de esta dificultad general, existe una dificultad relacionada con la propia configuración del sector:

- Atomización y heterogeneidad de las empresas turísticas y/o deportivas.
- Atomización de los equipos de investigación y profesorado universitario.

El Libro Blanco I+D en el Deporte señala los siguientes problemas que presenta el ámbito concreto del material y equipamiento deportivo:

- Marquismo de los practicantes de deporte en España. En nuestro país los practicantes de deportes poseen, por término medio, una escasa formación como consumidores de productos deportivos, lo que, entre otras consecuencias, confiere un marcado carácter marquista a nuestro mercado y, como consecuencia, desestimula la innovación tecnológica orientada a optimizar, bajo criterios técnico-científicos, el rendimiento, la seguridad y el confort de uso de estos productos.
- Uso escaso de información, en materia de calidad y seguridad de los productos deportivos, por parte de los gestores de las Instalaciones Deportivas. De manera paralela a lo señalado en el apartado anterior, esta situación desestimula la innovación tecnológica de estos productos; en particular, del material fijo y móvil que integra las instalaciones deportivas.
- Escaso reconocimiento de las normas técnicas armonizadas a nivel de la UE por parte de algunas Federaciones Deportivas Internacionales. Los dictados de algunas Federaciones Deportivas Internacionales, orientados a la acreditación de las instalaciones deportivas para los diferentes niveles de competición a desarrollar en ellas, son, en numerosas ocasiones, ajenos a las normas técnicas armonizadas, elaboradas en el seno de las Comisiones Internacionales de Normalización, que regulan las características que debe poseer el material fijo y móvil de dichas instalaciones, lo que crea graves perturbaciones en la política de calidad e innovación de las empresas fabricantes.

Por lo que se refiere al sector del turismo, conviene recordar que desde finales de los años 90, se han puesto en marcha algunos mecanismos de apoyo a la I+D, sobre todo por lo que se refiere a la incorporación de tecnologías innovadoras de gestión en todas sus actividades. Destaca además la integración reciente de los estudios de turismo en la universidad. Este esfuerzo ha supuesto que actualmente, el nivel tecnológico del sector turístico español sea un referente a nivel internacional y que la tecnología turística española y su saber hacer sea una de las sólidas bases para su internacionalización. Si bien el turismo no se ha considerado tradicionalmente dentro de los programas de I+D, la actividad turística constituye una de las «áreas del conocimiento» en las que España puede definir objetivos propios en la investigación y en la formación superior. Por todo ello, el poder contar con una tecnología propia en la actividad turística constituye uno de los objetivos estratégicos de la economía y política científica españolas. Potenciando las actividades de I+D, el sector turístico debe profundizar en los procesos de mejora e innovación a los que está obligado si quiere seguir manteniendo su liderazgo mundial.

### **Acciones Estratégicas Preferentes de I+D en el Area**

Habida cuenta de las limitaciones presupuestarias del Plan Nacional de la Ciencia, y de la todavía escasa experiencia de I+D en el área de turismo-ocio-deporte, se ha acordado darles carácter prioritario a las tres acciones estratégicas siguientes:

1. Diversificación y mejora del producto turístico.
2. Material y equipamiento deportivo.
3. Incremento de la calidad y la seguridad en turismo y deporte.

A modo de ejemplo, los redactores del IV Plan Nacional de la Ciencia han propuesto una serie de líneas trabajo a las que tendrán que ajustarse, de forma orientativa, los investigadores que deciden solicitar ayudas para la investigación en esta área. Dado el carácter pionero del nuevo Plan no es preciso insistir en la importancia que van a tener los primeros proyectos de I+D que se lleven a cabo, porque de alguna manera condicionarán el desarrollo futuro de la investigación española en turismo, ocio y deporte.

Veamos seguidamente los principales proyectos y líneas de investigación que pretende apoyar el nuevo Plan Nacional de la Ciencia en el área:

### **Diversificación y mejora del producto turístico**

- Sistemas de información y reservas, aplicando las nuevas tecnologías para la creación de bases de datos (oferta, clientes en destino...) y sistemas de información capaces de almacenar y trabajar en red para transmitir información turística tanto de textos como multimedia.
- Tecnificación de la gestión de las empresas turísticas. Desarrollo de aplicaciones de informatización de la gestión y el mantenimiento preventivo de los hoteles.
- Sistemas de información para la implantación de los procedimientos de calidad turística.
- Diseño de sistemas y subsistemas de gestión medioambiental.
- Determinación de modelos para la mejora y regeneración de destinos maduros de sol y playa mediante la aplicación de los principios de sostenibilidad.
- Modelos de desarrollo, planificación y gestión de ciudades turísticas con importante patrimonio histórico.
- Definición de modelos de desarrollo, planificación y gestión de destinos emergentes de interior, que integren a la multiplicidad de agentes públicos y empresas que intervienen en el turismo de naturaleza para asegurar su desarrollo sostenible.
- Desarrollo y consolidación de sistemas de aseguramiento de la calidad en el sector turístico para los distintos subsectores.

### **Material y equipamiento deportivo**

- Desarrollo técnico de calzado deportivo para grupos específicos de población, en especial para fútbol, deportes de montaña, golf, deportes náuticos y deportes de aventura.

- Mejora de la protección, la funcionalidad y el confort de las prendas de confección deportivas.
- Nuevos materiales y mochilas, arneses y otros elementos de protección y de seguridad para la práctica de deportes de montaña y de aventura.
- Nuevas máquinas para el entrenamiento muscular y sistemas electrónicos e informáticos orientados a su monitorización.
- Desarrollo de alimentos complementarios para situaciones de esfuerzo físico extraordinario y de desgaste.
- Nuevos pavimentos multiuso de interior, sintéticos de exterior y en hierba natural.
- Material fijo y móvil que integra las instalaciones deportivas multiuso, las instalaciones de atletismo, los gimnasios escolares y los Centros de Educación Especial.
- Elementos electrónicos de cronometraje, medida, control de instalaciones e indicación/señalización en el deporte.
- Uso de nuevos materiales para la fabricación de pelotas, desarrollo de una gama de pelotas sintéticas para la práctica de las modalidades españolas de pelota y desarrollo de bolas para deportes en auge como el golf.
- Desarrollo de infraestructuras para la práctica deportiva en parques urbanos y zonas naturales, incluyendo específicamente el desarrollo de equipamientos para parques infantiles y para zonas lúdicas de actividad física accesibles y adaptados a las personas mayores y a las personas con discapacidad. Desarrollo de material y equipamiento deportivo para las personas mayores o con discapacidad, especialmente el destinado a los centros y residencias dirigidos a ellas.

## **Incremento de la calidad y la seguridad en turismo y deporte**

Dado que las actividades deportivas y turísticas atañen a toda la población, desde la de edad escolar hasta las personas mayores, y que se realizan en entornos naturales y urbanos muy diversos, las actividades de I+D destinadas a mejorar la calidad y seguridad en todos los entornos en los que es posible el turismo deportivo o el deporte turístico, adquiere una gran relevancia social y económica.

De las posibles acciones de I+D dirigidas a estos fines, cabe destacar las que siguen:

- Desarrollo de estrategias globales para la optimización e innovación de programas de actividad física y deportiva en personas mayores o con discapacidades.
- Técnicas, herramientas de evaluación y control de la calidad en los procesos organizativos de la competición deportiva.
- Identificación del impacto medioambiental del deporte en zonas naturales y especialmente las prácticas relacionadas con el aprovechamiento turístico.
- Incremento de la seguridad personal del deporte de aventura, especialmente practicado como actividad de la oferta turística.
- Sistemas avanzados de calidad y seguridad en instalaciones deportivas, parque temáticos, parques acuáticos, piscinas y centros de ocio de uso público, así como el control de entrada y vigilancia en instalaciones de espectáculo deportivo.
- Estudio integral de la oferta recreativa y deportiva en los ámbitos público y privado, mediante investigaciones interdisciplinarias sobre la estructura asociativa en los diversos ámbitos deportivos. Se prestará especial atención al estudio de los modelos de gestión utilizados en clubes, servicios deportivos municipales y federaciones.
- Estudios sobre las relaciones entre estilos y calidad de vida por un lado y las actividades frente a la práctica deportiva y recreativa por otro. A tales efectos, se fomentará la investigación evaluativa de programas de gestiones de organizaciones deportivas, y la elaboración de los correspondientes indicadores sociales.
- Estudios multidisciplinarios de control de calidad en los servicios deportivos y deportivo-turísticos.

## **Centros de competencia en turismo, ocio y deporte**

El IV Plan Nacional de la Ciencia prevé la creación y desarrollo de *centros de competencia*, concebidos como organizaciones esta-

bles de carácter público, privado o mixto, sin ánimo de lucro, dotados de autonomía científica, tecnológica y administrativa, orientados al desarrollo de líneas de investigación en las diferentes áreas científico-tecnológicas o sectoriales que se consideran prioritarias<sup>1</sup>.

Los redactores del Plan sugieren que los *centros de competencia que se propongan para turismo* deben facilitar un avance cualitativo del área. Por consiguiente, no se trata tanto de crear nuevos organismos, como más bien de aprovechar los ya existentes, dotándolos de una mayor orientación investigadora. En este sentido, se considera prioritario que estos centros puedan trabajar en red bajo la coordinación general del *Observatorio de Turismo*, creado en 1998. En este Observatorio participan representantes del sector empresarial, las diferentes administraciones públicas que intervienen en el sector, y otros agentes económicos y sociales vinculados al sector turístico, y sus funciones son coincidentes con las que se pueden desarrollar en el marco de los programas de I+D.

Las redes de competencia deberán darle la mayor importancia a los aspectos de formación y creación de empleo, teniendo carácter prioritario las que se dirijan a las actividades siguientes:

- Innovación tecnológica e internacionalización del sector.
- Calidad turística y mejora medioambiental, incluyendo un ente único para la certificación de la calidad en el sector.
- Red para la planificación y gestión de destinos turísticos.

Por su parte, *los centros de competencia en el ámbito del material y equipamiento deportivo* tendrán que servir de referencia a los diferentes subsectores empresariales a los que se pretende apoyar en cada una de las líneas prioritarias de I+D incluidas en esta acción estratégica. Se pretende a tal fin que centros tecnológicos ya existentes puedan actuar como observatorios de las actuales necesidades y de las orientaciones hacia el futuro de cada uno de los subsectores, prestando especial atención a las normas técnicas de aplicación a los productos susceptibles de explotación industrial, defendiendo los intereses del tejido industrial español en los foros internacionales en los que intervengan.

---

<sup>1</sup> CICYT, *op.cit.*: 15

Aparte de las actividades de I+D que les sean propias, estos centros de competencia desarrollarán actividades de información, asesoramiento técnico e incluso formación dirigidas a todos los agentes del mercado español del equipamiento y material deportivo, con ánimo de introducir una cultura de excelencia técnica que estimule la innovación.

En el ámbito sectorial de incremento de la calidad y la seguridad en turismo y deporte, y por lo que se refiere al deporte de alto rendimiento, se potenciarán las actuaciones que ya se llevan a cabo en los Centros de Alto Rendimiento (CAR) existentes. En particular, se favorecerán acciones que fomenten una estrategia de colaboración que implique una estructura en red para el intercambio del personal científico, ampliación de sus disponibilidades para la potenciación de recursos humanos en I+D en ciencias aplicadas al entrenamiento en el deporte, y establecimiento y gestión de proyectos conjuntos. También se estimulará la cooperación de la red de CARs con los numerosos centros de tecnificación deportiva que existen en las Comunidades Autónomas.

Por otro lado, los departamentos universitarios de las jóvenes Facultades de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, podrán estrechar sus actividades de colaboración, tanto con el Consejo Superior de Deportes como con las Comunidades Autónomas, para promover y armonizar la investigación que enlace con la práctica deportiva, en su doble vertiente de recreación y competición. De este modo, departamentos y centros universitarios podrán actuar como núcleos formadores de centros de competencia distribuidos en red, que actúen como observatorios de la evolución de las prácticas deportivas y como centros de comunicación y de transferencia de resultados.

## **La promoción de iniciativas horizontales**

Dada la importancia económica, sociocultural y medioambiental de las actividades deportivas y turísticas en España, se hace necesario incrementar la colaboración entre el mundo académico y el empresarial, buscando la innovación continua como base de la competitividad en la empresa, y la transferencia y difusión de conocimientos y resultados desde los centros de I+D a las empresas.

Siguiendo esta línea de pensamiento y acción, adquiere una prioridad insoslayable la colaboración con los países iberoamericanos. En la sociedad y economía globales, la ciencia y la tecnología en turismo y deporte, al igual que en otros sectores, se encuentran compartimentalizados por áreas culturales y lingüísticas, por lo que se hace necesario articular una comunidad científica iberoamericana en turismo y deporte que sea realmente competitiva. Se trataría, de este modo, de avanzar en la convergencia con los países de centro y norte de Europa desarrollando un pensamiento científico que se sustente en nuestro idioma y en las tradiciones socioculturales comunes, a la vez que se potencia la cooperación internacional de la que ya tienen buena experiencia tanto el Instituto de Estudios Turísticos como el Consejo Superior de Deportes, particularmente a través del Centro de Investigación en Ciencias del Deporte.

La potenciación de los recursos humanos en I+D en el sistema turismo-ocio-deporte, requerirá que se incrementen las becas de formación, acercando los perfiles de los nuevos profesionales turísticos y deportivos a la realidad empresarial, fomentando la especialización y la formación de investigadores, al tiempo que se facilita a directivos y gestores públicos de los sectores turístico y deportivo una formación continua y cualificada. Así mismo, los programas de formación continua deberán dirigirse también a empresarios y trabajadores de ambos sectores, con el fin de que se adapten a los requerimientos que imponen la evolución de los mercados y las nuevas tecnologías.

Resulta evidente, pues, que el grado de acierto que se logre en la promoción de iniciativas horizontales que faciliten las acciones de I+D en el sistema integrado de turismo-ocio-deporte, va a ser determinante en el éxito que vaya a alcanzar el trabajo científico y tecnológico de este sector en el marco del IV Plan Nacional de la Ciencia.

## **Bibliografía**

CICYT, (2000): *Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2000-2003. Resumen*, Madrid, Secretaría de Estado de la Comunicación, Presidencia de Gobierno.

- CUENCA, M. (1995): *Temas de Pedagogía de Ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- DE KNOP, P. (1992): «Nuevas tendencias en el turismo deportivo», *Actas del Congreso Científico Olímpico*, Málaga, Instituto Andaluz del Deporte.
- ESTEVE, R. (1995): «Análisis teórico de las relaciones entre el turismo y el deporte», *I Jornadas sobre Turismo y Deporte*, Málaga, Instituto Andaluz del Deporte.
- GARCÍA FERRANDO, M. (1990): *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*, Madrid, Alianza Editorial.
- GARCÍA FERRANDO, M. (1997): *Los españoles y el deporte, 1980-1995*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- VÁZQUEZ, J. C. (1998): «Tendencias de futuro del deporte municipal en Andalucía», *III Encuentro Andaluz sobre Deporte Municipal*, Málaga, Instituto Andaluz del Deporte.
- VV.AA. (1998): *Libro Blanco I+D en el Deporte*, Madrid, M.º de Educación y Cultura/M.º de Industria y Energía.



# Ocio y sociabilidad durante la modernización económica. Bilbao 1900-2000

María Jesús Cava Mesa  
Universidad de Deusto

En 1902, un escritor algo visionario, L. Pedreira, adivinando lo que la Villa en este fin de siglo podría llegar a ser, declaraba que: «*Marcha Bilbao a convertirse en una gran capital, en moderna Babilonia*». Sus predicciones, no siempre erradas, destacaban la sinergia de acciones que daban gran parte del protagonismo social a las gentes que, desde comienzos de esta centuria que acabamos de abandonar, habían puesto su empuje en adoptar las maneras de una sociabilidad algo especial.

No era tanto el sentimiento eufórico del «*biribilketa for ever*» que proclamara Alejandro de la Sota, por muchos motivos, como la sensación real de la existencia de esa otra cara que tuvo la industrialización. Me refiero al proceso de asentamiento social cada vez más plural, y que vino derivado del bienestar. Proceso identificable, entre otras señas de identidad, por una cultura material muy característica que acompañaría a la comunidad de este núcleo urbano a lo largo de la Modernidad, íntegramente, en toda su extensión.

Los rasgos de esta sociabilidad bilbaína permiten que destaquemos como primer dato inevitable del fenómeno que afronta nuestro trabajo, —aunque sea de manera abreviada, el discreto encanto de

la burguesía. Este fue un santo y seña del carácter que adquirió Bilbao ya desde los finales del siglo XIX, de manera elocuente.

Sin elevarla a la categoría de ciudad con predominio de clases medias en exclusiva, es bien cierto que al compás de la modernización, los rasgos económicos, sociales y culturales adheridos al proceso de asentamiento de estratos medioclasistas fue en progreso desde el inicio del siglo XX.

El tema no se comprende si no se vincula, lógicamente, a las mutaciones de lo urbano. Porque la vida urbana se liga al mundo del trabajo y a su evolución; lo cual va de la mano del resto del tiempo del vivir, o lo que es igual, unido a como se organice el tiempo libre y, sobre todo, el tiempo de la sociabilidad, formal e informalmente.

El valor de lo urbano como valor esencial, hasta en los momentos más complejos, se consolida con la modernización económica. La talla de Bilbao, desde este sentido, no es desdeñable. No es menos cierto que a veces se ha podido tener la impresión de que, calificada desde el valor de representación histórica como ciudad, la imagen de Bilbao se agiganta artificialmente. Razón por la cual, a sus ciudadanos se nos han atribuido algunos sambenitos, justificados en bastantes ocasiones... aunque no de modo totalmente veraz.

La razón histórica —a mi entender— se logra ante el carácter *concentrado* que la cultura burguesa adquirió en ella. Pues de acuerdo con la escala que le correspondió, la capital vizcaína fue acumulando numerosas experiencias desde 1900, hasta 1936, y después de esa fecha, también. Este valor empírico de la sociedad de Bilbao no se inventa. Es auténtico, y no cabe minusvalorarlo. Aunque sí ajustarlo a la realidad de lo que pudo ser, y fue, de hecho.

El confort y la nueva cultura burguesa del primer cuarto de este siglo en la Villa se parecen a los de quienes desean utilizar los símbolos de la modernidad. De otra parte, la sociabilidad y el ocio comenzaron a ser diseñados para territorios públicos, homologando la conducta social orientada hacia el tiempo libre por igual entre hombres y mujeres, pese a las notables diferencias en hábitos cotidianos y costumbres patrimonializadas por la visión patriarcal de la vida.

Las réplicas frente a este exclusivismo son capaces de percibir algunos tenues síntomas de cambio, en cuanto a las relaciones de género. Como cuando Diego Mazas, en tono paternalista, dice: «En

*los umbrales abandonáis a vuestras madres y penetráis en estos salones refulgentes, con sus mil bombillas eléctricas y en alegre camaradería circuláis por ellos con la misma libertad e independencia de un socio masculino. Vosotras bellas de 1918, no podéis daros cuenta de qué rancios prejuicios ha habido que despojarse, cuántos esfuerzos, cuántas resistencias, qué labor de 30 años ha sido precisa para llegar a esta vida de hoy, en que es justo reconocer que, vosotras con vuestra graciosa seducción, habéis levantado la varita mágica que nos trajo el prodigio».*

En la cultura vasca, de la que Bilbao hace emblema en muchos temas de sociabilidad se eleva a categoría la conducta alimenticia, esencial en las estructuras de ocio, pues precisa el lugar de representación, vínculos y significación simbólica muy importantes. Sabido es que la expresión más completa de la convivencia se produce en la comida, ya que es la manifestación más explícita. Y no es tanto inventar la receta del «club ranero», o averiguar si la terminología procede del chacolí donde se jugaba a las ranas, como de relacionar el magnífico plato de bacalao con quienes intervinieron en su creación y en las circunstancias en las que se produjo.

Existe la posibilidad clara, por tanto, de una heurística que nos descubre reglas de sociabilidad diseñadas entre las diferentes clases sociales, en distintas etapas de este siglo, para los fines que se pretendieron. Una diversidad que articula y construye un imaginario social donde coexisten varias sub-culturas y mentalidades. La familia será, pese a toda injerencia social, un elemento focalizador, tanto en su versión popular como elitista. Esta última imagen, claro está, fue eminente, en tanto en cuanto dispuso, hasta en la *muerte*, de cánones que segregan su identidad y sociabilidad frente al resto de los mortales. Sucede igual en *los teatros*, por ejemplo.

Por ello cabe afirmar que la *ópera*, en Bilbao, es tan familiar como el panteón.

Ateniéndome con brevedad al espacio disponible, he de adelantar siete hipótesis que, desde mi punto de vista, en realidad, son conclusiones cuyo análisis exige otras consideraciones. Mi deseo es contribuir a la divulgación para neófitos sobre Bilbao, a que descubran algunas claves históricas de su —fundamentalmente— modelo de ocio: el que llega hasta hoy y transforma a esta ciudad en metrópoli cultural.

Desde la panorámica general que este siglo ofrece sobre el tema que nos convoca, la realidad sociocultural de Bilbao, en la que el ocio se hace presente de manera crucial, entiendo que se resume en lo siguiente:

**1.** Bilbao, la ciudad esencial de la modernización económica, desde su primera etapa, se introdujo en el mundo contemporáneo confirmando un tipo de sociabilidad prioritario, como alternativa adherida al reivindicativo tiempo de trabajo. Tiempo libre, adquirió aquí, desde los distintivos de clase, un carácter interesante por su diversidad y alto grado de participación social.

Pese a todas las trabas imaginables, el primer tercio de siglo gestó una etiqueta para la Villa, en la que se destaca un talante de búsqueda, en respuesta a voluntades distintas, que reclamaban la adaptación cultural que se presuponía como imprescindible para una ciudad desarrollada. Lo logró, pero sólo en parte; por ello se ha dicho repetidamente que existió un Bilbao calificado con exceso de entusiasmo como la Atenas del Norte. La mezcla de dilettantismo y exaltación de la cultura del ocio, se tradujo durante la llamada *belle époque* bilbaína (y en plena década de los 20) como algo peculiar de importantes resultados intelectuales y un modesto equipamiento urbano destinado al tiempo del vivir y disfrutar.

**2.** Bilbao fue incorporando culturalmente la producción de sociedades avanzadas (Londres, París, Berlín, Roma). Y se ocupó del negocio y del ocio. En su reducida talla, hubo desde los primeros decenios oportunidades de una recreación diversa, articulada desde teatros, bibliotecas, Sociedades (como la Sociedad Bilbaína, el Sitio, el Ateneo, etc...), baile, plazas de toros, espacios deportivos (del fútbol a la pelota), terrazas, paseos (El Arenal, la Plaza Nueva, la Casilla, la plaza de San Pedro...), centros de convergencia para la ciudadanía, en suma.

Es decir, tanto en lo público, como en lo privado, la sociedad bilbaína pretendió interpretar la cultura urbana de forma novedosa. La ciudad se racionalizó y segregó centros de sociabilidad cultural, educativos, deportivos y lúdicos, como lo evidencian además de lo dicho, sus salas de té, cafés, frontones y parques.

De otra parte, hay que comprobar los rituales de sociabilidad que han sido emblemas del talante del bilbaíno arquetípico. Y entre éstos figura la cultura cafetera, porque este es otro claro signo de identidad de los bilbaínos. Desde aquellas generaciones del Suizo, el Tilo, el Náutico, el *Lion D'Or*, hasta el García, Tupinamba, Concordia, y los reconvertidos que hoy superviven, la sociabilidad del café aúna voluntades en Bilbao, es reveladora del tiempo de ocio que fractura la devoción al trabajo que nos caracteriza, y se transforma en ritual cotidiano en lugares muy distintos de la topografía bilbaína. Los enclaves de consumo cafetero llevan asociados el gusto por la convivialidad que ya desde tiempo inmemorial se recogió las crónicas de viajeros. Democratización del reducido mundo del Salón aristocrático que también aquí proliferó desde el siglo XVIII.

John Bramsen escribió en 1823: «*Madame de Mazarredo holds tertulias every day, but the most select are on Sundays*». Aquella época del *french cotillon* tiene hoy otras alternativas ociosas, especialmente entre los más jóvenes, pero las tertulias son un hábito social que en Bilbao nos destacó.

Bilbao dispuso además de gran cantidad de publicaciones periódicas, bibliotecas y librerías. Los impresores, aunque modelo de empresa de pequeña talla, han proliferado en Bilbao proverbialmente desde Matías Marés (s. XVI), hasta el siglo XX.

**3.** La cultura en versión local, padeció históricamente las interferencias de la coyuntura bélica; y en estos siglos especialmente, la coyuntura política —estricto sensu—. Pese a tales obstáculos, la Villa cobra gran interés antes y después de la guerra civil, en lo relativo al ocio cultural. Aunque no consiguió hacer de su ciudadanía todo lo culta que hubiera podido ser. La cultura implica ante todo una actitud. No es culto quien sabe, sino quien quiere saber. De igual modo, el ocio interpretado como derecho, apuntó en la reivindicación laboral durante los años de lucha sindical y más aún al llegar la II República.

Acercándonos a la etapa más contemporánea, Bilbao acumula y aporta resultados muy notables desde la iniciativa popular y el grado de conciencia social que venía cimentada desde el siglo XIX. El mejor ejemplo, quizás, el Museo de Bellas Artes de Bilbao y algunas Sociedades culturales y deportivas.

En los años 40 del siglo xx asoma desde este entorno urbano un talante amilanado por la precariedad a la que la situación sociopolítica y económica le conduce, pero con el paso del tiempo crece e irradia desde el reducto cercado de montes y colinas que es esta Villa. La metáfora sugiere también otra lectura, y va componiendo al modo impresionista un escenario de grandísimo interés en contraste con el resto del territorio vizcaíno.

Los fenómenos vergonzantes del desarrollismo que padeció una férrica Bilbao, con la marginalización, inmigración, parálisis urbanística, desigualdad social, etc., condicionaron que Bilbao fuese retratado como el *lodazal* del que se marcharían hasta *las almas de los ángeles* (Gabriel Aresti). Consiguió quebrar este estereotipo incorporándose con lentitud, y desde la realidad viable de las circunstancias sociopolíticas para multiplicar ocio y la cultura aunque con sordina impuesta, pero sabiendo rentabilizar el cantado estado del bienestar. Es decir, a medio plazo. Con los 60/70, compatibilizó lo minoritario y la cultura de masas, se fueron democratizando las pautas de la tímida sintomatología de la civilización del ocio. Por eso, desde mi modesta opinión, no caben ni derrotismos recalitrantes, ni complacencia y satisfacción al evaluar este proceso que conecta con el epílogo de este siglo.

Y así, fueron surgiendo otros síntomas de transformación. la posmodernidad constituyó una nueva etapa de creación desde todo punto de vista y las conductas sociales mostraron su aprecio hacia la diversificación del ocio (desde la visión ecológica, hasta el ocio catódico), pero se mostraron recelosamente cautas ante proyectos de ocio/negocio cultural cuyo perfil arriesgado, como el mismo proyecto Guggenheim, no entrara en los planes de solución standard para una sociedad en plena crisis.

Lo que para otras culturas europeas ya era posmoderno, en Bilbao como en otras capitales del estado español en estos años, y aún en los 90, ha mostrado ribetes de relativo retraso, perpetuando la última fase de adaptación a la modernidad. Pero la excepcionalidad de algunas decisiones institucionales contribuyeron a acelerar ese cambio, a vapulear las conciencias acomodaticias y a sacar del letargo a los recalitrantes; provocando la réplica *underground*, e incluso la de quienes se empeñan obsesivamente en la búsqueda de la identidad perdida. En un corto periodo de tiempo se ha podido con-

firmar que la creación de este proyecto regenerador, a partir de la apuesta del Museo Guggenheim, ha conseguido acallar las dudas.

Tiempo, sin embargo, en el que se paga un coste, el del debate sociopolítico que —y prefiero decirlo amablemente—, *distrae* a muchos profesionales del sector servicios y de la cultura, sean o no dedicados al ocio.

4. Por eso, en los 90, y a punto de iniciarse el nuevo siglo, la realidad y la vocación de esta ciudad y su ciudadanía, —incluso desde la réplica más corrosiva de quienes se sitúan en el escalón de la ruptura—, manifiesta un estado de salud francamente bueno en este capítulo. Paralelo al debate científico y de organización que un concepto de planificación de las políticas de ocio requiere cada vez de manera más precisa. Porque así lo exige la propia ciudadanía. Entre los asuntos que habría que considerar, están las disfunciones y los problemas de la periferia urbana y las áreas marginales.

La ayuda prestada por los medios de comunicación de masas a la democratización del ocio, es otro valor. Se ha hablado por ello de la expansión demográfica de la cultura. Nuestras sociedades, pertenecientes a la civilización en la que el ocio pasa a reivindicarse como un derecho, no puede concebir el disfrute del tiempo libre sin asociarlo a fenómenos que son cultura, y entre los que figuran claramente también, el turismo y el deporte.

Un mundo, el nuestro, en el que la planificación estratégica, el desarrollo sostenible y otros axiomas político-económicos dan la pauta de la globalización y el futuro inmediato, repercutiendo y haciendo del ocio un elemento decisivo de progreso; acotándolo desde perfiles marquetinistas, pero también compatibilizándolo con los valores clásicos. Se echa en falta, no obstante, un paradigma de calidad, frente al consumo de escasa relevancia, como se demuestra catódicamente a diario ante la contaminante acción de algunos productos televisivos.

Obviamente, los nichos culturales y estilos de vida marcados por el consumo cultural de nuestro tiempo, son dos fenómenos irreversibles, fáciles de observar.

5. La política que ha repercutido en Bilbao durante estos veinte años de alcaldías democráticas y muy especialmente desde estos

últimos lustros, deja tras sí pruebas fehacientes del nuevo empeño. Traducido en programas, creación de bibliotecas, la ampliación del Museo de Bellas Artes, la creación de un Palacio de Congresos y de la Música como el Euskalduna, el Museo *Guggy*, la habilitación del Museo de Arte Sacro, la remodelación del de Reproducciones, un Museo Taurino, la creación del Centro experimental ARTE, el cambio de función de la Merced como lugar de conciertos de música rock, y experiencias diversas vanguardistas, el inicio de construcción del próximo Museo Marítimo, nuevas ideas y equipamientos, la multiplicación de polideportivos, centros de formación para adultos y cursos de ocio cultural, etc.

Hechos que reafirman la vocación de esta ciudad llamada a ejercer su *capitalidad cultural*.

La descentralización a nivel de distrito, también en el desarrollo de programas socioculturales y la dinámica centrada en polideportivos, aulas de cultura, etc., además de en los propios Centros de distrito, habla de una difusión de mayor envergadura que socialmente completa la disponibilidad de la oferta teatral, musical, asociativa, que esta ciudad ha disfrutado, ya puede decirse así, tradicionalmente.

Es evidente que en Bilbao la simbiosis de sociabilidad y cultura se plasma puntual y originalmente en su historia. Actualmente el Bilbao que comienza a resolverse al compás de la nueva visión metropolitana, pretende ser el de los patrones *standard* de la nueva ciudadanía europea y el ocio cultural asociado a ella.

En pleno año 2001, las reflexiones que se formulan, una vez percibidas las consecuencias sociales, políticas y económicas de la contemporaneidad, adquieren otra lectura. Un dato más. Este Bilbao también sacraliza la fiesta pero la *adorna* con la conducta y consejos de *Hermes o Mercurio*....

El espíritu *bon vivant* con marchamo bilbaíno que nos caracteriza, ha ajustado reglas perdurables hasta hoy, como es fácil comprobar hasta por el observador menos sagaz.

Todo este largo proceso ha ido consiguiendo borrar, al compás de la modernización en sus últimas etapas, el cliché de la ciudad visceralmente grisácea, férrica, *bella en su fealdad*, como el insigne Oteiza calificara a Bilbao, para tornarse en consideración positiva entre propios y ajenos.

En estos finales de este siglo xx, la capital vizcaína acumula y centra, pese a quien pese, la nueva dinámica de la terciarización. Yo he escrito recientemente y digo de nuevo, que Bilbao no es, ni producto de *chirenes*, ni de plutócratas. Miguel de Unamuno en «*Mi bochito*» lo enuncia, A. Guiard lo pinta, Zuazo quiere diseñarlo, Pedro Eguillor lo verbaliza, Sabino Arana lo diagnostica, Indalecio Prieto lo ensoña, Federico Moyua y tantos otros alcaldes, hasta hoy mismo, lo gestionan... Luego ya más cercanos a nuestro tiempo, Luciano Rincón y Krutwig le declaran su afecto, diversos publicistas intentan dinamizarlo, Ibón Areso trata de reordenarlo, Blas de Otero lo canta, innumerables artistas lo embellecen con sus pinceles, Ghery, Foster, Calatrava, Pelli e Isozaki lo catapultan al estrellato de la arquitectura de manual, y aunque se ha desdibujado durante demasiados años, poco a poco va recuperándose desde el último periodo del milenio la mirada de quienes, volviéndose a fijar en esta Villa, reconocen su propia voluntad de querer acertar de nuevo. El Bilbao de Bertol Brecht es otro, afortunadamente.

Y, si *bilbos* eran para Shakespeare las espadas españolas, hoy Bilbao es famoso internacionalmente por lo que trasmite explícitamente su entorno.

El que fundara Don Diego hace 700 años, pero sobre todo el que expresa su vocación decidida de no volver a perder el tren de la oportunidad y el bienestar —incluido el ocio— para todos.

No obstante, alguna dosis de prudencia, debe inducirnos a saber hacia dónde debemos mirar. Y para no caer en el tópico del bilbaíno fanfarrón que solicita en una papelería: «*Me da un mapa-mundi de Bilbao*», y el librero que también debía ser del Bocho, responde con talante imperturbable: *¿margen izquierda o margen derecha?*...

El chiste del bilbaíno es sólo un divertimento, pero frente a espejismos desmesurados, es preciso que consigamos lo que la voluntad de una sociedad civil verdaderamente activa, lúcida y convencida le reclama.

Bilbao, en suma, debe moldear de nuevo continente y contenido, pero para eso, hace falta que se lo consientan.

Valga, pues, este breve artículo, como contribución testimonial en el marco de los actos conmemorativos del 700 aniversario de la fundación de la villa de Bilbao. Su redacción se produjo en el mismo año en que esta celebración tuvo lugar.



# El ocio en el sistema complejo del *self*

*Nuria Codina*

Universidad Autónoma de Barcelona

Los estudios sobre valores y problemas sociales muestran que en las sociedades avanzadas se han producido cambios económicos y sociales que están modificando el comportamiento humano. Específicamente, destacan que, entre otras cosas, estos cambios llevan a que las personas valoren cada vez más su ocio y a que en éste se comporten de forma personalizada con el fin de autorrealizarse (ver los informes de Díez Nicolás & Inglehart, 1994; Inglehart, 1997, 1990; Juárez, 1994; y los análisis de los ocios de Codina, 1999a; Delle Fave & Massimini, 1998; Elias & Dunning, 1992; Laermans, 1994). Estas nuevas tendencias de comportamiento, como advierten algunos especialistas, constituyen una de las temáticas a las que más atenta debe estar la investigación del ocio, ya que es preciso desarrollar planteamientos que permitan explicar, evaluar e intervenir en este ámbito (Roberts, 1997; Stebbins, 1997a y b; Valls, 1999). En efecto, estas transformaciones deben ser objeto de análisis, pero, si nos centráramos en una de las posibles perspectivas de estudio; la de la relación ocio-autorrealización o, en términos más genéricos, la relación ocio-*self* (sí mismo), sería conveniente preguntarse cómo se debe plantear la investigación. En respuesta a esta cuestión podríamos observar que las ciencias humanas y sociales, aunque han prestado poca atención al tema de la influencia del ocio sobre las autorreferen-

cias, han mostrado que el ocio afecta a autorreferentes como el autoconcepto, la autoestima, o la autoimagen. Ahora bien, estas observaciones serían insuficientes para responder a aquella pregunta, ya que, de entrada, los estudios no dejan claro qué relación existe entre los distintos conceptos autorreferenciales.

Teniendo en cuenta que para responder a la cuestión formulada es preciso un análisis crítico sobre la investigación de las autorreferencias del *self* (sí mismo), estructuramos este trabajo del siguiente modo: Primero consideramos los aspectos autorreferenciales del *self* y sus interdependencias para, luego, explicar cómo incide el ocio en el proceso de *self*. Aclarado esto, atendemos a la investigación empírica de la relación ocio-*self*, valoramos las posibilidades y límites de los instrumentos autoobservacionales para estudiar fenómenos complejos como el ocio y el *self*, y, con el objetivo de superar algunos de sus inconvenientes, presentamos una nueva aproximación metodológica que permite evaluar en qué medida el ocio incide en el *self* y la autorrealización.

## **La necesaria pluralidad autorreferencial en el sistema complejo del *self***

Autoconcepto, autoimagen, autoeficacia, autoestima, autorrealización, o, autosatisfacción, por citar algunos, son términos que aparecen con frecuencia en los títulos y las palabras clave de las publicaciones sobre el *self*. La pluralidad de autorreferencias, según algunos autores, comporta problemas para avanzar en la investigación del fenómeno, ya que, a menudo, resulta difícil saber con exactitud qué aspecto del *self* se estudia, si distintos términos autorreferenciales se consideran sinónimos o no, qué dimensiones de una autorreferencia se investigan, etc. (Burns, 1979; Fleming & Coutney, 1984; Hattie & Marsh, 1996; L'Ecuyer, 1985; Mruk, 1995; Wells & Marwell, 1976; etc.).

Ciertamente los términos autorreferenciales se suelen utilizar con ligereza y esto vulnera los criterios de rigor científico. Pero la diversidad de autorreferentes no nos parece cuestionable en sí misma. Nuestra opinión podría ser coherente con la que comparten un número cada vez mayor de autores, a saber: distintas autorreferen-

cias están referidas a diferentes dimensiones o componentes del sistema de *self* (Campell et al., 1996; Hattie, 1992; L'Ecuyer, 1985). No obstante, si bien esta concepción permitiría entender el hecho de la diversidad terminológica, no explica las dificultades que existen para delimitar y acotar parcelas entre las autorreferencias.

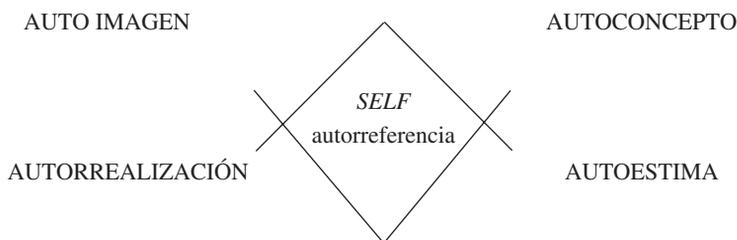
Un planteamiento que, a nuestro juicio, aporta nuevos elementos de reflexión para comprender la problemática (sin defender la imprecisión con la que se utilizan los conceptos), es considerar el *self* como un todo o globalidad y la diversidad terminológica como perspectivas de análisis que tratan de aprehender los diferentes aspectos a través de los cuales se manifiesta este fenómeno complejo (Codina, en prensa a). Aproximándose a lo que estamos diciendo, Mruk (1995) afirma que la complejidad autorreferencial del *self* hace que en el fenómeno se den distintos elementos relacionados intrínsecamente entre sí y que no se pueda aislar totalmente un autorreferente separándolo de aquellos otros con los que está vinculado. Pero nuestro planteamiento va más lejos. Entiende que conceptualizar el *self* como sistema complejo implica ver, explicar y analizar el *self* en términos de relaciones no lineales (entre sus distintos aspectos, y, entre él y otros fenómenos de comportamiento), pues el fenómeno presenta aspectos caóticos, borrosos, turbulentos y fractales que hacen emerger determinados aspectos o manifestaciones del fenómeno (sobre estos aspectos de la complejidad, ver: Munné, 1995, y, sobre el estudio de los algunos de estos aspectos en el *self* ver: Bütz, 1992; Codina, 1998, 1999a, en prensa a; Munné, 1998).

De acuerdo con esta conceptualización compleja del *self* podría afirmarse que la diversidad de términos, definiciones o solapamientos conceptuales, en gran parte, se debe a las distintas posibilidades de simplificar la realidad compleja del *self*. Una simplificación que pretende aclarar y comprender el fenómeno, y que trata de conseguirlo mediante la exploración o comprobación de una determinada regularidad en dicha realidad (por ejemplo, la autoestima como derivada de la popularidad entre amigos, del entendimiento familiar, de la facilidad para expresar opiniones etc.).

Con el objetivo de facilitar la comprensión de algunas características de la complejidad del *self* y de sus simplificaciones para hacer posible su estudio, a continuación resumimos el planteamiento teórico que ha presentado recientemente Munné (1998). El modelo

de este psicólogo puede representarse a través de una figura geométrica romboide donde en cada uno de sus lados sitúa los aspectos del *self* que considera fundamentales: el autoconcepto, la autoestima, la autorrealización y la autoimagen. Estos cuatro aspectos no son componentes del *self* sino modos de manifestarse el fenómeno, de manera que para la comprensión del fenómeno, dirá el autor, es preciso considerar aquellos autorreferentes en términos de relación interdependiente. A pesar de su interdependencia y, por consiguiente, a pesar de la dificultad de aislar un autorreferente de los restantes, distintos marcos teóricos de la psicología y la psicología social estudian predominantemente un autorreferente en particular, de forma que simplifican la complejidad del *self*. Específicamente, Munné explica que la orientación cognitiva resalta los aspectos de autoconcepto; la psicoanalítica, la autoestima; la interaccionista simbólica y teorías del rol, la autoimagen; y la humanista, la autorrealización (Munné, 1998).

### Las cuatro caras del *self*



Fuente: Codina (1999 a), basado en Munné (1998), con permiso del autor.<sup>1</sup>

### Figura I

#### Modelo romboide

<sup>1</sup> Dado que los cuatro lados de la figura ilustran los aspectos fundamentales del *self* y de ellos se ocupan preferentemente unos marcos teóricos, entendemos que el rombo puede adoptar la forma de otras figuras geométricas si en lugar de paradigmas observamos las teorías de alcance medio, o, si se amplía el número de marcos teóricos que estudian el *self* (ver los niveles de formalización del conocimiento psicossocial en Munné, 1993 y sobre las distintas formas geométricas que puede adoptar la representación gráfica ver: Codina, 1999a, y en prensa b).

Los distintos aspectos a través de los que se manifiesta el *self* y la interdependencia de los mismos permite comprender que es difícil teorizar, evaluar o intervenir en un aspecto aislado del *self*. En este sentido, por ejemplo, cuando se estudia empíricamente un autorreferente del *self* es posible que se fuerce la expresión de dicho autorreferente y se obtengan datos que se alejen de la realidad del *self*, ya que la persona puede estar sensibilizada con igual o más intensidad hacia otro/s autorreferente/s. Problemas como este, sin embargo, se pueden minimizar si se contempla el fenómeno desde una perspectiva distinta, la de la complejidad.

## **El ocio y las autorreferencias del *self***

Como hemos apuntado, en nuestros días se afirma que está adquiriendo una relevancia especial un aspecto del *self* y un ámbito de la actividad humana: respectivamente, la autorrealización y el ocio. El motivo de esta manifestación del *self*, según los informes derivados de los estudios internacionales sobre valores y problemas sociales, es que el crecimiento económico se ha asociado a un abandono gradual de los sistemas de valores surgidos en condiciones de escasez, una expansión de los valores de seguridad, un bienestar subjetivo sin precedentes y una progresiva apreciación del valor relativo a la realización personal<sup>2</sup>, denominado por Wood y Zurcher (1988) «ética de la realización» (Halman & De Moor, 1994; Inglehart, 1997, 1994, 1990; Ruiz Olabuénaga, 1996).

Por lo que se refiere al ocio, el interés de las personas por satisfacer el deseo de autorrealización en este ámbito de la actividad humana, desde la perspectiva de la psicología del tiempo libre, se puede explicar por dos razones fundamentales (Munné, 1980; Munné & Codina, 1996). Una, porque en el ocio, pueden disponer

---

<sup>2</sup> Entendemos que este valor no está limitado a tales sociedades, pues entre el deseo de realización personal y el nivel económico u otros valores sociales se dan relaciones no lineales. Adviértase que uno puede desear realizarse sin vivir rodeado de abundancia, y que, el bienestar subjetivo ni es patrimonio de ricos, ni lo garantiza la riqueza. Por lo tanto, es posible que este valor ocupe un lugar destacado en el sistema de valores de las personas de distintas sociedades, sean avanzadas o no.

de mayor libertad de comportamiento. Y, otra, porque en el ocio, tienen la posibilidad de compensar una necesidades, aspiraciones o deseos de expresión y experiencias personales no satisfechas o adquiridas en otros ámbitos de su cotidianidad (Csikszentmihalyi & Kleiber, 1991; Elias & Dunning, 1992; Haggard & Williams, 1991; Puig & Heinemann, 1991, Tomlinson, 1993; en relación con la compensación ver el concepto de contrafuncionalidad en Munné, 1980). En términos más prácticos y simplificando la complejidad del proceso de compensación, podemos observar que éste se da del siguiente modo: una persona puede no realizarse suficientemente con el desarrollo de ciertas actividades, o, puede que estas actividades le sean impersonales, anónimas, etc.; en ambos casos la persona puede percibir la necesidad de realizarse y, de este estado de insatisfacción intentará liberarse cuando disponga de libertad para dar respuesta a dicha necesidad. A partir de lo planteado aquí se desprende que el ocio puede incidir en el *self* a través de la autorrealización y, a la inversa, que el deseo o necesidad de autorrealización puede incidir e incide en el ocio. No obstante, es importante observar que, la autorrealización no se circunscribe a un espacio de tiempo y a unas actividades calificadas como ocios, ya que el trabajo o la familia pueden ser fuente de realización personal.

Si se considera el proceso de compensación y las distintas manifestaciones autorreferenciales del *self*, puede comprenderse que ciertos modos de ocio estimulan la manifestación o el protagonismo del aspecto de la autorrealización del *self* (el cual influye sobre otros autorreferentes); y, otros modos de ocio hacen lo mismo con algún otro autorreferente que, de forma directa o indirecta y por las complejas relaciones de interdependencia autorreferencial, también inciden en la autorrealización. Así pues, los estudios que analizan la relación entre ocio y autoestima, autoconcepto, autoimagen, etc., (ver apartado siguiente) consideran distintas manifestaciones del *self*, que, de alguna manera, también afectan a la autorrealización y, en último término, al *self*.

En definitiva, las observaciones de este apartado y el anterior sugieren que para conocer la incidencia del ocio sobre el *self* o uno de sus aspectos es preferible que la investigación no se limite a estudiar un autorreferente o unas prácticas determinadas de ocio.

## **Incidencia del ocio en el desarrollo del *self***

Aunque diversos autores han mostrado que los roles que la persona desempeña en la familia, la escuela, el trabajo o el ocio comportan, como diría Mead (1934), experiencias sociales interacciones que condicionan la visión que uno tiene de sí mismo, lamentablemente, los estudios sobre la relación ocio-*self* son los que menos abundan. Sin embargo, los que se han desarrollado, mayoritariamente, sostienen que favorecer o beneficiar al *self* es uno de los objetivos de las actividades de ocio (Csikszentmihalyi & Kleiber, 1991). Específicamente, considerando un autorreferente en particular, por ejemplo, Haggard y Williams (1991) han observado que la participación en actividades recreativas mejora el autoconcepto; Tarrant, Manfredo y Driver (1994) han encontrado que las actividades de ocio activo al aire libre mejoran la autoestima, y, con base a distintas actividades de ocio se enumeran diversos beneficios concernientes al sí mismo de los participantes (conocerse mejor a sí mismo, mejorar el sentido del control sobre la propia vida, etc.). Estas valoraciones positivas, sin embargo, contrastan con las críticas de autores como Roberts (1997), quien advierte que mientras el ocio es fundamentalmente un juego, el compromiso y la implicación en un ocio determinado puede no dejar serios beneficios y sí puede generar serios costos que afecten al trabajo y a la familia.

La detección de este tipo de problemas es más bien una excepción en el estudio del ocio. En parte, esto se debe a que los trabajos se basan en epistemologías y siguen procedimientos metodológicos que simplifican las realidades tanto del *self* como del ocio y practican valoraciones e inferencias que van más allá de lo que permiten explicar los datos obtenidos en el proceso empírico. Para mostrar este modo de proceder y sus consecuencias nos serviremos del siguiente supuesto: una persona que practica un ocio que responde a la necesidad de autorrealizarse, en una escala que mida la satisfacción de expectativas, posiblemente valorará de forma positiva esta actividad. Pero con esta información se desconoce si el ocio en cuestión se practica con una implicación tan intensa y extensa que la persona ande rondando por la frontera de la adicción, esté atrapada en ella, o, tenga una imagen de sí misma positiva sólo en rela-

ción con esta actividad; y, sin embargo, el investigador puede valorar como beneficioso este ocio absorbente que inhibe, por cuestiones de tiempo, la posibilidad de practicar otros ocios que potencian distintas capacidades, habilidades, relaciones interpersonales, etc., todo lo cual podrá estar limitando el desarrollo del *self*.

El supuesto descrito ilustra las consecuencias que comporta el análisis de algunos aspectos aislados del *self* y del ocio. Sobre el *self* ya hemos observado que para aprehender el fenómeno globalmente es preciso considerar desde la complejidad sus distintas manifestaciones; y, sobre el ocio, ahora destacaremos resumidamente las dimensiones y variables analíticas que debe considerar cualquier investigación del fenómeno, aunque sea para tomar conciencia de las posibilidades y límites de su análisis. Una de estas dimensiones es la temporal, que incluye las variables volumen y estructura, y otra es la relativa a la libertad, que integra las variables de contenido y empleo (ver cuadro I).

### Cuadro I

Dimensiones y variables analíticas del ocio

<b>dimensiones del ocio</b>	temporalidad  libertad	volumen estructura contenido empleo
-----------------------------	------------------------------	--

*Fuente:* Codina (1999a).

En la primera dimensión, el volumen se refiere a la cantidad total de tiempo que las personas dedican a los ocios; y, la estructura, la distribución de tiempo en bloques más o menos amplios (fines de semana, vacaciones, etc.). En la segunda dimensión, el contenido lo integra el descanso, la diversión, el desarrollo de la personalidad u otras satisfacciones que aportan las actividades de ocio; y, el

empleo se refiere a los comportamientos de elección y realización de los ocios (ver: Casas y Codina, 1998; Codina, 1999 a; Munné y Codina, 1996).

## **Aproximación metodológica a las complejidades del ocio y el sí mismo**

De lo expuesto hasta aquí se desprende que, en la medida de lo posible, es preferible estudiar el *self* antes que aspectos autorreferenciales aislados, y, estudiar el ocio en el contexto de la cotidianidad antes que prácticas específicas del mismo. Estas premisas, en el campo de la investigación empírica llevan a que sea preferible el empleo de metodologías que permitan aprehender estos tópicos sin simplificarlos de antemano. En relación con el *self*, dado que la metodología al uso no satisface estos requisitos, en trabajos anteriores hemos desarrollado la que denominamos metodología secuencial. Esta metodología se basa en la autoobservación y se inspira en las cualidades y limitaciones que presentan los instrumentos autoobservacionales estructurados y no estructurados para analizar realidades complejas. Por este motivo, a continuación observaremos algunas de las características más sugerentes de estos instrumentos (ver con más detalle la justificación de la metodología secuencial en Codina, 1999 a, en prensa a).

Los instrumentos estructurados presentan una mayor dirección externa, pues el investigador establece unas dimensiones y unas cuestiones que responden a su objetivo de estudio y a ellas el sujeto da unas respuestas autoobservacionales. Los no estructurados, por su parte, presentan poco grado de dirección por parte del analista, ya que éste se limita a dar una instrucción estímulo frente a la que el sujeto se autoobserva y autodescribe de forma más libre. Concretamos algo más las posibilidades y límites de estas modalidades de estudio. Las categorías de las pruebas estructuradas responden a una simplificación y a una regularidad o estructura de funcionamiento que el investigador percibe en el fenómeno, la cual no necesariamente coincide con lo que el sujeto percibe en su *self*. Por lo que se refiere a las pruebas no estructuradas, el hecho de que estas se basen en una instrucción que no pretende simplificar la comple-

alidad del fenómeno ni encontrar respuestas concretas y, sí pretende estimular la libertad de autoobservación, las respuestas que se emiten derivan de una visión subjetiva de la persona en el aquí y ahora. Por lo tanto, en este caso se da una dispersión de respuestas, pues cada persona destaca distintos elementos y aspectos del fenómeno complejo en contextos y momentos distintos; problema que generalmente se elimina, a la vez que se distorsiona y simplifica el conocimiento, mediante la imposición de unas categorías.

Las características destacadas vienen a sugerir que los instrumentos no estructurados parecen responder mejor a la complejidad del *self*, pero la información dispersa y las consecuencias que comporta la imposición de unas categorías, son inconvenientes que pueden llegar a poner en duda tal posibilidad. No obstante, la metodología secuencial intenta paliar estos inconvenientes al plantearse como objetivo: aproximar la información dispersa de las pruebas no estructuradas a los datos concretos que ofrecen las estructuradas; y esto, sin dejar de mantener, potenciar o incorporar aquello que permita dar expresión a la complejidad del fenómeno estudiado.

La forma como la metodología secuencial pretende lograr una mayor concreción de las respuestas abiertas es a través de un proceso de elaboración de la información del sujeto, por parte del propio sujeto que sigue la secuencia de actividades pautada por el investigador. Como en este procedimiento se prioriza el no prescindir de antemano de la complejidad de los fenómenos a estudiar, se procura que la persona dé y elabore la información con un mínimo de condicionantes o restricciones, lo que implica que la persona recibe unas instrucciones indicativas de las tareas que debe realizar, y, cada una de estas instrucciones las conoce después de haber finalizado la actividad anterior.

La secuencia de actividades la diseña el investigador con el objetivo de que las respuestas que va dando el sujeto se aproximen progresivamente a la información que finalmente desea obtener. Esto, implica que el investigador que está detrás de esta metodología ha de tener unos objetivos de estudio definidos; unos referentes teóricos que le orienten sobre los datos empíricos que le interesan; una conciencia clara de que para el uso eficiente de las pruebas autodescriptivas se han de explotar sus posibilidades de flexibilidad

para adaptarlas a los objetivos del estudio; y una cierta creatividad para idear unas actividades que respondan a dichos objetivos.

Concretamente, para el estudio del *self*, la prueba la iniciamos como lo hacen las aproximaciones no estructuradas; formulando unas preguntas o instrucciones estímulo poco constrictivas que hacen referencia a como se percibe la persona a sí misma. La pregunta estímulo que hemos utilizado en otros estudios es la del *Twenty Statements Test (TST)* de Kuhn y McPartland (1954) que en su versión original plantea al sujeto que responda 20 veces a la pregunta quién soy yo (ver características de esta técnica en Codina, 1998). Por su naturaleza y procedencia, esta primera información es básica, ya que a partir de ella el sujeto realizará secuencialmente las tareas que idea el investigador. De este modo, si se pretende estudiar la incidencia del ocio en el *self*, en función de los objetivos específicos que se proponga estudiar el investigador, secuencialmente, a la persona se le podrá pedir, por ejemplo: que ordene sus descripciones según la importancia que conceda a las mismas; que relacione cada una de sus descripciones con actividades que realiza en su vida cotidiana; que valore en una escala de Likert la intensidad con la que cada afirmación se relaciona con sus actividades de ocio, que indique en qué medida cada descripción se aproxima a quién desearía ser, a quién se aspira ser, etc.

Mediante las cuestiones señaladas se podría conocer, por ejemplo, qué es lo más importante en la noción que tiene la persona de sí misma y si lo más importante se asocia al ocio; en qué medida la noción de sí misma está vinculada al ocio, trabajo, estudio, etc., con qué intensidad las autodescripciones asociadas a actividades de ocio son o no próximas al sí mismo deseado o aspirado, etc. Como puede observarse, la metodología secuencial aplicada a una prueba que mide cualitativamente el *self*, también puede facilitar conocimientos acerca de aspectos o manifestaciones del fenómeno así como acerca de la contribución del ocio en el proceso de *self*. Pero esto no excluye que para tener un conocimiento más completo sobre la incidencia del ocio en el *self* sea aconsejable combinar esta prueba con otras más específicas.

Para el estudio del ocio, una técnica que permite contemplar las dimensiones analíticas apuntadas en el apartado anterior es el presupuesto de tiempo (*budget time*) (sobre esta técnica ver: Munné &

Codina, 1996; Neulinger, 1986). En una de las modalidades más simples de esta prueba, la persona registra las actividades que realiza en una plantilla de periodos de tiempo. Pero el presupuesto de tiempo es un instrumento flexible que permite incluir cuestiones relativas a las dimensiones analíticas del ocio y admite también la aplicación de la metodología secuencial. En este sentido, el investigador puede proponer que para cada una de las actividades enumeradas, la persona, por ejemplo: señale las que considera ocio; valore el grado de libertad personal que percibe; estime el grado de satisfacción que ha experimentado; especifique qué satisfacciones ha obtenido; indique en qué medida se aproximan a lo que le gustaría haber hecho; señale el número de personas con las que las ha compartido; etc.

A través de cuestiones como las indicadas, los presupuestos de tiempo ofrecen información, por ejemplo sobre qué actividades se perciben más libres, la cantidad de prácticas de ocio y el tiempo que se invierte en cada una de ellas, la potencial contribución más o menos plural de ocios y personas en el desarrollo del *self*, la aproximación o distancia entre las acciones realizadas y las deseadas, etc.

Aunque con brevedad, creemos que han quedado ilustradas algunas de las cualidades de la alternativa que hemos presentado para superar las limitaciones de unas epistemologías y metodologías que simplifican las realidades del *self* y el ocio. Nuestra propuesta metodológica aplicada al estudio del *self* y el ocio tiene muchas posibilidades de explotación, pues las tareas que puede incluir son muy diversas y las interpretaciones o conclusiones que de ellas se derivan todavía más. Pero, insistimos, la concreción de la metodología secuencial la define el investigador de acuerdo con unos objetivos de estudio y unos marcos teóricos de referencia.

## Consideraciones finales

Las reflexiones anteriores orientan acerca de cómo plantear un estudio sobre la relación ocio-*self* que pretenda analizar en qué medida contribuye el primero en el desarrollo del segundo. Concretamente, las manifestaciones autorreferenciales del *self* y sus relacio-

nes de interdependencia envueltas de aspectos complejos, advierten sobre la necesidad de contemplar el *self* como fenómeno complejo, tanto en la vertiente teórica como en la empírica, y, ya sea para investigarlo desde esta perspectiva o ser consecuente con las limitaciones de una investigación que simplifique su complejidad. Por otro lado, las dimensiones analíticas del ocio y las consecuencias de aislar el estudio del ocio del contexto de la vida cotidiana sugieren que es preciso considerar dichas variables en cualquier investigación del ocio, aunque sea para conocer las limitaciones que comporta prescindir de una de ellas.

En definitiva, si ante las nuevas tendencias de comportamiento que están emergiendo parece que podría incrementarse el interés por estudiar la relación ocio-*self* y a partir de aquí aparecer nuevos planteamientos, nuestra propuesta es que estos se desarrollen desde una nueva perspectiva epistemológica, la de la complejidad, y, en la medida de lo posible, a través de la metodología secuencial.

## Bibliografía

- BURNS, R. B. (1979). *The self concept in theory, measurement, development and behavior*. Nueva York, EE.UU.: Logman.
- BÜTZ, M. R., 1992. «The fractal nature of the development of the self.» *Psychological Reports*, 71, 1043-1063.
- CASAS, F. & CODINA, N. (1998). «Infancia, adolescencia y ocio. Una experiencia comunitaria afrontando la exclusión social.» En A. Martín (Dir.), *Psicología comunitaria: Fundamentos y aplicaciones* (pp. 435-456). Madrid, España: Visor.
- CODINA, N. (1998). «Autodescripción del self en el TST: posibilidades y límites». *Psicología & Sociedad*, 10, 23-38.
- CODINA, N. (1999a). «Tendencias emergentes en el comportamiento en el ocio. el ocio serio y su evaluación». *Revista de Psicología Social*, 14, 331-346.
- CODINA, N. (1999b). «La investigación del self: Aproximaciones metodológicas para ordenar un fenómeno complejo». Ponencia presentada al XXVII Congreso Interamericano de Psicología, Caracas, 7 de junio-2 de julio de 1999.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. & KLEIBER, D. (1991). *Leisure and self-actualization*. En B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure*. (pp. 91-102). State College, EE.UU.: Venture.

- DELLE FAVE, A. & MASSIMINI, F. (1998). «La modernización y los contextos cambiantes del flujo en el trabajo». En M. Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Dir.), *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo en la conciencia* (pp. 191-209). Bilbao, España: Desclee de Brouwer.
- DÍEZ NICOLÁS, J. & INGLEHART, R. (Eds.) (1994). *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos*. Madrid, España: Fundesco.
- ELIAS, N. & DUNNING, E. (1992). «La búsqueda de la emoción en el ocio». En N. Elias & E. Dunning (Comps.), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización* (pp. 83-115). México: F.C.E.
- FLEMING, J. S. & COUTNEY, B. E. (1984). «The dimensionality of self-esteem II: Hierarchical facet model for revised measurement scales». *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 404-421.
- HAGGARD, L.M. & WILLIAMS, D.R. (1991). *Self-identity benefits of leisure activities*. En B.L. Driver, P.J. Brown & G.L. Peterson (Eds.), *Benefits of leisure* (pp. 103-120). State College, EE.UU.: Venture.
- HALMAN, L. & DE MOOR, R. (1994). «Individualización y cambio de valores en España y Norteamérica». En J. Díez Nicolás & R. Inglehart (Eds.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos* (pp. 29-62). Madrid, España: Fundesco.
- HATTIE, J. & MARSH, H. W. (1996). *Future directions in self concept research*. En B.A. Bracken, (Ed.). *Handbook of self-concept. Developmental and clinical considerations*. Nueva York, EE.UU.: Wiley.
- INGLEHART, R. (1990). *Culture shift. In advanced industrial society*. Princeton. Princeton University Press. (*El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*, Madrid, España: Siglo XXI, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1991)
- INGLEHART, R. (1994). «Modernización y post-modernización: la cambiante relación entre el desarrollo económico, cambio cultural y político». En J. Díez Nicolás & R. Inglehart (Eds.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos* (pp. 63-108). Madrid, España: Fundesco.
- INGLEHART, R. (1997). *Modernization and postmodernization. Cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton. Princeton University Press. (*Modernización y postmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid, España: Siglo XXI, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1998).
- JUÁREZ, M. (Dir.), (1994). *5.º Informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000*. Madrid, España: Fundación Foessa.
- KUHN, M. H. & MCPARTLAND, T. S. (1954). «An empirical investigation of self-attitudes». *American Sociological Review*, 19, 68-76.

- L'ÉCUYER, R. (1985). *Le concept de soi*. PUF. (*El concepto de sí mismo*, Barcelona, España: Oikos-Tau, 1985).
- LAERMANS, R. (1994). «Leisure as a “making time”: some sociological reflections on the paradoxical outcomes of individualisation». En *World Leisure Congress. New Routes for Leisure* (pp. 61-74). Instituto de Ciencias Sociais, Universidad de Lisboa: Lisboa.
- MEAD, G. H. (1934). *Mind self and society*. Chicago, EE:UU.: University of Chicago Press (*Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. México, Paidós).
- MURK, C., 1995. *Self-esteem: Research, theory and practice*. Nueva York. Springer. (*Auto-estima. Investigación, teoría y práctica*. Bilbao, DDB).
- MUNNÉ, F. & CODINA, N. (1996). *Psicología social del ocio y del tiempo libre*. En A. Garrido, J. L. Alvaro & J. R. Torregrosa (Dir.), *Psicología social aplicada* (pp. 429-448). Madrid, España: McGraw Hill.
- MUNNÉ, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. México: Trillas.
- MUNNÉ, F. (1993). «Pluralismo teórico y comportamiento social». *Psicothema*, vol. 5. suplemento, 53-64.
- MUNNÉ, F. (1995). «Las teorías de la complejidad y sus implicaciones en las ciencias del comportamiento». *Revista Interamericana de Psicología*, 29, 1, 1-12.
- MUNNÉ, F. 1998. «Psicología social e epistemología: Questão complexa ou complicada? Entrevista con Frederic Munné, por Antonio da C. Ciampa, Omar Ardans e Maria da Gloria S. Silveira». Sao Paulo, 4 de julio de 1997. *Psicologia e Sociedade*, 9, 1/2, 5-30.
- NEULINGER, J. (1986). *What Am I Doing?* Nueva York, EE.UU.: The Leisure Institute.
- PUIG, N. & HEINEMANN, K. (1991). «L'esport en la perspectiva de l'any 2000». *Papers*, 38, 123-141.
- ROBERTS, K. (1997). «Same activities, different meanings: British youth cultures in the 1990s». *Leisure Studies*, 16, 1, 1-16.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (1996). «Los desafíos del ocio». *Documentos de Estudios de Ocio*, 3, 13-46.
- STEBBINS, R. A. (1997a). «Serious leisure and well-being». En J. T. Haworth (Dir.), *Work, leisure and well-being* (pp. 117-131). Londres: Routledge.
- STEBBINS, R. A. (1997b). «Casual leisure: a conceptual statement». *Leisure Studies*, 16, 17-21.
- TARRANT, M. A. MANFREDO, M. J. & DRIVER, B. L. (1994). «Recollections of outdoor recreation experiences. A psychophysiological perspective». *Journal of Leisure Research*, 26, 4, 357-371.

- TOMILINSON, A. (1993). «Culture of commitment in leisure: notes towards the understanding of a serious legacy». *World Leisure and Recreation*, 35, 1, 6-9.
- VALLS, J. F. (1999). «Reclasificación de las actividades del ocio y el turismo al servicio de la gestión de la empresa». Editur, suplemento: *Nuevos escenarios para las industrias del ocio y el turismo*, 6-20.
- WELLS, E. L. & MARWELL, G., 1976. *Self-esteem: Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, EE.UU.: Sage.
- WOOD, M. R. & ZURCHER, L. A. (1988). *The development of a postmodern self. A computer assisted comparative analysis of personal documents*. Nueva York, EE.UU.: Greenwood Press.

# La definición subjetiva del ocio en drogodependientes adscritos a tratamiento

*Eneritz Armaolea, Miren Nekane Avellanal, José Morgado, Ernesto Notario*  
Fundación Gizakia

## Introducción

En la siguiente investigación se tratará de presentar la definición subjetiva del ocio en drogodependientes. Así, se intentará descubrir en base a qué constructos perciben los drogodependientes una actividad como propiciatoria de ocio o no. Para ello, se utilizará como método de recogida de información: entrevistas personales semiestructuradas, una escala de respuestas a ocho situaciones hipotéticas y un autoinforme de la elección forzosa. El interés de la investigación se relaciona con la falta de estudios existentes aplicados a este colectivo y más concretamente en centros de rehabilitación ubicados en el País Vasco.

Se considerará la importancia del concepto ocio como un recurso de salud y bienestar. Salud como un estado completo de bienestar mental y social, teniendo en cuenta que la persona pudiera considerar como bienestar algo perjudicial para sí (consumos de determinadas sustancias tóxicas). Por eso la salud es algo más, es un proceso que permite al individuo el desarrollo de todas sus ca-

pacidades y necesidades como persona (Ullibbarri, 1992). Por tanto, el objetivo de la investigación será la presentación de los constructos tenidos en cuenta por personas drogodependientes en rehabilitación a la hora de construir la definición subjetiva del ocio.

Entre las numerosas investigaciones llevadas a cabo en el área del ocio, habría que destacar los estudios realizados por Iso-Ahola (1979-1980) quien afirma que el ocio depende de la conceptualización de cada uno, y ésta de las vivencias de la persona y de sus influencias situacionales. Para este autor la característica más importante en la definición del ocio es la «libertad percibida». Es decir, que la persona tenga la sensación de sentirse libre para elegir sus actividades de ocio. No es el único en resaltar la importancia de este elemento ya que Kurtz y Propst (1991) también señalan la importancia de la libertad percibida en la definición subjetiva del ocio.

Otro constructo que Deci (1975) considera vital a la hora de definir el ocio es la «motivación intrínseca» que podría definirse como aquella conducta que se realiza por el interés de uno mismo. Pero Iso-Ahola (1980), también considera importante el constructo de «motivación extrínseca» definido como una conducta incentivada por estímulos externos al sujeto como el dinero o los elogios. Este mismo autor destaca también el constructo «la relación con el trabajo» definiéndolo como el tiempo libre que invierte una persona en realizar actividades directa o indirectamente vinculadas a su actividad laboral.

Es importante señalar la relevancia del constructo «Locus de Control» presentado por Lefcourt (1982). Considera como Locus de Control interno la conducta atribuible a causas internas como la inteligencia y Locus de Control externo cuando la conducta se atribuye a causas externas como la suerte. Una conducta será considerada como ocio cuando el Locus de Control sea interno.

El «arousal» es un término hipotético que describe los procesos que controla la alerta, vigilia y la activación según Tinsley (1993). Este mismo autor señala la importancia del «agrado» definiéndolo como una experiencia que provoca placer y del constructo «displacer» como una experiencia que provoca aversión. Se considera el agrado como otro de los constructos esenciales en la definición subjetiva del ocio.

Por último, Iso-Ahola (1980) considera importantes los constructos «objetivo en sí mismo» definido como el conjunto de actividades de ocio que tienen un valor autotélico y «objetivo instrumental» como una de las actividades de ocio que configuran un medio para llegar a un fin.

## **Metodología**

La muestra escogida fue de 25 usuarios que recibieron tratamiento en un Centro de rehabilitación para drogodependientes: Proyecto Hombre. Proyecto Hombre es un programa de atención integral en el área de las drogodependencias, respaldado por la Fundación Gizakia, cuyo objetivo es la rehabilitación y reinserción socio-laboral de personas drogodependientes. Se dirige tanto a las personas directamente afectadas como a sus familiares y al entorno en el que viven, como partes integrantes de la realidad que interviene en el proceso de rehabilitación y reinserción

El primer contacto con los usuarios se realiza a través del Centro de Acogida. Es el lugar de recepción, punto de encuentro e inicio del proceso. En él, se prepara la definición del itinerario terapéutico y se recoge el cuadro clínico, penal, médico y socio-laboral. A través de la asignación de itinerarios se accede a la Comunidad Terapéutica. Es un recurso en el que un grupo de personas comparten sus experiencias en un clima de autoayuda.

Una característica esencial en la Comunidad Terapéutica es el establecimiento de una intensa experiencia grupal, convirtiendo al usuario en sujeto activo y protagonista de la dinámica comunitaria, implicándose en el buen funcionamiento de la misma, pudiendo así vivir la experiencia de participar en un clima de mutua ayuda: la que recibe de los demás y la que aporta a ellos.

Los usuarios de la Comunidad compaginan la residencialidad con la respuesta a sus responsabilidades familiares y la capacitación profesional mediante la asistencia a cursos de formación internos y externos. Las 25 personas que participaron voluntariamente en el estudio, con edades comprendidas entre 27 y 40 años y con una media de 32,62 años, se encontraban en la Comunidad Terapéutica ubicada en Gordexola (Bizkaia)

Para llevar a cabo este estudio se utilizó una entrevista semiestructurada formulada «ad hoc», un cuestionario compuesto por ocho situaciones hipotéticas también propiamente construidos con una escala de respuesta tipo Likert de cinco puntos que muestra desde el total acuerdo al total desacuerdo con cada enunciado y también se utilizó un autoinforme formulando siete enunciados y sugiriendo la elección de tres. El soporte informático utilizado en el estudio fueron paquetes estadísticos del programa SPSS.

En cuanto al procedimiento utilizado, en primer lugar se aseguró la comprensión de la tarea en todos los participantes. Se recogió información de los datos personales (edad, sexo, estado civil, estudios realizados, lugar de residencia). Posteriormente se realizó la entrevista para obtener información de su constructo del ocio. A continuación se les pasó el autoinforme, por ser una tarea considerada menos costosa a nivel de esfuerzo mental que el cuestionario. En el autoinforme se debían elegir los tres enunciados más importantes a la hora de definir el ocio. Por último, se pasó el cuestionario. Consistía en ocho situaciones hipotéticas solicitando la respuesta en una escala del 1 al 5. Se consideró la respuesta 1 como «no ocio», la respuesta 2 como «poco ocio», la respuesta 3 como «puede o no puede ser ocio», la respuesta 4 como «algo más que ocio» y la respuesta 5 como «sí ocio u ocio total». Los 25 participantes fueron entrevistados e hicieron la tarea uno a uno con la libertad de poder abandonarla en el momento que lo desearan.

## Resultados

Se realizó un análisis porcentual tanto de los datos socio-demográficos, como de los resultados de las entrevistas y el autoinforme.

**Sexo:** todos los participantes fueron varones. **Edad:** la horquilla de edades fue de entre 27 y 40 años. La mayoría de la muestra se encuentra alrededor de la media de 33 años. **Estado civil:** el 68% eran solteros, un 16% separados, el 12% casados y el 4% restante divorciados. **Nivel de estudios:** el 68% de las personas habían ob-

tenido la titulación de Graduado Escolar en el propio centro, un 20% había cursado el bachiller superior, el 4% tenían estudios universitarios y un 8% habían realizado otros estudios.

**Entrevista semiestructurada:** El 92% de las personas relacionaron el ocio con «libertad percibida» tal y como estableció Iso-Ahola (1979 y 1980). Es decir, que una persona tenga total libertad para poder elegir sus actividades de ocio.

El 84% de los participantes relacionaron el ocio con una experiencia que provoca placer o «agrado» tal y como consideró Tinsley (1993), un constructo importante en la definición del ocio. El 72% relacionaron el ocio con el constructo de «motivación intrínseca» como lo hizo Deci (1975) e Iso-Ahola (1980) considerando ese constructo como aquella conducta que se realiza por el interés de uno mismo.

Para el 52% de los participantes el ocio es aquello que no está relacionado con el trabajo. Este constructo también es destacado por Iso-Ahola a la hora de definir el ocio.

Las variables más elegidas fueron: «motivación intrínseca», «libertad percibida» y «agrado». Además, un 52% de los participantes eligieron las tres variables en la entrevista. A la hora de medir los resultados se encontró un nuevo constructo: la «afiliación». Un 24% de los participantes consideraron que el ocio está relacionado con la afiliación. Es decir, destacaban la importancia de compartir el tiempo con amistades o con personas desconocidas para crear nuevas relaciones.

**Autoinforme:** El 72% de las personas relacionaron el «agrado» con el ocio, tal como lo hacía Tinsley (1993). El 64% de los participantes relacionaron la «libertad percibida» con el ocio como lo hacía Iso-Ahola (1980). El 56% de ellos relacionaron el «objetivo en sí mismo» con el ocio tal y como lo hacía Iso-Ahola (1980). El 40% relacionaba el «arousal» con el ocio, como lo hacía Tinsley (1993).

Únicamente el 8% de las personas que respondieron al cuestionario eligieron al mismo tiempo las variables: «libertad percibida», «agrado» y «objetivo en sí mismo». Porcentaje de la aparición de los constructos en participantes en la entrevista y en el autoinforme:

	Preguntas abiertas	Elección forzosa
Libertad percibida	92%	64%
Motivación intrínseca	72%	24%
Agrado	84%	72%
Arousal	8%	40%
Objetivo instrumental	4%	
Objetivo en sí mismo	4%	56%
No relaciona con trabajo	52%	28%
Motivación extrínseca	12%	
Afiliación	24%	

Comparando estos resultados con los de la entrevista llama la atención la presencia del constructo «arousal» presente en un 40% de las respuestas. Destaca también, con un 56% el constructo «objetivo en sí mismo», siendo bastante inferior el de la «motivación intrínseca», con un índice del 24%.

Con estos resultados se observó que la media más alta se obtenía en la situación 5. Esta situación, elegida por los participantes, es la que define el ocio como «libertad percibida», «motivación intrínseca» y «agrado». La puntuación más baja correspondió a la situación 7 ya que, los participantes consideraron que el ocio nunca debe ser una obligación y siempre debe incluir el constructo del agrado.

En el análisis del cuestionario se emparejaron diversas situaciones para ver las variables que sobre ellas influían. Así, se observó que cuando aparece «libertad percibida» y «motivación intrínseca» y además hay agrado frente a desagrado, se tiende a valorar como ocio.

También se valora como ocio la combinación de:

- «motivación intrínseca», «agrado» y «libertad percibida» frente a obligación.
- «libertad percibida», «agrado» y «motivación intrínseca» frente a «motivación extrínseca».

Comparando los resultados del cuestionario con los de la entrevista, se observó que las puntuaciones más altas corresponden a los constructos «libertad percibida» Iso-Ahola (1979 y 1980), «motivación intrínseca» también definido por Iso-Ahola (1980) y «agrado» definido por Tinsley (1993) como un constructo que provoca placer. Por último, señalar que el constructo «objetivo en sí mismo» aparece recogido en un 56% de las respuestas del autoinforme, desapareciendo por completo en la entrevista.

## Discusión

El principal objetivo de la investigación era presentar la definición subjetiva del ocio para los drogodependientes, contando con diferentes constructos medidos por distintos autores. La información obtenida por parte de los participantes coincidió en considerar como esenciales los constructos:

- «Libertad percibida», definido por Iso-Ahola (1979 y 1980) como la libertad que cada sujeto tiene para elegir sus actividades de ocio.
- «Motivación intrínseca» definido por Deci (1975) como un constructo importante a la hora de definir el ocio, describiendo este constructo como aquella conducta que se realiza por el interés de uno mismo.
- «Agrado» definido por Tinsley (1993), como un constructo que provoca placer.

Estos fueron los constructos que más resaltaron en la entrevista y en el cuestionario. Se debe destacar la aparición de un nuevo constructo en el autoinforme. Además de la «libertad percibida» y el «agrado» se observó la presencia de un constructo que no aparecía en la entrevista y en el cuestionario. Este constructo es el «Objetivo en sí mismo» definido también por Iso-Ahola (1980) como las actividades de ocio que tienen un valor autotélico. El resto de los constructos estudiados en esta investigación no han sido relevantes a la hora de definir el ocio. Entre ellos encontramos: «motivación extrínseca», «la relación con el trabajo» y «el objetivo instrumental» todos ellos definidos por Iso-Ahola (1980). Tampoco

han destacado los constructos definidos por Tinsley (1993), «arousal» y «displacer», ni el constructo «locus de control» definido por Lefcourt (1982).

Algunos de los hallazgos de este estudio merecen ser recapitulados e interpretados aquí. En primer lugar, llama la atención la aparición de un nuevo constructo que es la «afiliación». Este constructo aparece en la entrevista ya que se puntúa en un porcentaje significativo (24%). Los participantes lo definen como una manera de compartir el tiempo libre y crear nuevas amistades. A partir de los resultados obtenidos, subrayamos la importancia de los estudios realizados por Iso-Ahola (1979,1980), que afirmaba que el ocio dependía de la conceptualización que cada uno hace y que ésta, a su vez, dependía de las vivencias de la persona y de sus influencias circunstanciales.

Consideramos la importancia de este estudio para aquellos profesionales que trabajan en la rehabilitación de los drogodependientes. En numerosas ocasiones, hemos acompañado procesos terapéuticos en los que se observaba una importante labor de reconstrucción de redes sociales así como un notable trabajo sobre el grado de asunción de la responsabilidad. Sin embargo, algunas personas, tras obtener el alta terapéutica, regresaban a los centros de tratamiento después de nuevas etapas de consumo de drogas. Se trataba de sujetos que habían conseguido su incorporación al mercado laboral, se manifestaban satisfechos en sus relaciones afectivas y, aparentemente, adaptados a una nueva situación familiar y social.

A pesar de ello, a menudo relataban una vivencia que pudiéramos definir como: «saciedad de la sobriedad». Se trata de aquella situación en la que el individuo no encuentra alicientes lo suficientemente atractivos como para mantener un estilo de vida abstinerente. A menudo, el problema fundamental se centra en la falta de motivaciones vitales, o simplemente en las dificultades para construir nuevos espacios de diversión y placer sin el consumo de drogas.

La construcción de un ocio adecuado a las necesidades de cada persona a partir del trabajo presentado, debiera incidir en este aspecto. Toda programación de actividades y plan de actuación, deberá partir del estudio de la definición subjetiva del ocio respecto a la población sobre la que deseamos intervenir.

## Bibliografía

- DECI, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum
- ISO-AHOLA, S.E. (1979). «Basic dimensions of definitions of leisure». *Journal of Leisure Research*, 3, p. 28-39.
- ISO-AHOLA, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque, IA: Wm.C.C. Brown Company Publishers.
- KURTZ, M. E.; PROPST, D. E. (1991). «Research note: relationship between perceived control in lesser and life satisfaction: a study of non-institutionalized older personas». *Leisure studies*, 10, p. 69-77.
- LEFCOURT, H. M. (1982). *Locus of Control: Comment trends in theory and rescond*. London: Lawrence, Earlbanm.
- TINSLEY, H. E. A., HINSON, J. A., TINSLEY D. J., HOLT, M. S. (1993). «Attributes of leisure and work experiences». *Journal of Counseling Psychology*, 40, p. 447-455.
- ULLIBARRI, M. (1992). *El ocio terapéutico en el hospital de día Argia*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- VV.AA (1999). *Memoria de Proyecto Hombre*, Bizkaia.

## Anexo I: Entrevista

1. Me gustaría que me explicase qué es para usted el ocio.
- 2.a. Si usted tiene una actividad de ocio favorita, podría describirla.  
¿Qué tiene esa actividad que no tengan otras?.
- 2.b. Recuerde una actividad que haya sido o sea significativa para usted e intente describirla. La actividad es .....

Preguntas facilitadoras:   ¿Qué sintió?  
                                  ¿Qué le supuso a usted?  
                                  ¿Qué le aportó?  
                                  ¿Qué características tiene esa actividad?

3. Para terminar, vamos a analizar esta cuestión desde el lado negativo. ¿Podría explicarme cómo sería una actividad que usted no la consideraría como ocio? ¿Por qué?  
Póngame un ejemplo de una actividad que no sería ocio para usted.  
¿Cómo sería?

## Anexo II: Cuestionario

1. Significa que una experiencia con estas características NO sería ocio para mí.
  2. Significa que una experiencia con estas características sería poco ocio para mí.
  3. Significa que una experiencia con estas características podría ser y podría no ser ocio para mí.
  4. Significa que una experiencia con estas características sería algo más que ocio para mí.
  5. Significa que una experiencia con estas características SÍ sería la máxima expresión de lo que yo considero ocio.
- 
1. Algo que hago libremente, para conseguir algo y me produce agrado.
  2. Algo que hago por obligación, para conseguir algo y no me gusta.
  3. Lo practico por obligación, por el interés que despierta en mí y porque me gusta.
  4. Lo practico libremente, para conseguir algo y no me gusta.
  5. Lo practico libremente, porque me interesa y porque me produce agrado.
  6. Lo practico por obligación, para conseguir algo y porque me produce agrado.
  7. Lo practico por obligación, porque me interesa y no me gusta.
  8. Lo practico libremente, porque me interesa y me produce desagrado.

### Anexo III: Autoinforme

A continuación le presentamos un listado de frases que describen el ocio. Después de haber leído todas con detenimiento, marque con una X las TRES que considere más importantes para describir el ocio.

«Para mí es ocio una actividad o experiencia que»

- Me estimula
- En sí misma me produce satisfacción
- Hago libremente
- Yo controlo
- Me hace disfrutar
- Hago sólo porque hacerlo me gusta
- No tiene nada que ver con mi trabajo

### Anexo IV: Resultados Estadísticos. Motivación intrínseca

#### Estadísticas de muestras relacionadas

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1 Cuestionario 1	3,0400	25	1,2069	,2414
Cuestionario 5	4,9200	25	,2769	5,538E-02
Par 2 Cuestionario 3	2,9600	25	1,2410	,2482
Cuestionario 6	2,2000	25	1,1902	,2380
Par 3 Cuestionario 2	1,2800	25	,6782	,1356
Cuestionario 7	1,2800	25	,5416	,1083
Par 4 Cuestionario 4	1,7600	25	1,0909	,2182
Cuestionario 8	1,7600	25	1,0909	,2182

## Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Cuestionario 1 Cuestionario 5	25	-,239	,249
Par 2 Cuestionario 3 Cuestionario 6	25	,344	,092
Par 3 Cuestionario 2 Cuestionario 7	25	,005	,983
Par 4 Cuestionario 4 Cuestionario 8	25	,230	,269

## Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Intervalo de confianza para la diferencia		
				Inferior	Superior	
Par 1 Cuestionario 1 Cuestionario 5	-1,8800	1,3013	,2603	-2,4171	-1,3429	-7,224
Par 2 Cuestionario 3 Cuestionario 6	,7600	1,3928	,2786	,1851	1,3349	2,728
Par 3 Cuestionario 2 Cuestionario 7	,0000	,8660	,1732	-,3575	,3575	,000
Par 4 Cuestionario 4 Cuestionario 8	,0000	1,3540	,2708	-,5589	,5589	,000

## Agrado

### Estadísticas de muestras relacionadas

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1 Cuestionario 1	3,0400	25	1,2069	,2414
Cuestionario 4	1,7600	25	1,0909	,2182
Par 2 Cuestionario 2	1,2800	25	,6782	,1356
Cuestionario 6	2,2000	25	1,1902	,2380
Par 3 Cuestionario 3	2,9600	25	1,2410	,2482
Cuestionario 7	1,2800	25	,5416	,1083
Par 4 Cuestionario 5	4,9200	25	,2769	5,538E-02
Cuestionario 8	1,7600	25	1,0909	,2182

### Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Cuestionario 1	25	-,214	,304
Cuestionario 4			
Par 2 Cuestionario 2	25	,072	,731
Cuestionario 6			
Par 3 Cuestionario 3	25	,079	,706
Cuestionario 7			
Par 4 Cuestionario 5	25	,210	,314
Cuestionario 8			

## Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Intervalo de confianza para la diferencia		
				Inferior	Superior	
Par 1 Cuestionario 1 Cuestionario 4	-1,2800	1,7916	,3583	,5404	2,0196	3,572
Par 2 Cuestionario 2 Cuestionario 6	-,9200	1,4119	,2824	-1,5028	-,3372	-3,258
Par 3 Cuestionario 3 Cuestionario 7	1,6800	1,3140	,2628	1,1376	2,2224	6,393
Par 4 Cuestionario 5 Cuestionario 8	3,1600	1,0677	,2135	2,7193	3,6007	14,798

## Libertad percibida

### Estadísticas de muestras relacionadas

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1 Cuestionario 1	3,0400	25	1,2069	,2414
Cuestionario 6	2,2000	25	1,1902	,2380
Par 2 Cuestionario 2	1,2800	25	,6782	,1356
Cuestionario 4	1,7600	25	1,0909	,2182
Par 3 Cuestionario 3	2,9600	25	1,2410	,2482
Cuestionario 5	4,9200	25	,2769	5,538E-02
Par 4 Cuestionario 7	1,2800	25	,5416	,1083
Cuestionario 8	1,7600	25	1,0909	,2182

## Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Cuestionario 1 Cuestionario 6	25	,168	,421
Par 2 Cuestionario 2 Cuestionario 4	25	-,074	,724
Par 3 Cuestionario 3 Cuestionario 5	25	,112	,595
Par 4 Cuestionario 7 Cuestionario 8	25	,401	,047

## Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Intervalo de confianza para la diferencia		
				Inferior	Superior	
Par 1 Cuestionario 1 Cuestionario 6	,8400	1,5460	,3092	,2019	1,4781	2,717
Par 2 Cuestionario 2 Cuestionario 4	-,4800	1,3266	,2653	-1,0276	6,761E-02	-1,809
Par 3 Cuestionario 3 Cuestionario 5	-1,9600	1,2410	,2482	-2,4722	-1,4478	-7,897
Par 4 Cuestionario 7 Cuestionario 8	-,4800	1,0050	,2010	-,8948	-6,52E-02	-2,388



# Ocio ¿a través de Internet?

*María José Gil Larrea, Jorge González Barturen,  
Iñaki Vázquez Gómez*  
Universidad de Deusto

## Resumen

Internet, la red de redes, es probablemente el mayor exponente de los avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso y alcance son un gran fenómeno social, habiéndose convertido en una infraestructura mundial, compartida por millones de usuarios, y que permite la explotación de aplicaciones muy variadas.

Si bien se suele prestar más atención a los usos comerciales y profesionales de Internet, la verdad es que la mayoría de sus usuarios se sienten verdaderamente atraídos por su «cara alegre». Más de la mitad de los internautas españoles reconocen conectarse exclusivamente por diversión e interés personal. Participar en un juego con contrincantes de otros países, escuchar una emisora musical de un rincón lejano del planeta, ver el *trailer* de una película recién estrenada al otro lado del Atlántico o planear las vacaciones buscando información en la World Wide Web son actividades que forman parte de las horas de asueto de los internautas. Estamos ante una nueva forma de ocio: la que comienza cuando un usuario conecta su ordenador a través de una línea telefónica.

También el mundo de los ciberjuegos ha encontrado una nueva dimensión, gracias a la Web, como queda patente tras el lanzamiento de la última generación de videoconsolas. Los jugadores ya estaban hartos de enfrentarse a una *inteligencia programada* cuyos movimientos acababan siempre por conocerse. Ahora, el interés se centra en desafiar a otros usuarios, de manera que Internet puede convertirse en una especie de gran «arcade», que permite relacionarse con otras personas, sea cual sea su condición, estén donde estén, y que facilita así el enriquecimiento personal a través de unos vínculos —más reales de lo que pudiera parecer— para los cuales no existe una restricción presencial.

## Introducción

Equipar un computador personal con un hardware y software de comunicaciones adecuado permite acceder a todo un nuevo mundo de información y recursos, incluyendo servicios de comercio, correo y noticias electrónicos, listas de distribución, facsímil, mensajes de voz, videoconferencia, Intercambio Electrónico de Datos<sup>i</sup>, Transferencia Electrónica de Fondos<sup>ii</sup>, o la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI<sup>iii</sup>).

Estar «conectado» a Internet quiere decir tener acceso a cientos de miles de ordenadores unidos a través de redes débilmente acopladas. Internet es semejante a una librería con millones de libros, CDs de música, cintas de vídeo, etc. Esta librería contiene infinidad de salas distintas, dedicadas cada una a áreas y temas diferentes si bien no existe una localización física única para cada una de estas salas: están diseminadas por todo el mundo, y «navegando» a través de toda esta gran librería es posible hacer uso de cualquiera de los múltiples servicios que ofrece.

Entre las informaciones que pueden encontrarse en Internet, probablemente las más populares sean las noticias, los partes meteorológicos, temas educativos, bibliotecas públicas y privadas, puestos de trabajo y estudios, eventos y congresos, información gubernamental, viajes, juegos, deportes, y hobbies en general. Esto hace que Internet sea una gran fuente potencial de ocio siempre que se use con fines distintos del quehacer laboral. El único problema ra-

dica en localizar y acceder a la información deseada en un tiempo razonable, y quizás, la solución más en auge actualmente la constituyen los «portales».

## **Influencia sobre otros medios**

El domingo 5 de marzo de 2000, se publicaba un estudio de la empresa Boston Consulting Group (BCG), que explicaba cómo Internet se está convirtiendo en la bestia negra de la comunicación tradicional y en uno de los principales protagonistas del tiempo libre de los estadounidenses. Según este informe, la Red ha empezado a cambiar los hábitos de conducta de los ciudadanos de este país, especialmente en lo relativo a su forma de comunicarse y entretenerse. Por ejemplo, un 38% de los 12.000 internautas entrevistados ha dejado de usar papel para escribir cartas, y un 16% no utiliza el teléfono para hablar con familiares o amigos que viven fuera; prefieren el correo electrónico para ambos fines. También otros medios se han visto perjudicados. De hecho, 8 de cada 100 internautas han dejado de ver la televisión, 7 no cogen un periódico y 4 han postpuesto *sine die* la lectura de algún libro. Sólo la radio, abandonada por el 3% de internautas, parece salvarse —en parte— de la quema.

En España, y según la Tercera Encuesta AIMC a Usuarios de Internet [AIMC, 2000], «navegar» por la misma, ha supuesto una disminución del tiempo que se dedica a la realización de otras actividades, especialmente lúdicas. De hecho, un 54,2% de los internautas españoles afirman ver menos la tele, e incluso, un 21,5% afirma dedicar menos tiempo a dormir. La radio también parece salvarse en este caso, de una actividad que afecta —aunque en menor medida— al tiempo que los españoles dedicamos a leer, estudiar, practicar deportes, salir con amigos o incluso ir al cine. No obstante, cabe destacar el hecho, de que un 49,9% de los encuestados afirman aprovechar para navegar un tiempo en el que antes «estaban sin hacer nada», lo cual ratifica que han convertido a Internet en una nueva fuente de ocio.

Un ejemplo claro de este influjo de Internet sobre otros hábitos lo encontramos en el gran éxito obtenido por el libro electró-

nico «Riding the Bullet», de Stephen King, que en apenas 24 horas vendió más de 400.000 ejemplares de 66 páginas, a un coste que rondaba las 400 pts. No obstante, el propio Sr. King expresó que «nada podrá sustituir a la palabra impresa ni al viejo libro». Es difícil predecir la vigencia de este vaticinio, pero el nuevo soporte electrónico servirá según su editorial, Simon & Schuster, para reducir al mínimo los gastos de producción y distribución, y para acelerar increíblemente las ventas. De hecho, este libro ha multiplicado por 6 las ventas iniciales de las novelas anteriores del mismo autor.

También resulta curiosa la transformación sufrida por el televisor de aquellos que son usuarios de la Red. Es frecuente encontrar internautas que mantienen encendida la «caja tonta» mientras navegan, desviando la atención desde el monitor de su ordenador hacia ésta, únicamente cuando algo les interesa. Es como si el televisor se hubiera convertido en una especie de radio de fondo.

## **Utilización de la red**

El perfil más común del navegante de la red, corresponde a aquel que emplea el 43% de su tiempo en comunicarse con otros internautas a través del correo electrónico, el chat, o los foros de discusión. Un 27% adicional de su tiempo lo dedica a recopilar información, tanto a través de páginas web temáticas como a través de medios de información digitales. El entretenimiento propiamente dicho, con un 13%, las finanzas y las compras (con sendos 3%) ocupan el resto de su tiempo en línea.

## **El precio y la finalidad de «navegar»**

Según un estudio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OECD, 2000] los países industrializados están siendo el escenario de un descenso continuo en los precios de acceso a Internet. Este estudio, realizado en base al ratio de conexión medido en horas mensuales de uso, ha demostrado que para un ratio de 20, el coste medio ha descendido un 15% entre octubre

de 1999 y marzo de 2000, e incluso, este descenso llega al 17% si el ratio de conexión se amplía a 40 horas mensuales. En el citado estudio, se detalla además el desglose de este coste, detallando qué parte del mismo se corresponde con el proveedor de servicio y qué parte con el operador telefónico.

Lógicamente, este coste —en lo que a uno respecta— también depende del emplazamiento desde el que se navegue, y es que el 78,4% de los internautas navegan desde sus casas, y un 78,8% lo hace desde la universidad y/o el trabajo, lo cual indica que un número significativo de personas accede desde al menos dos lugares diferentes. Obviamente, el tiempo invertido desde un lugar diferente del domicilio propio, no repercutirá en el coste que uno debe afrontar, pero por otro lado, el tiempo dedicado a Internet desde el lugar de trabajo no puede ser declarado como tiempo de ocio.

Sin embargo, la encuesta AIMC aporta también datos relevantes a este respecto: el 42,8% de los internautas españoles afirman que el fin principal de sus accesos a Internet está relacionado con su trabajo o actividad profesional, y el 43,5% dicen utilizar la red principalmente para fines personales, no relacionados con su actividad laboral, es decir, utilizan Internet como una forma más de ocio.

## Usuarios

Probablemente, este reparto de los internautas en base al fin principal del tiempo que invierten en Internet sea una de las conclusiones más llamativas de la tercera encuesta AIMC. De hecho, ésta es la primera ocasión en que la utilización de la red con fines «ociosos» supera a su utilización con fines laborales. Anteriormente, la situación era la inversa, debido a la carestía que conllevaba su uso, y a su escaso nivel de penetración. De hecho, los actuales internautas han llegado, según la BCG en tres oleadas, bautizadas como la de los «pioneros», la de «los primeros seguidores» y la de «la avanzadilla de las masas».

—Entre los *pioneros* encontramos a los usuarios que llevan haciendo uso de la red más de tres años. Su estereotipo respon-

de al de un ingeniero superior de 29 años, con elevados niveles de ingresos, y que navega durante y después de su trabajo. Se sorprende, en lo que a Internet se refiere, del hecho de que haya llegado al mercado de masas.

- Los *primeros seguidores* son aquellos que comenzaron a utilizar la red después de 1997. Probablemente, su máximo exponente pueda ser un docente o investigador de aproximadamente entre 40 y 50 años, con uno o dos hijos, y que hace uso de la web para informarse sobre alguna de sus aficiones. Lo que más le llama la atención de este campo es no haber tenido ningún problema a pesar de haber enviado alguna vez el número de su tarjeta de crédito a través de la red.
- El grupo de la *avanzadilla de masas* constituye la antesala de lo venidero y engloba a aquellos internautas «recientes», es decir, aquellos que hasta hace poco renegaban de la red, o incluso sentían pavor ante ésta. Su estereotipo lo conforma un ama de casa de entre 35 y 40 años que aprovecha sus ratos libres para navegar. Lo que más le sorprende es lo fácil que es. Los próximos ciudadanos que aterricen en la Red serán personas que lleguen movidas por la necesidad, la curiosidad o simplemente el temor a convertirse en «analfabetos tecnológicos».

Como puede verse, tanto los pioneros como los primeros seguidores hacían uso de Internet como herramienta de trabajo más que como herramienta de ocio, si bien, la masificación de su uso conlleva la generalización de su utilización como instrumento de ocio, un instrumento que está además convirtiéndose en primordial cuando no imprescindible, en muchas de nuestras actividades cotidianas. Así, algunos encargados de selección de personal ya han hecho público que dejarán de lado la búsqueda de candidatos a través de los anuncios en prensa. Las ofertas de trabajo serán accesibles únicamente a través de Internet. Así, si una persona es capaz de remitir su currículum a través del correo electrónico demuestra estar familiarizado y ser capaz de utilizar estas nuevas tecnologías.

Pero son probablemente las entidades financieras las que más se están volcando en los últimos meses en Internet. Contratar cuentas a través de algunos bancos, como eBankinter, permitió al cliente obtener

una acción bursátil de Bankinter de manera gratuita. Durante la pasada Semana Santa la prensa económica se hacía eco del mayor exponente de la «guerra» que la masificación de Internet está provocando entre los bancos: las hipotecas. Contratarlas a través de este medio puede resultar más ventajoso que hacerlo presencialmente en las oficinas.

## Perfiles

Desde comienzos del año 1996 el Estudio General de Medios (EGM) viene midiendo regularmente el uso de Internet en España a través de cuestionarios tradicionales sobre audiencia de medios. Así ha detectado que durante los últimos años el uso del ordenador y el acceso a Internet han aumentado considerablemente en nuestro país. De hecho, el último Estudio General de Medios, fechado en Marzo de 2000 [EGM, 2000], muestra cómo en tan sólo 4 años, el porcentaje de población que utiliza el ordenador en España ha pasado del 18,4 % al 29,2% con un incremento de unos 4 millones de usuarios, y el aumento más significativo se ha producido en el uso de Internet: en 1996, únicamente el 1,4% de la población tenía acceso a la red. Hoy, este porcentaje es del 12,4 %.

El futuro de Internet en España parece asegurado ya que un 19,7% de los usuarios se declaran aún principiantes, frente a los que aseguran poseer un conocimiento medio de la red (40,0%), avanzado (27,1%) o experto (12%). El internauta medio se conecta varias veces a la semana (28,0%), una vez al día (21%) o varias (43,6%), y está conectado a la red entre 4 y 10 horas a la semana (35,5%). Por otro lado, de entre los servicios que proporciona Internet, la mayoría se concentra en el correo electrónico (90,5 %) y en la visita a las «webs» (91,7%). Preguntado el internauta por los últimos webs visitados, acumularon un mayor número de menciones: Terra (6,3%), Yahoo (3,9%), EL PAÍS Digital (3,2%), Altavista (2,4%), Recoletos (1,9%) y LatinMail (1,7%).

Por comunidades autónomas, aquella en que Internet tiene una mayor penetración sigue siendo Cataluña, con un 16,7% de su población con acceso a la web. Le siguen La Rioja, con un 14,3%, Madrid con un 12,1% y el País Vasco con un 12,0%. Pero los incrementos más significativos en lo que a Euskadi se refiere se han pro-

ducido durante este último año. En marzo de 1999, eran 150.000 los vascos con acceso a Internet. Hoy en día esta cifra ronda los 220.000 haciendo que Euskadi supere la media de penetración de Internet en España, que es del 10,6% superada solamente por las CC. AA. anteriormente citadas.

## Portales, índices y buscadores

En Internet existe un gran número de páginas web que ponen al alcance de los navegantes cantidades ingentes de información, planteándose así el problema de localizar en cada momento aquello que a cada Internauta le interesa.

Existen diferentes tipos de herramientas que facilitan la navegación por Internet, y probablemente, las más destacadas sean los portales, los índices y los buscadores.

El término «portal» se utiliza desde el punto de vista del Marketing para definir una sede web desarrollada con el objetivo de convertirse en el punto de partida de un Internauta y guiarle en su andadura por Internet. Un portal es un sitio web capaz de integrar los distintos servicios que pueden satisfacer la necesidad de los distintos usuarios de Internet. Entre los servicios que proporciona se encuentran los buscadores o *search engines*, los índices o *web catalogs*, las tiendas, etc. Su función principal es la de ayudar en la búsqueda de información sobre la gran variedad de datos disponibles en Internet.

Un buscador o un motor de búsqueda es una herramienta de uso generalmente gratuito. Una vez que se ha accedido a su página principal, se teclea la palabra o cadena de palabras a localizar, y al cabo de un lapso de tiempo se muestran en pantalla una serie de enlaces a páginas que contienen alguna o todas las palabras introducidas. Más complejos que éstos son los multibuscadores o metabuscadores, que permiten hacer uso de varios buscadores de manera simultánea y transparente.

Un índice, directorio o navegador temático es un sitio web que permite recorrer páginas ordenadas o estructuradas de manera jerárquica, generalmente siguiendo un criterio temático. De esta manera, un índice constituye el complemento o incluso una alter-

nativa idónea a un buscador cuando se desconocen las palabras que pueden servir como referencia para localizar cierta página web.

El estudio de la AIMC muestra que, las herramientas de búsqueda más utilizadas por los internautas son un índice, un portal y un buscador respectivamente. De hecho, un 21,6% de los cibernautas se decantó por Yahoo!, el índice más popular de Internet, del cual existen numerosas versiones idiomáticas, incluida una en español. El portal más visitado, a pesar de su juventud fue Terra, con un 17,1% de menciones. No obstante es reseñable el hecho de que este portal se basa en ¡Olé!, un directorio especializado en contenidos en lengua española. En cuanto al buscador más popular, destaca Altavista, perteneciente a Digital Equipment Corporation, y del que se han desarrollado también numerosas versiones en diversos idiomas.

Tanto los portales, como los índices como los buscadores pueden ser generales o específicos. Los primeros permiten acceder a información de todo tipo, mientras que los segundos únicamente dan acceso a informaciones relacionadas con ciertas áreas de conocimiento o aspectos de nuestras vidas. Así, por ejemplo, entre éstos últimos, el buscador *Excite* está dedicado al ocio y permite acceder a informaciones relativas a numerosas actividades como la música, el cine y la televisión, la prensa, la gastronomía, arte, deportes, etc.

## Música

La música tiene una gran presencia dentro de la red. Son numerosas las páginas que permiten escuchar melodías o canciones, e incluso ver en la pantalla del ordenador vídeos musicales de diversos artistas, o incluso ver en directo conciertos musicales. Esta información suele ser recopilada y publicada en la web por compañías discográficas, clubes de *fans*, e incluso por particulares.

Las informaciones relacionadas con la música y accesibles a través de la web no acaban aquí. También es posible acceder a letras de canciones, fotografías de los artistas, y cualquier otro tipo de información relativa a los mismos.

## Cine y Televisión

Prácticamente todas las compañías cinematográficas tienen alguna página web que permite a los internautas que por ellas naveguen acceder a las últimas novedades del mundo del cine, ver *trailers* de las últimas películas en cartelera, e incluso de otras aún sin estrenar, así como lograr diversas instantáneas (en formato electrónico) de las mismas o escuchar sus bandas sonoras.

Al igual que en el caso anterior, muchos de los artistas de la pantalla también tienen sus propias páginas personales en las que es posible encontrar imágenes suyas, acceder a la historia de sus vidas o incluso el envío de correos electrónicos al artista.

## Astronomía y el espacio

A través de Internet es posible acceder a la sede de la NASA [<http://www.nasa.gov>], que fue una de las primeras. En ella, es posible encontrar información sobre misiones espaciales e incluso recibir imágenes en tiempo real de satélites, etc. También es posible acceder a través de la página de la European Space Agency, a la estación de seguimiento de satélites de Villafranca, o incluso visitar la sede web de la estación MIR.

Entre los sitios web dedicados a las ciencias del espacio en general, destaca Windows to the Universe [<http://www.umich.edu>], una sede web que presenta una completa enciclopedia multimedia que aborda todos los aspectos relativos al cosmos y a los esfuerzos que la especie humana ha venido llevando a cabo para estudiarlo y tratar de comprender los misterios que nos oculta. Por otro lado, Terraserver [<http://www.terraserver.com>] nos permite echar una ojeada a nuestro planeta, al ofrecer un gran abanico de mapas con vistas de La Tierra captadas desde satélite.

## Zoología, Animales y Mascotas

Sitios web como Naturalia [<http://www.naturalia.org/ZOO/welcome.html>] y Animal Bytes [[http://www.seaworld.org/animal\\_bytes/ani](http://www.seaworld.org/animal_bytes/ani)]

mal\_bytes.html] permiten visitar y contemplar el fascinante mundo de los animales, incluso escuchar algunos de los sonidos que éstos emiten: constituyen completas enciclopedias virtuales con información multimedia sobre muchas de las especies que constituyen el mundo animal. Gracias a ellas es posible conocer y observar el hábitat de animales que difícilmente podríamos contemplar de otra manera.

Son también numerosas las páginas web de zoos que permiten observar fotografías de las especies que en ellos habitan, y realizar tours completos por sus instalaciones. Otra opción la constituye MascotaManía [<http://www.mascota-mania.com>] en la que es posible encontrar consejos y ayuda tanto veterinaria como psicológica para los animales de compañía más populares, y completas fichas sobre distintas razas de perros, gatos y peces.

## **Viajes**

Son numerosas las inquietudes que nos animan a conocer mundo, pero llevar a cabo los preparativos para un viaje no siempre es tarea sencilla. Lógicamente, un recorrido virtual a través de los sitios a visitar constituye una ayuda de valor incalculable, a la vez que puede servir para satisfacer la curiosidad de aquel que no se puede permitir un desplazamiento real. Lonely Planet [<http://www.lonelyplanet.com>] proporciona un maremagnum de datos relativos a cualquier país, destacando su historia, principales ciudades, eventos culturales y sociales, y un servicio denominado SubWWWay con consejos a tener en cuenta a la hora de planificar y/o realizar cualquier viaje.

Para aquellos que finalmente decidan emprender un viaje, son numerosas las agencias de viajes, cadenas hoteleras, compañías de transporte aéreo, marítimo y terrestre que ofrecen la posibilidad de adquirir sus productos a precios a menudo muy interesantes, sin necesidad de desplazarse ni aguantar largas colas, e incluso en días festivos.

## **Arte y museos**

La Real Academia Española de la Lengua otorga al término *arte* la acepción «acto o facultad mediante los cuales, valiéndose de

la materia, de la imaginación o del sonido, imita o expresa el hombre lo material o inmaterial, y crea copiando o fantaseando». Sumergirse en el mundo del arte es recorrer un largo camino sobre el prolífico devenir cultural de la humanidad desde sus orígenes. La sede web de Art History Network [<http://www.arhistory.net>] ofrece la posibilidad de recorrer, como si de una visita por las salas de un museo se tratara, interesantes páginas relativas a los distintos pueblos y épocas culturales.

Los museos más famosos del mundo como el MOMA [<http://www.moma.org>], el Louvre [<http://mistral.culture.fr/louvre>], y El Prado [<http://www.museoprado.mcu.es>] tienen también sus propias sedes web. Incluso, la tan cercana a nosotros fundación Guggenheim [<http://www.guggenheim.org>] permite a través de su sede web el acceso a sus museos, presentes en diversas ciudades del mundo, entre ellas, Bilbao.

## **Gastronomía**

La web ofrece también páginas en las que es posible encontrar desde nuevas recetas hasta miles de consejos y trucos culinarios. Navegar puede convertirse en asistir a un gran Congreso Virtual de restauradores que ponen al alcance de todo el mundo sus conocimientos. Es posible encontrar información sobre países famosos por su típica cocina como Italia, con sus deliciosas pastas, o la India, conocida por el rico uso de las especias que en este país se hace, así como sobre diversas técnicas o métodos de preparación de comidas: a la brasa, al vapor, al horno, etc. Por ejemplo, la página A Fuego Lento [<http://www.afuegolento.com>] es un portal temático muy completo sobre gastronomía, que incluye un «magazine» digital con noticias de actualidad no sólo para los amantes de la buena mesa, sino también para restauradores. Contiene recetas, ensayos de firmas famosas, foros de debate, etc.

Para los amantes del buen vino, la Enciclopedia Virtual del Vino [<http://www.elvino.centrisa.com>] permite el acceso a una base de datos con más de 3.400 vinos procedentes de España, Portugal e Iberoamérica, siendo posible obtener información sobre los caldos típicos de cada región e incluso contactar con las bodegas que los elaboran.

## Juegos y software gratuito

El boom de los videojuegos también ha llegado a la red, y es posible encontrar a través de ésta, un gran número de páginas sobre juegos, o incluso versiones gratuitas de demostración de muchos de ellos, que no son sino pequeñas «trampas» para que, una vez probados, se caiga en la tentación de adquirirlos.

La red también permite participar en juegos simultáneamente con otros usuarios, que no tienen por qué encontrarse físicamente cercanos, gracias a los juegos vía e-mail y los juegos en línea. Los primeros son juegos en los que se intercambia información sobre jugadas o movimientos que cada uno ejecuta, y que finalmente cada usuario debe transmitir a un tablero físico. Probablemente el ejemplo más claro lo constituya el ajedrez. Pero también existen juegos como el Diplomacy, de Avalon Hill, en el que los movimientos de cada jugador son simultáneos, existiendo una persona que desempeña el rol de juez, y cuya misión es mantener el orden entre los jugadores vigilando el cumplimiento de una reglas establecidas de antemano relativas al tiempo disponible para cada jugada, y la filosofía del propio juego. Los juegos en línea permiten a varios participantes disfrutar desde en una partida de Trivial Pursuit hasta en aventuras gráficas en las que los diversos jugadores comparten un mismo escenario virtual, en el que pueden en unos casos colaborar y en otros competir con usuarios de países varios. Probablemente uno de los máximos exponentes de este tipo de juego, al menos por su fama, lo constituya el Quake.

No obstante, Internet no es fuente de programas gratuitos de carácter lúdico exclusivamente, sino que es posible a través de la misma encontrar otro tipo de productos o versiones demostración de los mismos (versiones *shareware* o *freeware*) que permiten llevar hasta límites insospechados aficiones tan diversas como el punto de cruz, el coleccionismo, el modelismo, etc.

## Comprar en internet

Ir de compras puede suponer una disminución del tiempo que una persona dispone para su esparcimiento personal. Este parece

ser el motivo fundamental que lleva a los consumidores a comprar en la red: es más fácil, evita el agobio de las tiendas y permite dar rienda al consumismo a cualquier hora. De hecho, esta justificación echa por tierra una de las creencias más extendidas hasta la fecha relativas al éxito del comercio electrónico, según la cual, su mayor atracción la constituían sus precios.

No obstante, la compra de productos a través de la red es una asignatura pendiente. El 60,6% de los internautas españoles no ha comprado a través de este medio nunca y un elevado porcentaje de los mismos ni siquiera ha buscado información sobre cómo hacerlo. Entre las pegas de este tipo de comercio, destaca la desconfianza de los clientes a la hora de comprar. Un 44% de los internautas que se niegan a comprar en la Red tienen miedo a enviar el número de su tarjeta de crédito por Internet. Otros motivos de rechazo son, para un 7% el hecho de que ir de compras es más divertido, y para el resto, la no disponibilidad por ejemplo, de una tarjeta de crédito. También es significativo el tipo de productos que se adquieren, pues da una orientación clara del escaso volumen de cada transacción realizada. Así, durante el pasado año un 24% de los compradores adquirió libros o revistas, y un 17,4% hizo uso de Internet para comprar software.

De cualquier manera, las estimaciones son favorables. La prensa nacional publicó el pasado 30 de enero un artículo en el que se decía textualmente: «Las ventas a través de Internet se duplicarán este año en el mundo», y lo cierto es que las cifras reflejan un alza de este tipo de tecnologías, que no puede dejar impasible a nadie. Durante el año 1999, las ventas de bienes y servicios a través de Internet registraron una facturación de 4 billones de pesetas en todo el mundo. Este año, de cumplirse la previsión, el volumen rondará los 8 billones. Solamente en España, durante 1999 este medio permitió facturar 8.500 millones a pesar de que aún se encuentra en sus inicios. Por ello, el aumento en este año será mayor, estimándose que se alcanzará un volumen de negocio de unos 21.000 millones de pesetas, 63.700 para el que viene, y 255.000 para el 2002.

## Conclusiones

Gracias a su rápida evolución y gran dinamismo, Internet ha dejado de ser la curiosidad de unos pocos para convertirse en la pa-

sión de muchos y ser uno de los principales protagonistas de nuestro tiempo libre. De hecho, está afectando considerablemente al tiempo que se dedica a la realización de otras actividades especialmente lúdicas como leer libros, ver la televisión, e incluso dormir. En España un 43,5% de los internautas dicen utilizar Internet como una forma más de ocio, ya que a través de ella es posible acceder a información de ámbitos tan diversos como música, cine y televisión, astronomía, animales y mascotas, viajes, arte y museos, gastronomía juegos, etc. Además, Internet permite relacionarse con otras personas sea cual sea su condición y sin que existan fronteras geográficas, lo que facilita el enriquecimiento personal a través de unos vínculos más reales de lo que a priori pudiera parecer. En el año 2002 habrá 330 millones de internautas en todo el mundo, de los cuales 80 millones serán europeos, 40 hispanohablantes y 5 de ellos españoles. Su generalización parece inevitable, sólo el tiempo dirá qué papel termina por adoptar Internet en nuestro tiempo de ocio.

## **Bibliografía**

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) (Febrero 2000), *Tercera Encuesta a Usuarios de Internet* [WWW Document].

Estudio General de Medios (EGM) (Marzo 2000). *Datos Sobre Internet* [WWW Document].

URL <http://www.aimc.es/aimc/html/inter/datos.html>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (Marzo 2000) *Internet Access Price Comparison* [WWW Document].

URL <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/cm/stats/isp-proce99.htm>



# Aprendizaje de la pronunciación de lenguas asistido por ordenador: una alternativa de ocio

*Lourdes Arenas, José Fernando Díaz, Ana Elejabeitia,  
Beatriz Galán, Alexander Iribar, Rosa Miren Pagola*  
Universidad de Deusto

## Presentación

El objeto de nuestra comunicación es presentar a los especialistas en ocio, fundamentalmente a los expertos en ocio cultural, el proyecto ARNEFE, un proyecto de investigación interdisciplinar entre lingüistas e informáticos actualmente en curso en la Universidad de Deusto, y que aspira a desarrollar un sistema informático capaz de corregir automáticamente la pronunciación del euskara como segunda lengua (L2).

Esta no es, pues, una investigación específicamente realizada sobre el campo del ocio, puesto que no es éste el objeto de estudio, sino una investigación que pretende desarrollar un producto aplicable al ocio, entendido éste en su dimensión cultural de desarrollo humano.

## Ocio y aprendizaje de lenguas

El proyecto que presentamos pretende aportar una herramienta específica dentro del campo del aprendizaje de segundas lenguas.

Es sabido que dicho aprendizaje contiene varios elementos que lo hacen susceptible de ser analizado desde el punto de vista del ocio cultural. Recordemos algunos de ellos:

- a) El aprendizaje de lenguas es en sí mismo un poderoso instrumento de desarrollo personal, intelectual, cultural, etc.
- b) El aprendizaje de lenguas es un medio eficaz para potenciar la comunicación y la interrelación entre todo tipo de personas, puesto que tiende a eliminar una de las mayores barreras comunicativas: los diferentes lenguajes existentes.
- c) El aprendizaje de lenguas es una herramienta, casi indispensable, que facilita el acceso del individuo a otras culturas y sociedades, y le permite, consiguientemente, tomar parte de sus manifestaciones socio-culturales, con todas las potencialidades que ello implica.
- d) El proceso de aprendizaje de lenguas necesita, desde luego, de un componente de trabajo personal más o menos riguroso. Sin embargo, dicho proceso también posee —o al menos puede poseer— otros componentes más cercanos a las experiencias de ocio, a saber: componentes lúdicos, creativos y aún festivos. Dichos componentes se manifiestan fundamentalmente en un proceso de aprendizaje colectivo o grupal —el más habitual—, pero también pueden aparecer en un proceso individual, o en las tareas individuales dentro de un tradicional proceso colectivo de aprendizaje, con el debido apoyo pedagógico y metodológico.

Por otra parte, nuestro proyecto se centra en un aspecto concreto del aprendizaje de segundas lenguas, como es el aprendizaje de su pronunciación. Efectivamente, la parte fónica del lenguaje posee mucha más importancia de la que se le ha otorgado tradicionalmente en los procesos de aprendizaje, que han estado más volcados en las cuestiones morfosintácticas y léxicas. Sin embargo, a la hora de llevar a cabo un verdadero acto comunicativo con uno o varios interlocutores en una lengua distinta de la materna, el aspecto fónico posee una importancia trascendental, que actúa además en una doble dirección: permite acceder al contenido morfosintáctico (y a partir de éste, a los restantes planos lingüísticos) del interlocutor, y posibilita que éste nos acepte como un

integrante más de su código —y por ende de su grupo— sociolingüístico.

Además, el aprendizaje de la pronunciación posee un componente de actividad física y psicológica, poco explorado como elemento dinamizador en un proceso de aprendizaje:

- a) En primer lugar, ayuda a la introspección, puesto que el sujeto debe preguntarse constantemente cómo consigue pronunciar cada uno de los sonidos de la lengua, tanto de L1 como de L2, es decir: cuánto abre la boca, dónde coloca la lengua, qué forma adopta ésta, etc.
- b) Ayuda a la autosuperación y refuerza la autoestima, de un modo análogo al de la actividad gimnástica o deportiva.
- c) Posee un componente lúdico-creativo, en la imitación y la incorporación de pautas de actuación —en este caso referidas únicamente al aspecto fónico del lenguaje—, cercano al que puede observarse en la práctica de la actuación teatral.

Por último, el proyecto ARNEFE pretende construir un sistema informático que sea utilizable de manera interactiva por un usuario personal. Efectivamente, dicho sistema supone una herramienta para el trabajo personal y la autoevaluación, que es la manera básica de adquirir una correcta pronunciación de una segunda lengua. Esto no implica, por supuesto, menosprecio del grupo como soporte básico del proceso de aprendizaje, puesto que el sistema pretendido no lo sustituye, sino que lo complementa.

## **Estado de la cuestión**

Desde hace algunos años, la incorporación de elementos multimedia a los métodos de aprendizaje de L2 ha ido en aumento. Hoy en día, existe en el mercado un buen número de métodos más o menos informatizados, la mayoría de los cuales incorporan alguna prestación relacionada con la pronunciación.

En muchos casos, las prestaciones fonéticas de estos nuevos métodos se limitan a una más o menos extensa librería de sonidos que el usuario puede activar cuando lo precisa, para escuchar así la pronunciación de una palabra o un enunciado.

En otros casos, más avanzados, el sistema permite al usuario la grabación de las palabras o los enunciados que contienen sus librerías, de modo que pueda compararse la pronunciación del estudiante con la propuesta como correcta. Esta comparación, sin embargo, debe efectuarla el propio usuario y sin ninguna ayuda específica por parte del sistema. Es cierto que algunos métodos incorporan algún tipo de gráfico de análisis acústico (habitualmente oscilogramas), pero también es verdad que la información que dichos gráficos proporcionan es insuficiente para el objetivo que pretenden, y requieren además de unos conocimientos para su correcta interpretación que el usuario no posee prácticamente en ningún caso.

La superación de las limitaciones anteriores debe venir por una doble vía: la utilización de tecnologías más potentes y su mejor adaptación a un modelo pedagógico de aprendizaje de L2. Desde el punto de vista tecnológico, la solución parece la aplicación de sistemas de reconocimiento automático de habla. Sin embargo, de los estudios presentados en un reciente Congreso de la Eurocall (*European Association for Computer Assisted Language Learning*)<sup>iv</sup> se desprende que dichos sistemas siguen resultando demasiado severos para los estudiantes, y que requieren, por tanto, más refinamiento para su real aplicación. El proyecto ARNEFE pretende contribuir, precisamente, a dicho refinamiento.

## **Qué es el proyecto ARNEFE**

En este apartado, algo más técnico que los anteriores, exponemos los datos especializados necesarios para comprender adecuadamente en qué consiste el proyecto ARNEFE y los dos Subproyectos que lo integran: el Fonético y el Informático.

## **Objetivos**

### *Objetivos generales*

- Desarrollar una metodología de aprendizaje de la pronunciación de L2, capaz de ser llevada a cabo de forma automática e individual.

- Desarrollar un sistema automático corrector de la pronunciación del euskara como L2.
- Ofrecer al usuario un programa informático para el aprendizaje de la pronunciación del euskara.

### *Objetivos específicos*

- Completar una base de datos con ejemplos correctos e incorrectos de la pronunciación de todos los sonidos del euskara.
- Determinar los rasgos acústicos y articulatorios de la corrección e incorrección de cada uno de los sonidos del euskara.
- Desarrollar un sistema de redes neuronales que clasifique los sonidos suministrados por el usuario según su grado de corrección y extraiga automáticamente sus parámetros fónicos, de acuerdo con la información de la base de datos, proporcionando además las indicaciones articulatorias precisas para la correcta pronunciación.
- Diseñar un interface de usuario para el sistema anterior, capaz de guiar cada proceso particular de aprendizaje.

### **Hipótesis**

- La corrección en la pronunciación de las lenguas es evaluable automáticamente por un número finito de parámetros acústico-articulatorios.
- Las redes neuronales son uno de los sistemas informáticos más idóneos para la evaluación automática de la pronunciación.
- La corrección de la pronunciación de las lenguas puede realizarse a partir de indicaciones precisas sobre el uso del aparato fonador.

### **Descripción general básica del proyecto**

La experiencia del trabajo en el área del aprendizaje de lenguas durante los últimos años en el Laboratorio de Fonética de la Uni-

versidad de Deusto muestra que los alumnos de L2, cualquiera que sea su lengua de origen y la lengua objeto de aprendizaje, poseen una serie de conocimientos, creencias y actitudes sobre la pronunciación de L2, en parte suministradas por el profesor correspondiente y en parte traspasadas de sus propios conocimientos, creencias y actitudes sobre su lengua materna (L1).

Cuando estos estudiantes realizan una sesión de trabajo con un fonetista experto en el Laboratorio de Fonética, éste, con la ayuda del equipamiento técnico disponible, es capaz de establecer un diagnóstico mucho más exacto sobre su pronunciación, que incluye múltiples aspectos: la influencia de los fonemas de L1, los sonidos que presentan mayores dificultades en cada caso, los parámetros acústicos y articulatorios que se apartan de la norma y el grado de dicha diferenciación, posibles estrategias de entrenamiento, etc.

En resumen, la alianza entre los conocimientos previos del lingüista-fonetista y la potencia de los modernos aparatos analizados permite diseñar sesiones de trabajo en las que, mediante un estimulante proceso de grabación-análisis-corrección realizado entre el estudiante (que graba sus realizaciones) y el experto (que las analiza, explica y sugiere pautas de corrección), se consigue mejorar realmente la pronunciación de L2.

Dicho de una manera muy simplificada, el proyecto ARNEFE consiste en integrar todo el proceso anterior en un sistema informático automatizado. Para ello, el Subproyecto Fonético debe sistematizar todo lo que «la máquina» debe saber sobre la cuestión, y el Subproyecto Informático debe lograr que «la máquina» lo aprenda. Además, el sistema debe incorporar un módulo de interface que emule el proceso de inter-comunicación que se produce entre el estudiante (ahora el usuario del producto) y el experto fonetista (ahora el propio sistema).

## **Descripción del subproyecto fonético**

La primera tarea del Subproyecto Fonético es determinar de qué modo se va a obtener el material lingüístico para analizar. Se decidió que el procedimiento más idóneo para este caso era la graba-

ción de cuestionarios lingüísticos consistentes en la lectura de palabras, fundamentalmente por las siguientes razones:

- Un cuestionario de lista de palabras es casi el único modo de asegurar la aparición exhaustiva de cada variable lingüística.
- La lectura de un cuestionario centra el material en lo que suele denominarse «nivel formal» de lengua, que es el nivel en el que se desarrolla habitualmente el proceso de aprendizaje de L2.

Así pues, se confeccionó una lista de palabras que contuviera todos los fonemas del euskara en todos sus posibles contextos de aparición (clasificados según los órdenes de articulación tradicionales), teniendo además en cuenta el número de sílabas de la palabra y el número ordinal de la sílaba que contiene el fonema en cuestión. Como un mismo término puede contener varios de los elementos de estudio, la lista completa contiene 1.643 palabras en euskara.

Este cuestionario debe ser leído por un número lo más elevado posible de informantes (requisito indispensable para el adecuado entrenamiento de las redes neuronales), que cubran los siguientes aspectos:

- Hablantes nativos de euskara (los conocidos como *euskaldunzaharrak*), que posean un registro culto de lengua (lo que elimina prácticamente a los no alfabetizados en la lengua), sin desdeñar la posible presencia de rasgos dialectales.
- Hablantes de euskara como L2 (los conocidos como *euskaldunberriak*) que han logrado una competencia óptima en la lengua, y que, lógicamente, poseen un nivel culto de lengua sin rasgos dialectales.
- Hablantes de otros idiomas (los conocidos como *erdaldunak*), clasificados según los criterios de la tipología lingüística, específicamente en lo fonético-fonológico.

Las encuestas se han realizado en el Laboratorio de Fonética de la Universidad y se han grabado en formato digital. Cada ele-

mento en cuestión se ha analizado con los sonógrafos de que dispone el Laboratorio, de acuerdo con un modelo de análisis establecido previamente.

Todos los datos anteriores integran la base de datos que constituye, junto con el propio archivo sonoro, el material de trabajo para el Subproyecto informático. Como ilustración, los campos que incluye la base de datos del análisis completo de un ejemplo de la vocal [o] son los siguientes:

1. Informante	2. Palabra	3. Cheat Code	4. Analizador utilizado
5. N.º de sílabas	6. Tipo de sílaba	7. Posición de la sílaba	8. Consonante silábica
9. Descripción de la consonante silábica	10. Vocal	11. Duración (D) de la palabra	12. D de la sílaba
13. D vocálica total	14. D de la transición izquierda (TI)	15. D del segmento	16. D de la transición derecha (TD)
17. Punto de inicio de la vocal	18. Primer formante (F1) de la TI	19. Segundo formante (F2) de la TI	20. Tercer formante (F3) de la TI
21. F1 del segmento	22. F2 del segmento	23. F3 del segmento	24. F4 del segmento
25. F5 del segmento	26. F1 de la TD	27. F2 de la TD	28. F3 de la TD
29. Tono de la primera sílaba (S1)	30. Intensidad de S1	31. Tono de S2	32. Intensidad de S2
33. Tono de S3	34. Intensidad de S3	35. Tono de S4	36. Intensidad de S4
37. Comentarios	38. Valoración <sup>1</sup>		

---

<sup>1</sup> Este último campo de *Valoración* es fundamental, puesto que incluye, debidamente categorizada, información sobre la adecuación o inadecuación de la pronunciación del elemento en cuestión con respecto a la norma establecida como correcta.

## **Descripción del subproyecto informático**

El objetivo general del sistema informático es el análisis de la pronunciación de fonemas individuales dentro de un conjunto de palabras prototipo establecidas. Por tanto, la responsabilidad del equipo informático se centra en el diseño y desarrollo de las siguientes tareas:

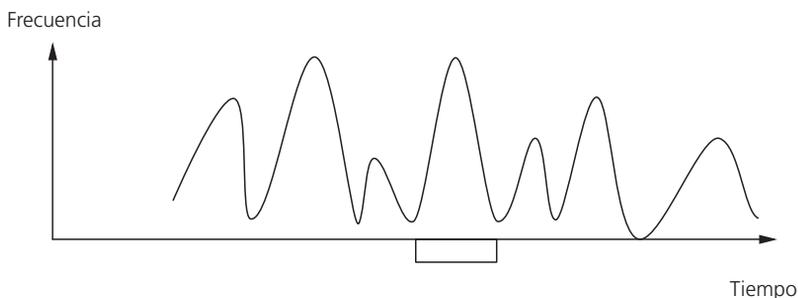
1. Análisis de la realización fónica del usuario y segmentación de la misma para aislar el fonema objeto de estudio.
2. Clasificación de la pronunciación del fonema y extracción de parámetros fónicos de dicho fonema.
3. Diseño de una interface para que la interacción entre el usuario y el sistema se produzca de una forma ágil y sencilla.

El punto de partida de la primera tarea es una realización fónica del usuario. Para disponer de ella se ha debido activar el interface de diálogo, de modo que se produce, de forma esquemática, la siguiente interacción entre el usuario y el sistema:

1. El sistema ofrece al usuario una lista con todos los fonemas potencialmente analizables.
2. El usuario selecciona el fonema cuya pronunciación quiere practicar.
3. El sistema indica al usuario las palabras que puede pronunciar, que obviamente contienen el fonema escogido.
4. El usuario pronuncia la(s) palabra(s) en cuestión.

### **Primera tarea: segmentación de fonemas**

El objetivo de esta fase es obtener, ante una realización fónica de una palabra, el fonema aislado cuya pronunciación es objeto de estudio. Para ello, como punto de partida, disponemos de una onda (en formato WAV) que representa la pronunciación de una palabra completa; y como objetivo de esta fase debemos obtener dos datos relevantes que nos ayudan a delimitar el fonema: su punto de comienzo y su duración.



Para realizar esta tarea disponemos de la onda correspondiente a la palabra pronunciada por el usuario, de datos estadísticos del fonema y de un fonema prototipo a utilizar en la comparación con la onda del usuario. Los datos estadísticos nos dan la media y desviación típica del punto de comienzo y de la duración del fonema a estudiar, y han sido obtenidos a partir de un conjunto de muestras de pronunciaciones de la palabra que contiene el fonema a estudiar.

Este proceso se lleva a cabo mediante un algoritmo de tipo genético. Los algoritmos genéticos generacionales crean una población inicial  $G(0)$ , y a partir de ella van generando otras nuevas. Una población es un conjunto de cromosomas, y cada cromosoma es un conjunto de genes. En nuestro caso, cada cromosoma contendrá dos genes principales, uno que representa el punto de comienzo del fonema en la onda y otro que representa la posible duración del fonema. Por tanto cada cromosoma es una posible solución (punto de comienzo y duración). La población evoluciona manteniendo un número constante de 8 cromosomas. Por tanto, para resolver nuestro problema, partimos de una población inicial aleatoria y calculamos la distancia de cada cromosoma al fonema prototipo. Esta distancia representa el valor de adaptación del cromosoma al entorno.

Después, se genera una nueva población mediante la mutación y cruce de los cromosomas. La mutación consiste en variar un solo gen de cada cromosoma, y el cruce consiste en obtener dos nuevos cromosomas, a partir de dos ya existentes, compuestos por un gen de cada cromosoma progenitor. En el caso del cruce de cromoso-

mas, de entre los 4 cromosomas (2 progenitores y 2 nuevos) se escogen los 2 más aptos para formar la nueva población. El objetivo de las generaciones de organismos por mutación es la exploración de soluciones cercanas a las actuales; y el de la generación de organismos por cruce, es la exploración de soluciones alejadas de las actuales.

Así, se va repitiendo el proceso de generación de poblaciones hasta que se obtengan varias generaciones con los mismos supervivientes. Una vez llegados a este punto, habremos conseguido la población que contiene el cromosoma solución (punto de comienzo y duración del fonema en estudio), que será el que menor distancia tenga al fonema prototipo.

## **Segunda tarea: clasificación de la pronunciación del fonema y extracción de parámetros fónicos**

Una vez obtenida la parte de la onda que corresponde al fonema en estudio, debemos compararla con la que corresponde a la norma fónica, y así poder comunicar al usuario si la pronunciación del fonema ha sido correcta o, en caso contrario, cuáles son las pautas para mejorarla. Para realizar esta tarea utilizamos una red neuronal que clasifica la pronunciación realizada por el usuario según su grado de corrección. Adicionalmente, utilizamos una segunda red neuronal encargada de extraer los parámetros fónicos del fonema, que se almacenan para un posible análisis fonético posterior.

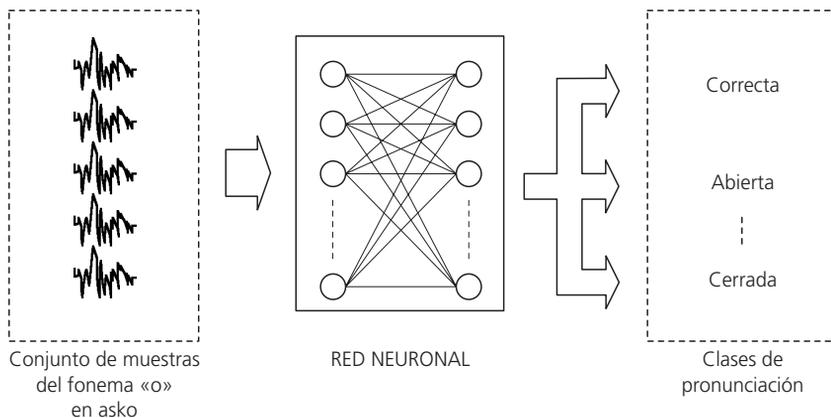
Las redes neuronales son dispositivos inspirados en los sistemas nerviosos biológicos, y son capaces de aprender a clasificar y/o asociar conjuntos de patrones. Las redes neuronales sólo procesan información numérica y su funcionamiento comprende dos fases, normalmente separadas en el tiempo: el procesamiento y el aprendizaje.

El procesamiento consiste en obtener, a partir de un determinado patrón de entrada, el patrón de salida que sea más apropiado de acuerdo con la tarea que la red implementa. El aprendizaje consiste en procesar la red repetidas veces con diferentes ejemplos y modificar su estructura interna después de cada procesa-

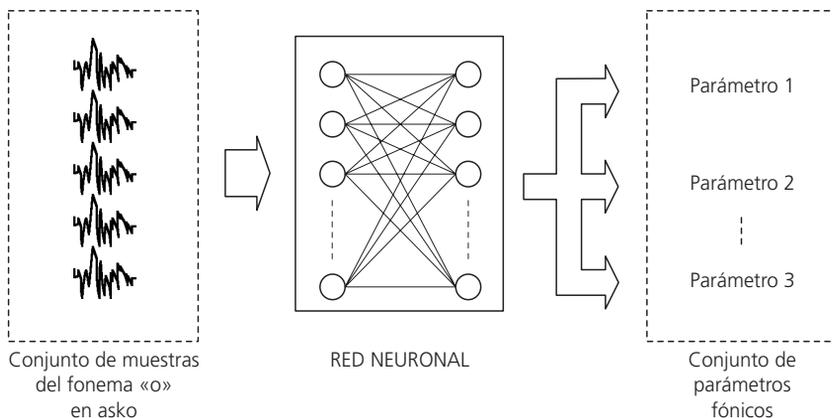
miento. Esta modificación se basa en la diferencia entre la salida obtenida y la deseada.

Una de las aplicaciones más características de las redes neuronales es la clasificación. En una aplicación de clasificación se debe disponer de un conjunto de patrones o muestras de entrada, los cuales pueden representar cualquier tipo de información (ondas de sonido, imágenes digitales, resultados de análisis clínicos, etc.). Cada muestra debe pertenecer a una sola clase dentro de un conjunto de clases previamente determinadas, y debe haber varias muestras para cada una de las clases. Una red de clasificación sólo es capaz de reconocer/clasificar muestras parecidas a las utilizadas durante el entrenamiento. También es necesario conocer la clase a la que pertenece cada muestra del conjunto de entrenamiento y debe haber muestras de todas las clases.

Para la tarea de clasificación, la red neuronal se entrena para clasificar ondas de sonido correspondientes a fonemas en clases de pronunciación (correcta y no correcta o posibles variantes de no corrección).



Para la extracción de parámetros fónicos, la red neuronal correspondiente se entrena para asociar ondas de sonido correspondientes a fonemas con sus respectivos parámetros fónicos.



### Tercera tarea: interface de usuario

Al diseñar un sistema informático, necesitamos considerar no sólo las operaciones que debe efectuar dicho sistema, sino también la forma en que estas operaciones se pondrán a disposición del usuario, es decir hay que diseñar el interface para el diálogo con el sistema. Este interface debe diseñarse de manera que se proporcione un medio adecuado y efectivo para que el usuario utilice el sistema.

El interface de usuario es la parte del sistema informático (tanto *hardware* como *software*) que sirve de soporte entre el usuario y el ordenador. A la hora de diseñar el interface se debe estudiar al hombre como ser social, y estudiar también su actividad laboral, recalcando la idea de que los recursos humanos y técnicos se deben adaptar mutuamente y deben ser considerados en su conjunto. El esfuerzo de adaptación puede concentrarse en la máquina (es decir, el diseño puede hacerse en función de futuros usuarios) o en la persona (el diseño puede hacerse basándose en las especificaciones de un usuario concreto).

Para diseñar un buen interface se debe tener en cuenta la información que ofrecen distintas ramas de la psicología, que aportan conocimientos a cerca de la memoria, la percepción, la actividad motora, la atención, la resolución de problemas, etc.

Cualquiera que sea el tipo de aplicación a diseñar, es necesario decidir qué diálogo interactivo sirve mejor al usuario, el tipo de rutinas de manipulación que se utilizarán y los dispositivos de salida que resultan adecuados para el tipo de aplicación implicada. Un interface pobremente diseñado aumenta las oportunidades de que el usuario cometa errores y puede incrementar significativamente el tiempo que tarda el usuario en realizar una tarea.

Una consideración importante en el diseño de un interface es la forma en que el sistema responderá o bien dará retroalimentación (*feedback*) a la entrada del usuario. La retroalimentación ayuda a un usuario a operar con el sistema reconociendo la recepción de comandos, enviándole diversos mensajes y señalándole cuándo se han recibido las selecciones del menú.

En nuestro caso, todo el diálogo se especifica mediante selecciones de menú, de modo que se libera al usuario de la carga de recordar opciones de entrada. Así, listando la gama de opciones disponibles, reduce la cantidad de memorización que se requiere del usuario e impide además que el usuario seleccione opciones que no sean válidas en ese punto.

La ventana principal de la aplicación ofrece un menú con, entre otras, la opción *fonema*. Cuando el usuario activa esta opción, se despliega el menú con las opciones de crear el fonema prototipo y de procesar un fonema de usuario. Activada esta última opción, se abre una ventana con una ficha por cada tipo de fonema (vocálico, oclusivo, etc.). En la ficha correspondiente al tipo de fonema a estudiar, aparece un cuadro que permite seleccionar un fonema concreto de entre los posibles. Asociado a este cuadro hay una lista desplegable cuyos elementos son las diferentes palabras correspondientes al fonema seleccionado del cuadro anterior.

## Conclusiones

El proyecto ARNEFE pretende aportar beneficios en varios ámbitos:

1. Aporta material de gran interés para la lingüística vasca, puesto que la base de datos acústico-articulatoria puede ofre-

cer altos rendimientos para futuros trabajos de descripción de la realidad fonético-fonológica del euskara.

2. La creación de un sistema automático de extracción de parámetros fónicos supone un avance para la implementación de un módulo de transcripción fonética automática en un analizador acústico, que ofrecería grandes posibilidades de aplicación, tanto en actividades técnicas (estudios lingüísticos, transcripciones automatizadas, etc.) como generales (aplicaciones generales del reconocimiento automático de habla).
3. La sistematización de los parámetros acústicos y articulatorios que inciden en la corrección de la pronunciación de la lengua, independientemente de su automatización, supone un importante apoyo teórico-metodológico en el diseño de cualquier metodología de aprendizaje de L2.
4. El sistema completo supone una herramienta capaz de ofrecer una alternativa ocupacional en el marco del ocio cultural.

En definitiva, el sistema automático de corrección de pronunciación ARNEFE supone una opción de ocio cultural de utilización individual y personalizable, preferentemente en el ámbito del hogar:

- Es una opción de ocio cultural, puesto que permite dedicar una porción del tiempo libre a una parte esencial del aprendizaje de L2 (la pronunciación) de una manera lúdica, que posibilita, como se ha señalado anteriormente, el reforzamiento de los aspectos más motivadores de la estrategia del aprendizaje.
- Su utilización es personal, lo que proporciona libertad al usuario para poder practicar la pronunciación sin sentir ninguna posible presión intimidatoria por parte del grupo.
- Su utilización es personalizable, es decir, no presenta limitación alguna de tiempo ni espacio. El usuario tiene completa libertad para programar sus sesiones cuando quiera y como quiera. La posibilidad de utilización de un producto con un *planning* personalizado parece un requisito para poder considerarlo como de ocio.
- Su ámbito de utilización más idóneo es el hogar<sup>v</sup>, lo que refuerza lo señalado en el punto anterior.

—El sistema puede compatibilizarse con una correcta actuación dentro de un grupo, en un proceso conjunto de aprendizaje de L2.

## Bibliografía

- ANDREU, M.<sup>a</sup> Angeles; CASAS, M. García (1996): «Acerca del reconocimiento de los fonemas por el cerebro en el momento de inventar palabras», *XIV Congreso de Aesla*, Tarragona, 1996.
- CANTERO, Francisco J. (1992): «La corrección fonética: pronunciar o hablar qué», *El español, lengua internacional. Actas del I Congreso Internacional de Aesla*, Granada, 1992.
- GALLEGO, Juan Carlos (1992): «La telecomunicación y la enseñanza de idiomas: aplicaciones varias y resultado de un modelo particular», *El español, lengua internacional. Actas del I Congreso Internacional de Aesla*, Granada, 1992.
- KURT, Kohn; STEPHANIE, Lohr (1998): *Self-evaluation in multimedia assisted pronunciation practice*, EuroCall'98 (Bélgica, 1998).
- NORMAN, Harris (1998): *Speech Recognition: considerations for use in Language Learning*, EuroCall'98 (Bélgica, 1998).
- RIGOLL, G.; NEUKIRCHEN, C. (1997): «A New Approach to Hybrid HMM/ANN Speech Recognition using Mutual Information Neural Networks», *Advances in Neural Information Processing Systems*, Vol. 9, p. 772. MIT Press.
- YUAN, Wen-C.; HORNG, Sin-C.; JUNG, Cheng-L. (1996): «A Speech Recognition Method Based on the Sequential Multi-layer Perceptrons», *Neural Networks*, 9(4), pp. 655-669.
- WATERHOUSE, Steve R.; COOK, Gary D. (1997): «Ensemble Methods for Phoneme Classification», *Advances in Neural Information Processing Systems*, Vol. 9, p. 800-806. MIT Press.

# Expresión corporal, naturaleza y medios de comunicación: el papel de la información en el ocio

*Katia Brandao Cavalcanti, Eduardo Ribeiro Dantas*

## **Introducción**

El objetivo principal de este estudio es el análisis de las ideas relativas a la práctica de ejercicio físico en el entorno natural, que se difundieron en la revista brasileña *Boa Forma* entre 1985 y 1998. Con el fin de establecer los propósitos de esta investigación se definieron las siguientes cuestiones de estudio: 1. ¿Qué conceptos referentes al cuerpo y a la expresión corporal se han difundido en la revista *Boa Forma*? 2. ¿Cómo se presentan al público las ideas referentes al medio ambiente en esta revista? 3. ¿Cómo presenta *Boa Forma* las ideas relativas a la práctica de ejercicio físico en entornos naturales?

Esta investigación se define por su carácter descriptivo, puesto que analiza documentos, específicamente los de la comunicación de masas. Como herramienta de investigación se utilizó el análisis del contenido de 48 números de la revista mensual *Boa Forma*, entre 1995 y 1998. Las diferentes etapas de este análisis de contenido giran en torno a tres fases cronológicas: a) análisis previo b) explo-

tación del material c) análisis de los resultados, inferencia e interpretación.

Nuestra unidad de análisis se compuso de todas las referencias a prácticas de ejercicio físico halladas en *Boa Forma* que cumplieran los requisitos mínimos establecidos para este estudio. Se aplicaron unos criterios por puntos a las unidades de análisis que sirvieron para cuantificar el espacio que concedía la revista a la práctica de ejercicio físico. En ese caso, se estableció que cada página de la revista contara cuatro puntos, lo que sirvió de parámetro para valorar cualquier unidad de análisis que se encontrara en la publicación. Una unidad de análisis que ocupara media página de *Boa Forma*, por ejemplo, valía dos puntos, mientras que la que sólo abarcara 1/4 de página, contaba un punto. La puntuación mínima se fijó en 0,25, debido a la dificultad de puntuar las unidades de análisis que ocupaban menos de 1/16 de una página, es decir, que contaban menos de los 0,25 puntos equivalentes a 1/4 de cualquiera de los cuadrantes de una página.

Tras la definición de las unidades de análisis y del sistema de puntos, el siguiente paso fue el establecimiento de categorías para la primera fase de la investigación cuantitativa, cuyo objetivo era el de distinguir los tipos de entornos en los que se encontraban las unidades de análisis, así como estudiar su disposición en la revista. De esta forma, se estableció una primera clasificación con el objetivo de separar la práctica de ejercicio físico llevada a cabo en entornos naturales de la realizada en entornos no naturales. La clasificación con respecto al entorno fue la siguiente: a) Natural: referente a la práctica de ejercicio físico desarrollada en entornos naturales; b) No natural: referente a la práctica de ejercicio físico llevada a cabo en entornos no naturales.

Se definió una segunda clasificación para localizar las unidades de análisis dentro de la distribución de la revista. Esta ordenación se dividió en: a) Datos técnicos: referente a unidades de análisis encontradas en lugares como la portada, el editorial y otros; b) Publicidad: referente a unidades de análisis halladas en el espacio publicitario de la revista; c) Sección: referente a las unidades de análisis encontradas en secciones permanentes de la revista; d) Artículo: referente a unidades de análisis encontradas en los artículos de la revista.

La investigación cuantitativa analizó específicamente los artículos de *Boa Forma* referentes a las categorías de ejercicio físico llevado a cabo en entornos naturales. Su objetivo era el de distinguir los tipos de estas prácticas incluidos en los artículos, así como el de estudiar el enfoque que se había dado al cuerpo en ellos. Una de las categorías se creó para localizar los tipos de ejercicios realizados en entornos naturales a los que se había cedido espacio en la publicación. La clasificación referente al tipo de ejercicio fue la siguiente: a) *Fitness*: referente a los ejercicios físicos para mantener la forma, como el culturismo; b) Deportes radicales: referente a los deportes radicales como el piragüismo; c) Deportes convencionales: referente a deportes convencionales, como el fútbol; d) Expresión corporal: referente a prácticas corporales que consideran al ser humano como un todo, como el yoga.

Se definió otra clasificación para establecer las distintas formas de abordar el cuerpo en *Boa Forma*. La clasificación con respecto al enfoque del cuerpo fue: a) Externo: referente a un enfoque visual del cuerpo; b) Interno: referente a un enfoque existencial del cuerpo; c) Transición: referente a un enfoque corporal que combina elementos de las dos categorías precedentes.

Aparte de estas clasificaciones, el análisis previo sirvió para diseñar un plan de análisis de los artículos sobre las prácticas físicas desarrolladas en entornos naturales, por medio del cual estudiamos cómo se abordaba el tema de la conciencia ecológica en *Boa Forma*. Esta investigación se ocupó de los temas centrales de los artículos «naturales» a través de sus componentes clave, como títulos, fotografías, ilustraciones llamativas, etc.

A continuación se sometieron los resultados obtenidos del estudio del material a dos tipos de procedimientos analíticos: uno cuantitativo y otro cualitativo, basados en el marco teórico elaborado con este propósito.

## **Presentación y discusión de los resultados**

Los datos fueron analizándose por años, siguiendo el orden cronológico de publicación. Analizamos cada año con el fin de comprender el conjunto del comportamiento de los datos. A continua-

ción se ofrece la presentación de los datos referentes a la conciencia ecológica, que no se analizaron anualmente, sino como un todo. El número de artículos sobre prácticas de ejercicio físico llevadas a cabo en entornos naturales que tienen alguna referencia explícita a la conciencia ecológica, fue de 7 de cada 97 artículos, es decir, un 7,21% del total.

El primer hecho destacado en el análisis del contenido de los cuatro últimos años de *Boa Forma* fue la reducción gradual del total de páginas al año durante este periodo. Este descenso probablemente se debe a que ha disminuido la presencia de publicidad referente a la práctica de ejercicio físico en las páginas de la revista. Un efecto probable de esta reducción, también observado en la investigación, es la mayor delgadez de los ejemplares, puesto que los ingresos de la editora procedían en gran medida de la publicidad. Obviamente, el espacio anteriormente destinado a la publicidad ha dejado de existir.

El número de referencias al ejercicio físico en la revista también ha ido reduciéndose gradualmente en los últimos años. Esta disminución revela la tendencia de la publicación hacia un enfoque más general de varios aspectos de la vida diaria, como los hábitos alimentarios y la moda. Aún así, el deporte representa aproximadamente 1/3 del contenido de la revista en los cuatro años estudiados. La práctica de ejercicio físico en entornos no naturales también ha ido perdiendo espacio durante estos últimos cuatro años. No obstante, la reducción en esta área fue mayor que la del ejercicio en conjunto. Esto muestra que el ejercicio físico en entornos artificiales y cerrados, llevado a cabo principalmente en gimnasios de los centros urbanos, está perdiendo terreno ante otros tipos de prácticas, que pueden ser las mismas, pero ubicadas en entornos naturales. Aún así, aún representan cerca de 3/4 de todo el ejercicio físico incluido en la revista.

Por otra parte, el ejercicio en entornos naturales manifestó un comportamiento distinto del de los elementos citados previamente. Mientras esos registraban una decadencia continua a lo largo de los cuatro años de estudio, esta clase perdió puntos constantemente durante los tres primeros años, pero se recuperó en el cuarto año y atravesó el periodo con una tendencia al alza. Debe añadirse que aunque el número de puntos del primer año fuera, en proporción

con su menor número de páginas, mayor que el del último, el año 1998 ha otorgado más espacio a este estilo de prácticas físicas. Esto refleja la tendencia de la revista a valorar más el entorno natural con respecto a las prácticas físicas, aunque sea meramente como contexto de actividades practicadas de forma generalizada en los gimnasios. Este incremento del ejercicio en entornos naturales, sin embargo, no significa que esté aumentando el énfasis en el aspecto medioambiental a un ritmo totalmente adecuado cuando el tema se menciona dentro del contexto de estas prácticas físicas. El tema de la naturaleza se aborda, pero generalmente no se va más allá ni se elabora hacia una actitud de conservación o exploración: nuestro análisis del número de referencias a la conciencia ecológica demostró que no sólo eran pocas, sino que se les concedía un espacio muy reducido. A pesar de este crecimiento cuantitativo, las prácticas físicas en entornos naturales representan, como se esperaba, sólo 1/4 del espacio destinado al ejercicio en la revista.

En conjunto, la categoría 1, que hace referencia al aspecto técnico de la revista, como el editorial y la portada, tras algunas oscilaciones manifestó una tendencia al alza al final del periodo estudiado. Este fenómeno puede reflejar un esfuerzo por parte de la revista para compensar una reducción de las referencias a las prácticas físicas mediante su concentración en lugares estratégicos. Incluso así, esta categoría representa sólo 1/29 de los lugares de la revista con espacio para las prácticas físicas. Este incremento fue más marcado en las prácticas físicas en entornos naturales que en las que se llevan a cabo en entornos no naturales. Este nuevo hecho confirma la tendencia de la revista a valorar el entorno natural, abordándolo desde lugares escogidos. De esta forma, las prácticas físicas en entornos no naturales representaron exactamente 2/3 de esta categoría.

La publicidad incluida en *Boa Forma* representada por el análisis de contenido de la categoría 2, tras algunas oscilaciones finalizó el periodo de análisis con una disminución. Este hecho puede ser el resultado de la fuga de los anunciantes como consecuencia de la aparición de otras revistas del mismo estilo durante ese periodo. A pesar de esta reducción, los anuncios siguen siendo los grandes usuarios del espacio, junto con las prácticas físicas, ocupando hasta la mitad del espacio. Esta caída se produjo principalmente en lo referente a las

prácticas físicas realizadas en entornos no naturales. Esto demuestra que el entorno natural permaneció estable sin verse afectado por la desaparición de publicidad. Sin embargo los anuncios siguen centrándose en el entorno no natural, ocupando 4/5 del espacio.

La categoría 3, que incluye los registros realizados en las secciones permanentes de la revista, finalizó el periodo de estudio con una tendencia al alza tras algunas oscilaciones. Esto se debe a la creación de algunas secciones específicas sobre las prácticas físicas en los dos últimos años. De esta forma, esta categoría es la segunda en importancia registrada en el estudio y representa aproximadamente 1/3 de estos espacios en la revista. Las prácticas físicas en entornos naturales fueron las únicas que aumentaron en esta categoría, impelidas por la creación de una sección específica denominada «Deporte y naturaleza» en 1997. Este hecho vuelve a mostrar la tendencia de la revista a dar más énfasis al entorno natural. Aunque terminó con una tendencia a la baja, las prácticas físicas siguen siendo mayoritarias en esta categoría, representando aproximadamente 2/3 de la misma.

Los artículos de *Boa Forma* que se corresponden con la categoría 4 de la investigación finalizaron el periodo de cuatro años con una tendencia al alza además de algunas oscilaciones. Tal vez consecuencia de la reducción de publicidad, que permitió la introducción de más enfoques de este tipo. También podría ser una nueva estrategia de la revista dirigida a modificar las características de la publicación, incluyendo más artículos y menos anuncios. De esta forma, actualmente, representan aproximadamente 1/7 de las apariciones de prácticas físicas en categorías en la revista. Los artículos sobre prácticas físicas en entornos naturales son los que más aumentaron durante este periodo, reforzando una vez más la tendencia de la revista a favorecer este tipo de entorno. A pesar de ello, las prácticas físicas en entornos no naturales siguieron siendo mayoritarias y representan más o menos 2/3 del total de esta categoría.

Los artículos sobre prácticas físicas en entornos naturales, clasificadas como Fitness, finalizaron el periodo con una tendencia al alza, junto con los clasificados como Conciencia corporal, aunque todos sufrieron variaciones a lo largo del periodo. Esto es consecuencia de la estrategia de la revista, que se especializa en *fitness*, y por lo tanto incluye más información sobre estas prácticas. Tam-

bién lo es la aparición de una nueva tendencia, una que valora las prácticas físicas orientales, como el Tai Chi y el Yoga, que comienza a asimilarse y resulta cada vez más aceptada en el estilo de vida occidental. Sin embargo, los artículos clasificados bajo «Deportes radicales» y «Deportes convencionales» finalizaron con una tendencia a la baja tras haber oscilado durante los cuatro años de estudio. Esto puede deberse al incremento de los temas anteriores, que dispusieron de más espacio reservado para su práctica. En la revista se encuentran principalmente artículos sobre *fitness*, seguidos los referentes a deportes radicales, deportes convencionales y expresión corporal. Esto demuestra que el concepto de prácticas físicas en entornos naturales presentado por *Boa Forma* es lo que fomenta la práctica del *fitness*, sólo que se traslada del gimnasio a la naturaleza. Los deportes radicales también cuentan con una representación significativa, puesto que normalmente aparecen en las páginas de la revista con un gran volumen de información.

La categoría «Transición» terminó el periodo con una tendencia al alza, mientras que «Externo» finalizó con una tendencia a la baja, al contrario que «Interno» que acabó aumentando. Todas ellas experimentaron variaciones durante el periodo estudiado. Esto refleja una tendencia de *Boa Forma* a incluir prácticas físicas que contienen no sólo el atractivo físico sino también aspectos más humanos, en una visión más amplia del cuerpo humano. A pesar de eso, la categoría más registrada es la que considera sólo los aspectos externos del cuerpo: la mitad de las referencias encontradas concernían a esta categoría.

La puntuación obtenida por los artículos sobre las prácticas físicas que se realizaban en entornos naturales, registró un gran aumento al final del periodo después de atravesar por varias oscilaciones. Esto muestra la tendencia previa de conceder más espacio a temas que consideran las prácticas físicas no sólo según su atractivo externo, sino también según sus aspectos más humanos.

## Conclusiones finales

*Boa Forma*, al igual que muchas otras revistas, se dirige a un público de masas que lee en su tiempo libre. Además de formar

parte del tiempo de ocio de estas personas, constituye una fuente de ideas placentera y seductora, a través de la cual se obtiene mucha información sobre el cuerpo.

Si relacionamos las numerosas posibilidades educativas que existen en el ocio con la fuerza de la educación informal que fomentan los medios de comunicación actualmente, veremos un aumento significativo de las consultas a la revista. También aumenta en importancia si a esto se añade el hecho de que *Boa Forma* está orientada a un público de alto poder adquisitivo, que probablemente es más culto y tiene más capacidades para expresar su opinión.

*Boa Forma*, o más específicamente, el hecho de que se lea durante el tiempo de ocio, puede interpretarse con referencia a la información en general, como un factor que participa en la educación multireferencial del cuerpo y la naturaleza de la sociedad. Publicada en un mundo cada vez más globalizado, presenta varios tipos de prácticas físicas, adaptadas a un escenario multicultural. Construye un concepto sociocultural de prácticas físicas que está difundido por la población. En lo que respecta al cuidado del cuerpo, sus ideas están ampliamente aceptadas en la sociedad brasileña, proporcionando un modelo que sigue la mayoría de la gente. El concepto sociocultural se infiltra en el discurso de la revista, mediante el marketing de sus objetivos a través de mecanismos mediáticos. Uno de ellos es la publicidad que se encuentra normalmente en las páginas de *Boa Forma*. Crea la necesidad de cuidar el cuerpo.

En muchas ocasiones no es necesario generar a continuación la necesidad de artículos que satisfagan unas necesidades «vital», comienzo del ciclo de marketing. Los medios frecuentemente imponen la cultura de la clase dominante sobre las de las dominadas. En Brasil, un país del tercer mundo, la influencia más patente es la procedente de EE.UU. Este país, centro del capitalismo del mundo, exporta a otros países su «modo de vida», que fomenta la acumulación del dinero obtenido por medios comerciales, especialmente a los países subdesarrollados. La propagación de este estilo de vida norteamericano está presente en *Boa Forma*, desde el momento en que fomenta la calidad y la cantidad de las prácticas físicas, abriendo espacio también para las industrias transnacionales especializadas. *Boa Forma* transmite una concepción del cuerpo extremadamente visual, en la que el ejercicio en cualquier tipo de entorno

tiende a valorar la forma física del individuo sin preocuparse por el conjunto. Esto se fomenta a través de la práctica del *fitness* que, como su nombre implica, se ocupa de los aspectos «ajustables» del cuerpo, mientras busca sus beneficios externos. El culto al cuerpo se ha convertido en una prioridad en la sociedad brasileña, donde los medios propagan un modelo de cuerpo ideal para una sociedad en la que la «salud visible» se considera condición indispensable para ascender socialmente.

También queda un espacio en los medios de comunicación para aspectos corporales más subjetivos, pero que acaba siendo ocupado por las prácticas físicas extremadamente mecánicas cuyo objetivo es alcanzar un estándar corporal ideal, como el bienestar y el ocio. La práctica procedente del descubrimiento de la filosofía oriental en la sociedad de Occidente ha logrado captar más atención de los medios, por lo que ahora está más extendida.

Lo mismo puede decirse de los denominados deportes radicales, practicados en la naturaleza, que cada vez ocupan más la atención de los medios. Esto es evidente en *Boa Forma*, tanto por el crecimiento de las actividades, como la meditación, como del espacio concedido a estos deportes. Sin embargo, todo esto tiene un precio: para que estas actividades, que son más completas desde un punto de vista humano, reciban cobertura en los medios deben ofrecer productos que sean necesarios para su práctica y que puedan comercializar los medios de comunicación. Como en EE.UU., que incluso las prácticas deportivas más sencillas, como caminar, están basadas en «equipos esenciales e indispensables» que luego se ofrecen al público.

La cuestión de la naturaleza sigue los mismos principios comerciales que gobiernan la publicación de *Boa Forma*. Se utiliza como un nuevo entorno en el que puede desarrollarse cualquier tipo de ejercicio físico mientras se obedezcan ciertas «reglas fundamentales» que consisten en la adquisición de productos viables.

La cuestión de la conservación medioambiental no se menciona con frecuencia puesto que es un uso puro y sencillo del entorno natural, que no es ni predatorio ni evita los problemas ecológicos. La revista aborda superficialmente la cuestión del medio ambiente de forma indirecta, incluyendo la presencia de la naturaleza en sus páginas. Sin embargo, deja al lector sin pistas que lo induzcan a interesarse más por la exploración o conservación de estas áreas.



# Investigación sobre la influencia de las variables moderadoras en la relación entre actitud y comportamiento medioambiental de los estudiantes universitarios americanos

*Brijesh Thapa*

## **Introducción**

Los estudiantes han sido piezas claves para la consecución de cambios medioambientalmente responsables tanto en la sociedad como en entornos universitarios. Dentro del ámbito universitario, los programas dirigidos a los estudiantes normalmente están basados en comportamientos activistas (comportamientos medioambientalmente responsables) como el fomento del reciclaje, la conservación y el ahorro de energía. De hecho, el 80% de las universidades de Estados Unidos participan en programas de reciclaje, en gran medida debido a la influencia y participación de los estudiantes (Mansfield III, 1998). Los estudiantes universitarios constituyen un segmento importante de la sociedad al que debe prestarse atención en términos de estudio del ecologismo, puesto que han sido los líderes defensores del movimiento medioambiental moderno. Por ejemplo, el enorme éxito del primer Día de la Tierra en 1970 obtuvo la mayor parte de su reconocimiento gracias a la cruzada ecoló-

gica dirigida por estudiantes universitarios de toda la nación, ya que en la campaña participaron aproximadamente unas 1.500 escuelas universitarias (Harper, 1996). Además, Steffoff (1995) observó que durante el Día de la Tierra unos 10 millones de niños procedentes de varias escuelas públicas participaron en alguna forma de actividad medioambientalmente responsable, mientras que varios millones participaron en varios campus universitarios. El Día de la Tierra sirvió de importante catalizador del conglomerado de las tradicionales inquietudes medioambientales conservacionistas-proteccionistas, de clase media, estudiantiles y urbanas para la corriente principal del movimiento ecológico moderno (Faber y O'Connor, 1989).

Se han realizado varios trabajos sobre estudiantes de escuelas universitarias referentes a sus actitudes medioambientales, intenciones de poner en práctica comportamientos medioambientalmente responsables y conductas de responsabilidad personal. Por ejemplo, Thompson y Gasteiger (1985) analizaron las actitudes ecológicas de los estudiantes de la universidad de Cornell en 1971 y 1981 en términos de sacrificio o voluntad por abandonar varios elementos que potencialmente podrían tener algún impacto medioambiental. El estudio indicaba que la preferencia por un estilo de vida económico o materialista de finales de la década de los setenta y principios de los ochenta estaba asociada con una menor voluntad por sacrificar comodidades materiales por causa del medio ambiente. De la misma forma Gigliotti (1992) analizó si los estudiantes de la Universidad de Cornell en 1990 habían cambiado de actitud. Al igual que los resultados obtenidos por Thompson y Gasteiger (1985), los estudiantes de 1990 resultaron ser más materialistas que los de 1971 y 1981. Siguiendo esta misma línea, un estudio elaborado por Krause (1993) de la conciencia medioambiental de los estudiantes matriculados en dos cursos diferentes sobre ecología reveló que éstos deseaban actuar responsablemente con respecto al medio ambiente, pero no estaban dispuestos a realizar sacrificios. Sin embargo, a diferencia de los resultados obtenidos por Thompson y Gasteiger (1985) y Gigliotti (1992), un estudio realizado entre estudiantes de economía de la Universidad de British Columbia indicó que éstos demostraban poseer actitudes marcadamente ecológicas (Shetzer, Stackman y Moore, 1991). Además, era más probable

que los estudiantes matriculados en cursos de la rama científica demostraran sus inquietudes por el medio ambiente, ya que probablemente habían ampliado sus conocimientos sobre la energía (Moore, 1981). Además, en la universidad de Pennsylvania State, McGuire (1992) observó una relación positiva en la que los estudiantes que afirmaban estar preocupados por el medio ambiente tenían más probabilidades de registrar intenciones medioambientalmente responsables.

Según varios estudios empíricos, las actitudes, intenciones y conductas medioambientales de los estudiantes no licenciados no son coherentes. Además, escasean las investigaciones sobre la correspondencia entre la actitud y el comportamiento medioambiental de los estudiantes de escuelas universitarias. Es importante preguntarse si los que mantienen actitudes favorables al medio ambiente practican de hecho conductas medioambientalmente responsables. Es decir, ¿las actitudes ecológicas se traducen en conductas medioambientalmente responsables? Según diversos estudios sobre actitudes y conductas ecológicas (varias poblaciones) los encuestados que indicaron poseer una actitud favorable o elevados niveles de preocupación por el medio ambiente tenían más probabilidades de implicarse en conductas medioambientalmente responsables. No obstante, la conexión causal resultó ser floja o muy modesta (véase Borden y Schettino, 1979; Dunlap y Van Liere, 1978; Gamba y Oskamp, 1994; Gigliotti, 1992; guagnano, Sern y Dietz, 1995; Hines, Hungerford y Tomera, 1987; Jewell, 1978; Maloney y Ward, 1973; Ostman y Parker, 1987; Oskamp, Harrington, Edward, Sherwood, Okuda y Swandon, 1991; Scott y Willits, 1994; Tarrants y Cordell, 1997; Van Liere y Dunlap, 1981; Vogel, 1996).

Tarrant y Cordell (1997) indican que los noventa registraron el mayor nivel de ecologismo con respecto a las actitudes públicas, aunque las conductas medioambientalmente responsables no incrementaron simultáneamente. ¿Por qué la gente no logra poner en práctica conductas medioambientalmente responsables cuando expresan actitudes favorables a la protección del medio ambiente? Esta débil o moderada relación puede deberse a varios factores. De hecho, se han citado tres factores principales como razones que contribuyen a la débil previsibilidad de la relación entre actitud y conducta (Tarrant y Cordell, 1997; Tarrant y Green, 1999): 1) Es-

pecificidad de actitud (medidas específicas frente a medidas generales), 2) Medición de actitudes y 3) Efecto de factores externos.

El primer gran obstáculo para una medición actitudinal-conductual parte del uso de una medida actitudinal específica, en oposición a una general. Ajzen y Fishbein (1980) observaron que las actitudes específicas están relacionadas con comportamientos concretos y, de la misma forma, que las actitudes generales se corresponden con conductas generales. No obstante, la investigación empírica ha respaldado el uso de medidas actitudinales generales para predecir una multitud de comportamientos (véase Dunlap y Van Liere, 1978; Weigel y Weigel, 1978). De hecho, en el estudio de un meta-análisis realizado por Hines y otros (1986), se halló una diferencia mínima (correlación) entre la utilización de una medida actitud-conducta específica y una general.

El segundo obstáculo tiene que ver con la medición de actitudes. La preocupación medioambiental es en general un concepto muy amplio que puede tener varios significados para diferentes individuos. Debido a su generalidad, los investigadores han empleado varios enfoques para identificar el nivel de preocupación de los individuos. Se han utilizado tres enfoques diferentes para medir esta preocupación medioambiental (Freudenburg, 1991). Los primeros estudios operacionalizaban las conductas medioambientales preguntando a los encuestados por su nivel de preocupación por los diferentes problemas del medio ambiente. El segundo enfoque pedía a los encuestados que valoraran los pros y los contras, como el incremento o reducción de la financiación para la protección del medio ambiente o la protección en vez del crecimiento económico. Finalmente, el tercer enfoque implicaba «acuerdos medidos con elementos» que representan ideologías abstractas como la «metáfora de la nave espacial» o la Escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) (Dunlap y Van Liere, 1978). Por eso los diferentes resultados pueden deberse a los distintos enfoques empleados por los investigadores.

Finalmente, el tercer obstáculo tiene que ver con el efecto de las variables externas sobre la correspondencia entre actitud y conducta. Las variables externas podrían ser comportamientos sociodemográficos, normativos, características de personalidad (como el locus de control, conocimiento y orientación política) así como

condiciones situacionales (Tarrant y Cordell, 1997, p. 621-622). Entre estas variables, la sociodemografía y la orientación política han captado la mayor parte de la atención de la investigación empírica y en esencia se han empleado para examinar los efectos sobre las actitudes ecológicas o comportamientos medioambientalmente responsables. (Tarrant y Cordell, 1997). Por ejemplo, las mujeres expresaron una mayor preocupación medioambiental que los hombres, pero también eran menos propensas a ser participativas (activas) en organismos o actividades ecologistas (Mohai, 1992). De la misma forma, las mujeres tenían más probabilidades que los hombres de expresar niveles más elevados de preocupaciones medioambientales sobre un enclave concreto (Davidson y Freudberg, 1996) y también era más probable que participaran en comportamientos de consumo verde (Ozanne, Humphrey y Smith, 1999). A la inversa, en una muestra de residentes de Kentucky, los hombres estaban ligeramente más preocupados y eran más conscientes de los problemas medioambientales que las mujeres (Arcury, Scollay y Johnson, 1987).

Con respecto a la localidad, los estudios han identificado correlaciones positivas entre la proximidad con áreas urbanas y las actitudes favorables al medio ambiente, de modo que los individuos de áreas urbanas están más preocupados por los problemas medioambientales que los procedentes de áreas rurales (Robertson y Burdge, 1999). Además, según un meta-análisis de conductas favorables al medio ambiente, Hines y otros (1986) concluyeron que los individuos con formación superior y los que disponen de los mayores niveles de ingresos tendían a participar más en actividades favorables al medio ambiente. De la misma forma, los individuos más jóvenes tenían una probabilidad ligeramente superior de participar que individuos más mayores.

Aunque estos resultados son de utilidad, faltan estudios que determinen el papel de estas variables moderadoras en la relación general entre actitud y conducta. Las variables moderadoras, como las sociodemográficas, funcionan como variables independientes y no actúan como antecedentes de actitudes en la relación entre actitud y comportamiento. Son variables causales más que efectos y actúan al mismo nivel que otras independientes, como actitudes en la contingencia actitud-comportamiento (Baron y

Kenny, 1986). Utilizando este enfoque, Tarrant y Cordell (1997) han contribuido a la documentación de este campo explorando la influencia de las variables externas como variables moderadoras en la relación entre actitud y conducta medioambiental, en vez de actitudes o conductas independientes. Por ejemplo, descubrieron que las mujeres registraban correlaciones significativamente superiores entre actitud y comportamiento medioambiental que los hombres. De la misma forma, los encuestados con al menos algún tipo de formación universitaria mostraban una correspondencia superior a la de los encuestados que carecían de este tipo de estudios.

Para perpetuar esta línea de investigación, el propósito de este estudio fue el de explorar la influencia de las variables moderadoras (género, clase, especialidad, ciudad natal y orientación política) sobre la relación entre actitud y conducta medioambiental de los estudiantes universitarios dentro de tres disciplinas diferentes (Recreación y Gestión de parques, Gestión de hostelería, restauración e instituciones y Ciencia, Tecnología y Sociedad). Nos centramos en los estudiantes porque serán los futuros guardianes, educadores, políticos, urbanistas y administradores de lo relativo al medio ambiente. Es más, los estudiantes de Recreación y Gestión de parques podrán ser administradores y resulta fundamental valorar su nivel de ecologismo para ver si mantienen actitudes más favorables con respecto al medio ambiente y si son más participativos medioambientalmente que los estudiantes de otras disciplinas. Además, la universidad proporciona una atmósfera en la que las actitudes, valores y creencias de los estudiantes son susceptibles de varios niveles de cambio. Los estudiantes están en una edad en la que pueden interpretar racionalmente diferentes temas, tanto sociales como medioambientales o políticos. Basándose en su consideración actual sobre el medio ambiente, pueden utilizarse varios enfoques para facilitar un sistema que fomente el cambio en su forma de pensar, si es necesario. Además, una institución de educación superior proporciona una atmósfera favorable al aprendizaje y la comunicación de temas medioambientales y puede constituir los cimientos de un comportamiento activo. De ahí que sea importante determinar el nivel de ecologismo de los estudiantes y de los asuntos que actualmente afectan a nuestro entorno.

## Método

### *Muestreo*

Los datos se recogieron en una importante universidad del nordeste de Estados Unidos situada en un enclave rural. Se encuestó a dos clases de tres departamentos (Recreación y Gestión de parques; Gestión de hostelería, restauración e instituciones y Ciencia, Tecnología y Sociedad) durante las dos últimas semanas de abril de 1998. Los cuestionarios se administraron durante el periodo lectivo y el tiempo necesario para completar la encuesta fue de aproximadamente 10 ó 15 minutos. Todos los estudiantes que acudieron al centro los días en que se recogieron los datos aceptaron participar en el estudio.

### *Operacionalización de actitudes medioambientales y conductas medioambientalmente responsables*

#### Actitudes medioambientales:

Normalmente, la Escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) se ha utilizado para valorar las inquietudes medioambientales generales de varias poblaciones. La ideología NEP incorpora el papel del hombre, la noción de los límites de la capacidad de carga, la finitud de los recursos y el estilo de vida ecológico como componentes clave (Catton y Dunlap, 1978; Dunlap y Van Liere, 1978). Basándose en este marco conceptual, Dunlap y Van Liere (1978) probaron empíricamente en un estudio de la población general del estado de Washington (EE UU) la ideología NEP empleando 12 elementos de tipo Likert variables entre (1) Totalmente de acuerdo y (4) Totalmente en desacuerdo. Sus resultados indicaron que las creencias generales de la población con respecto al medio ambiente estaban asociadas con la limitación del crecimiento, un equilibrio entre naturaleza y desarrollo económico y la necesidad de coexistencia entre el hombre y la naturaleza.

Dunlap, Van Liere, Mertig, Catton y Howell (1992) avanzaron una versión revisada de la escala de 15 elementos en formato Likert de 5 puntos, que partía desde (1) Totalmente de acuerdo y lle-

gaba hasta (5) Totalmente en desacuerdo. La escala revisada se basó conceptualmente en «cinco facetas potenciales de una visión ecológica del mundo». Las facetas eran: 1) realidad de los límites para el crecimiento, 2) antiantropocentrismo, 3) fragilidad del equilibrio natural, 4) rechazo del exencionalismo y 5) posibilidad de una crisis o catástrofe ecológica (Dunlap y otros, 1992, p.6). Sin embargo, los diseñadores de la nueva escala (conocida por la *Escala del Nuevo Paradigma Ecológico* revisada) siguen conservando su argumento unidimensional y observan que basándose en su análisis la escala «muestra una significativa coherencia interna» (p. 8). La escala NEP revisada no se ha utilizado en muchas ocasiones en los últimos tiempos (salvo Floyd y Noe, 1996; Floyd y Noe, 1997; Stern y otros, 1995), en gran medida debido a la gran cantidad de investigaciones sobre su antecesora y la disponibilidad de otras escalas establecidas que miden las actitudes medioambientales. Este estudio empleó la escala revisada para renovar el interés por la ideología del Nuevo Paradigma Ecológico.

## **Conductas medioambientalmente responsables**

El Índice del Comportamiento Medioambientalmente Responsable (ERBI) fue elaborado por Smith-Sebasto en 1995 para predecir el comportamiento medioambientalmente responsable de los estudiantes no licenciados. El ERBI está formado por 24 elementos con el siguiente formato de respuesta de 5 puntos: 1 (Casi nunca), 2 (Ocasionalmente), 3 (A veces), 4 (Con frecuencia), 5 (Normalmente). El índice tiene que ver con las conductas medioambientales de responsabilidad personal y la primera pregunta dice «¿Con qué frecuencia ...(elementos)». Además, a modo de guía los puntos se definen así: *Casi nunca* se utiliza para indicar «en menos del 10% de las veces que hubiera podido»; *Ocasionalmente* se define como «en aproximadamente el 30% de las veces que hubiera podido»; de la misma forma, *A veces* significa aproximadamente el 50% de las veces, *Con frecuencia* como el 70% de las veces y *Normalmente* cerca del 90%.

Según N.J Smith-Sebasto (comunicación personal del 3 de noviembre de 1998), la escala es unidimensional en el sentido de que

se diseñó para medir la información personal referente a conductas medioambientalmente responsables. No obstante, se diseñó para incluir al menos una referencia a cada categoría del uso de ERB: acción cívica (3 elementos), acción educativa (5 elementos), acción financiera (7 elementos), acción legal (2 elementos), acción persuasiva (1 elemento) y acción física (6 elementos). Basándose en este marco, el índice se diseñó conceptualmente para determinar diferentes conductas medioambientales de responsabilidad personal. En este estudio, la escala se trató como un índice único.

## Resultados

### *Perfil de los sujetos*

De las seis clases se obtuvo una muestra útil de 540 sujetos en el que el coeficiente de género estaba prácticamente equilibrado (55% hombres y 45% mujeres). La composición de la muestra por departamentos incluía un 49% del de Gestión de hostelería, restauración e instituciones (HR&IM), un 18% del de Ciencia, Tecnología y Sociedad (STS) y un 33% del de Gestión de Recreación y Parques (RPM) respectivamente. Debe señalarse que los estudiantes matriculados en las clases del segundo departamento estaban realizando varias especialidades. Cerca del 29% procedían del primer ciclo (estudiantes de primer y segundo curso), mientras que el 71% pertenecían a clases de segundo ciclo (estudiantes de tercero y últimos cursos). La edad media era de 21 años, sin embargo, un pequeño porcentaje (menos del 5%) estaba compuesto por estudiantes adultos reincorporados.

La mayoría (74%) de los estudiantes procedían del estado de Pennsylvania, el 7% de New Jersey y el 5% de Nueva York. El 14% restante procedía de estados cercanos como Virginia, Ohio y Connecticut. En términos de localidad, la variable se codificó originalmente en las siguientes categorías: a) granja, rancho o área rural; b) población pequeña con menos de 9.999 habitantes; c) población mayor con entre 10.000 y 49.000 habitantes; d) pequeña ciudad con entre 50.000 y 90.000 habitantes; e) ciudad mayor con entre 100.000 y 249.999 habitantes y f) área metropolitana con más

de 250.000 habitantes. Sin embargo, las categorías se recodificaron para proporcionar una distribución de mayor frecuencia. Tras la recodificación, el 29% de la población de muestra indicaba que su ciudad natal era un área rural/población pequeña; cerca del 35% señalaba que se trataba de una población mayor; mientras que 36% consideró que procedía de una ciudad pequeña/ciudad mayor/área urbana o metropolitana. De la misma forma, la orientación política se recodificó de una escala original de 5 puntos a una dicotomía entre liberal y conservador. La categoría liberal estaba formada por «muy liberal y moderadamente liberal», mientras que la conservadora consistía en «muy conservador y moderadamente conservador». No se incluyó ninguna categoría neutral en esta dicotomía. Cerca del 61% se calificaron de liberales y el 39% conservadores.

**Tabla I**  
Perfil de los encuestados

Características	Frecuencia	Porcentaje
<i>Género</i> (n = 531)		
Hombres	290	55
Mujeres	241	45
<i>Clase</i> (n = 532)		
Primer ciclo (est. de primero y segundo)	152	29
Segundo ciclo (tercero y resto de cursos)	380	71
<i>Especialidad</i> (n = 530)		
Gestión de hostelería, Rest. e Inst.	261	49
Gestión de Recreación y Parques	174	33
Ciencia, Tecnología y Sociedad	95	18
<i>Ciudad natal</i> (n = 529)		
Población -10.000 (población pequeña)	153	29
Población -49.999 (población grande)	187	35
Población +50.000 (ciudad)	189	36
<i>Orientación política</i> (n = 283)*		
Liberal	174	61
Conservadora	109	39

Nota: Los porcentajes válidos se han redondeado para resultar 100%.

\* La categoría neutral (n=206) no se incluyó en el análisis.

## Actitudes medioambientales (NEP)

Los 15 elementos de la escala se sometieron inicialmente a un análisis resumido básico de frecuencia. El análisis reveló una actitud favorable al medio ambiente, no obstante, no obtuvo un respaldo (estar de acuerdo con los enunciados favorables al medio ambiente) mayoritario. Sólo hubo dos elementos, «a pesar de nuestras habilidades especiales los humanos siguen sometidos a las leyes de la naturaleza» y «las plantas y los animales tienen tanto derecho a existir como los seres humanos» recibieron un respaldo del 80%. Sin embargo, entre el 66% y el 76% apoyó la noción de que «los hombres estaban abusando excesivamente del medio ambiente» y «la interferencia del hombre en la naturaleza con frecuencia produce consecuencias desastrosas». De la misma forma entre el 51% y el 64% estaba de acuerdo con la idea de un «límite de la cantidad de personas que puede soportar la tierra» y «si las cosas siguen su trayectoria actual pronto viviremos una importante catástrofe ecológica». En términos de la metáfora de la nave espacial, cerca del 54% expresaron su acuerdo, mientras que el 65% creía que «el equilibrio de la naturaleza es muy delicado y fácilmente perturbable» (véase la tabla 2).

**Tabla II**

Distribuciones de frecuencia (en porcentajes) de las actitudes medioambientales de los estudiantes universitarios (escala NEP revisada)

Enunciado del cuestionario**	TA	MA	I	MD
Si las cosas siguen su trayectoria actual pronto viviremos una importante catástrofe ecológica	17.5	34.9	31.6	13.4
La tierra es como una nave espacial con espacio y recursos muy limitados	16.7	36.8	21.8	22.1
Los hombres están abusando excesivamente del medio ambiente	28.1	48.1	10.0	12.1
El equilibrio de la naturaleza es muy delicado y fácilmente perturbable	20.6	44.3	20.0	12.4
Estamos acercándonos al límite de la cantidad de personas que puede soportar la tierra	16.9	34.0	27.0	15.1

Tabla II (continuación)

Enunciado del cuestionario**	TA	MA	I	MD
La interferencia del hombre en la naturaleza con frecuencia produce consecuencias desastrosas	21.0	45.9	14.7	16.5
El equilibrio de la naturaleza es lo suficientemente fuerte como para hacer frente a los impactos de las naciones industriales modernas	3.5	14.6	27.6	37.5
La tierra dispone de muchos recursos naturales, sólo debemos aprender a desarrollarlos	22.1	39.4	18.6	14.3
El ingenio humano garantizará que no hagamos de la tierra un lugar invivible	4.5	24.6	38.2	25.2
Los hombres acabarán por aprender lo suficiente sobre el funcionamiento de la naturaleza y podrán controlarla	4.1	24.7	28.0	30.2
La denominada crisis ecológica a la que se enfrenta la humanidad se ha exagerado enormemente	3.5	15.8	32.8	32.8
Los hombres tienen derecho a modificar el entorno natural para satisfacer sus necesidades	7.4	27.9	20.1	32.7
Las plantas y los animales tienen tanto derecho a existir como los hombres	51.0	28.9	8.5	8.0
Los hombres estaban destinados a gobernar por encima de la naturaleza	9.2	17.5	17.1	30.5
Pese a nuestras capacidades especiales, los hombres siguen sometidos a las leyes de la naturaleza	42.4	42.9	12.3	1.7

\*\* Codificado en una escala de tipo Likert de 5 puntos donde TA (1) = Totalmente de acuerdo; MA (2) = Moderadamente de acuerdo; I (3) = Indeciso; MD (4) = Moderadamente en desacuerdo y TD (5) = Totalmente en desacuerdo.

En cambio, los encuestados expresaron cierto grado de respaldo de la mentalidad del cuerno de la abundancia. Aproximadamente el 62% respondió que «la tierra dispone de muchos recursos naturales, sólo debemos aprender cómo desarrollarlos». Sin embargo, menos del 35% estuvo de acuerdo con asuntos como que «los hombres tienen derecho a modificar el entorno natural para satisfacer sus ne-

cesidades»; «el ingenio del hombre garantizará que no haremos de la tierra un lugar invivable» y «los hombres acabarán por aprender lo suficiente sobre el funcionamiento de la naturaleza como para poder controlarla». Los encuestados también reconocieron que «el equilibrio de la naturaleza no es lo suficientemente fuerte como para soportar los impactos de la tecnología moderna» y que «la denominada crisis ecológica no ha sido muy exagerada». En general, los encuestados fueron congruentes y expresaron su apoyo al Nuevo Paradigma Ecológico revisado. Se probó la coherencia interna de los elementos de la escala NEP y se identificó un valor alfa de Cronbach aceptable de .83. Tras el análisis de fiabilidad, los valores medios de los elementos de la escala se computaron para diseñar una puntuación del índice compuesta y única para las Actitudes medioambientales.

### Conductas medioambientalmente responsables (ERBI)

Las distribuciones de frecuencia de los 24 elementos del ERBI también se examinaron y los resultados se ilustran en la tabla 3.

**Tabla III**

Distribuciones de frecuencias (en porcentajes) de las conductas medioambientalmente responsables de los estudiantes universitarios (Escala ERBI)

Enunciado del cuestionario**	CN	OC	AV	FC
<i>Con qué frecuencia has...</i>				
Utilizado jabones o detergentes sin fosfatos biodegradables	36.9	18.7	22.7	14.2
Leído las etiquetas de los productos para ver si los envases eran seguros	36.6	22.1	21.7	14.2
Evitado comprar productos envasados como aerosoles	29.1	16.6	15.5	17.0
Comprado un producto por estar empaquetado en contenedores reutilizables o reciclables	21.7	23.9	25.8	19.1

Tabla III (continuación)

Enunciado del cuestionario**	CN	OC	AV	FC
Cambiado de marca por tus inquietudes por el medio ambiente	31.9	23.2	25.4	15.2
Dejado de comprar en una empresa por no preocuparse por el medio ambiente	38.3	23.6	23.6	10.6
Evitado restaurantes que colocan la comida para llevar en contenedores de espuma de poliuretano	55.1	19.7	14.2	6.7
Comprado productos fabricados con material reciclable	9.5	14.1	30.3	26.6
Reducido el uso del coche y usado el transporte público, compartido automóvil	46.1	46.0	20.3	10.3
Escrito a tus representantes expresando tus opiniones sobre problemas del medio ambiente	83.8	7.6	4.8	1.9
Investigado antes de votar a tus representantes su interés sobre temas medioambientales	70.6	10.6	11.0	5.6
Utilizado medidas legales para impedir actos que creías perjudiciales para el medio ambiente	78.2	10.7	6.0	3.8
Denunciado delitos medioambientales a las autoridades competentes	72.2	14.3	7.7	3.6
Votado por un político debido a su trayectoria de protección del medio ambiente	64.2	13.4	14.0	6.2
Donado dinero o pagado cuotas de una organización conservacionista	54.7	13.9	17.8	8.7
Unido a iniciativas comunitarias de limpieza	36.4	25.2	22.0	11.6
Mirado programas de TV sobre el medio ambiente	20.2	18.5	25.8	19.7
Hablado con otras personas sobre temas medioambientales	21.7	23.6	26.9	17.9
Leído publicaciones que se centran en temas medioambientales	29.0	26.7	24.3	14.4
Intentado aprender qué hacer para resolver problemas medioambientales	28.4	28.0	22.6	15.2
Matriculado en un curso con el único objetivo de aprender más sobre problemas medioambientales	54.5	18.7	14.4	6.2
Reciclado botellas de vidrio, jarras o latas	5.6	7.8	15.2	28.1

Tabla III (continuación)

Enunciado del cuestionario**	CN	OC	AV	FC
Reciclado periódicos viejos	8.2	8.9	17.1	24.3
Clasificado la basura para separar el material reciclable de lo no reciclable	12.1	12.5	18.5	24.1

\*\* Codificado en una escala de tipo Likert de 5 puntos donde CN (1) = Casi nunca, menos del 10% de las veces que hubiera podido; OC (2) = Ocasionalmente, cerca del 30% de las veces que hubiera podido; AV (3) = A veces, cerca del 50% de las veces que hubiera podido; FC (4) = Frecuentemente, cerca del 70% de las veces que hubiera podido y NR (5) = Normalmente, cerca del 90% de las veces que hubiera podido.

Entre el 56% y el 71% de los encuestados indicaron que habían participado en gran medida (70%-90% de las veces) en el reciclado (botellas de vidrio, jarras, latas de aluminio, periódicos viejos) y en separar la basura (reciclable y no reciclable). Cerca del 46% señaló su gran participación en la compra de productos fabricados con material reciclado y el 39% observó que evitaba adquirir productos en aerosoles. Además, el 29% señaló que compraba productos porque estaban empaquetados en contenedores reutilizables o reciclables. Del mismo modo, el 35% afirmó haber participado en gran medida en la visión de programas de TV sobre temas medioambientales y el 28% hablaba con otras personas sobre este tipo de temas. Con respecto a una participación inferior (10%.-30% de las veces) los elementos que pertenecían al proceso político (investigar y elegir representantes) recibió la menor participación (81%-91%). Además la matriculación en un curso por el único motivo de desear aprender más sobre temas medioambientales registró una baja participación (73%). En general, la participación en varias conductas medioambientalmente responsables no fue mayoritaria, salvo en la cuestión del reciclaje. Se probó la coherencia interna de los elementos dentro del ERBI y se identificó un valor alfa de Cronbach aceptable del .93. Tras el análisis de fiabilidad, los valores medios de los elementos de la escala se computaron para diseñar un único índice compuesto para las Conductas medioambientalmente responsables.

## Relación entre la actitud y la conducta medioambientales

El objetivo de este estudio fue el de examinar la influencia de las variables moderadoras (género, clase, especialidad académica, ciudad natal y orientación política) sobre la relación entre actitud y conducta medioambientales. Para examinar la diferencia entre la actitud y conducta medioambiental de cada variable moderadora, se empleó la prueba de transformación Z de Fisher. La Z de Fisher es una herramienta estadística en la que los valores  $r$  se transforman en puntuaciones  $z$  y se prueba la diferencia entre ambas correlaciones (Cohen y Cohen, 1983; Shavelson, 1991).

Sin embargo, antes de realizar la prueba Z de Fisher, el primer paso era dicotomizar las variables moderadoras: género (hombres y mujeres), clase (clases de primer y segundo ciclo) y orientación política (liberal y conservadora) eran dicotomías, pero la especialidad académica y la ciudad natal eran cada una variables de tres categorías. Puesto que la prueba Z de Fisher sólo permite un análisis comparativo de dos coeficientes, se formularon tres combinaciones posibles de cada variable. Por ejemplo: se crearon evaluaciones comparativas entre estudiantes de Gestión de Recreación y Parques (RPM) y Gestión de hostelería, restauración e instituciones (HR&IM), del primero (RPM) con Ciencia, Tecnología y Sociedad (STS) y finalmente de este último (STS) y Gestión de hostelería, restauración e instituciones (HR&IM). Se diseñó una estructura similar para la variable de la ciudad natal.

El segundo paso implicaba utilizar la correlación  $r$  de Pearson, en la que el índice actitudinal medioambiental era correlativo al índice conductual de cada variable moderadora. El coeficiente de correlación de dos variables se generó independientemente para cada categoría dentro de la variable moderadora. Por ejemplo, primero se generó el coeficiente de correlación de los hombres, seguido por el de las mujeres. Tras finalizar este proceso, el tercer paso implicó la transformación de los coeficientes de correlación en puntuaciones  $z$  individuales para cada categoría. Finalmente, las puntuaciones  $z$  se utilizaron para probar la diferencia entre la correspondencia entre actitud y comportamiento de cada variable de moderación. Con el fin de obtener significación en el nivel .05, el valor Z debe ser al menos 1.96. Este proceso de análisis es réplica del trabajo de Tarrant y Cordell (1997).

Según esta técnica de análisis, sólo dos de las nueve evaluaciones comparativas utilizando las puntuaciones de la transformación Z de Fisher obtuvieron significación en el nivel .05 (véase la tabla 4).

**Tabla IV**

Tests de la diferencia entre las correlaciones entre actitud y conducta medioambientales de estudiantes universitarios mediante la transformación Z de Fisher

Características	Relación actitud-conducta		
	r	n	Z
<i>Género</i>			
Hombre	.33**	290	2.20*
Mujer	.49**	241	
<i>Clase</i>			
Primer ciclo (alumnos de primero y segundo)	.27**	152	2.54**
Segundo ciclo (alumnos de tercero y cuarto)	.48**	380	
<i>Especialidad</i>			
RPM	.37**	174	0.60
HR&IM	.42**	261	
RPM	.37**	174	1.24
STS	.50**	95	
HR&IM	.42**	261	0.84
STS	.50**	95	
<i>Ciudad natal</i>			
Población de -10.000 (población pequeña)	.42**	153	0.80
Población de -49.999 (población grande)	.49**	187	
Población de -10.000 (población pequeña)	.42**	153	0.33
Población de +50.000 (ciudad)	.39**	189	
Población de -49.999 (población grande)	.49**	187	1.20
Población de +50.000 (ciudad)	.39**	189	

Tabla IV (continuación)

Características	Relación actitud-conducta		
	r	n	Z
<i>Orientación política</i>			
Liberal	.49**	174	0.81
Conservadora	.41**	109	
<i>Todos los encuestados</i>	.43**	539	

\* significativo a nivel .05 (significación de dos colas).

\*\* significativo a nivel .01 (significación de dos colas).

El primer análisis significativo fue la prueba de la diferencia entre hombres y mujeres en términos de la correspondencia entre actitud y conducta medioambiental. Las mujeres mostraron una correlación superior a la de los hombres. Igualmente, la segunda relación significativa mostró que las clases superiores (de tercero y cuarto o quinto curso) mostraban una mayor correspondencia entre actitud y comportamiento. No se identificó una diferencia significativa entre las orientaciones políticas. Además, pese a diferentes combinaciones de análisis de especialidades académicas y ciudades natales, no se registraron diferencias significativas en las correlaciones entre actitud y conducta medioambientales.

## Conclusión

En general, los estudiantes de esta muestra eran favorables al medio ambiente y apoyaban la ideología NEP, pero carecían de un respaldo mayoritario. De hecho, según las distribuciones de frecuencia (escala NEP) uno podría deducir en cierta medida que los estudiantes de esta muestra tendían a respaldar la dependencia de la tecnología para combatir los problemas medioambientales. La cuestión que se plantea es por qué adoptan los estudiantes esta pos-

tura de apoyo intermedio. Es un hallazgo interesante puesto que contradice la noción de que es más probable que los que han recibido formación sean favorables a cuestiones medioambientales (Roper Organization, 1990; Wall, 1995). Sin embargo, también existen estudios empíricos que no han logrado generar relaciones significativas entre educación y preocupación medioambiental (Shean y Shei, 1995; Thompson y Gasteiger, 1985) ni nivel de implicación o sacrificio por asuntos del medio ambiente (Borden y Schettino, 1979; Gigliotti, 1992).

En esta muestra los departamentos de RPM y STS ofrecen cursos relacionados con el medio ambiente. Sin embargo, de las seis clases de la muestra (2 clases por departamento), las dos del departamento de RPM y HR&IM eran cursos de segundo ciclo (tercero y cuarto o quinto), mientras que las dos clases del de STS estaban compuestas por estudiantes de primer y segundo curso. Según esta composición, la muestra estaba formada por un 71% de estudiantes de clases del segundo ciclo. Aunque los estudiantes de RPM fueran de tercero y cuarto o quinto curso, no se sabe si habían realizado algún curso relacionado con el medio ambiente, puesto que no son obligatorios para todos los estudiantes (el programa de RPM está formado por varias opciones de especialización). Además, puesto que los estudiantes de las clases de STS eran de primer ciclo, no es probable que hubieran asistido a muchos cursos relacionados con el medio ambiente. Sin embargo, las dos clases de STS de la muestra habían tenido un componente medioambiental durante el curso y como se encuestó a los estudiantes al final del trimestre es plausible que ya poseyeran algún conocimiento relativo con el medio ambiente. Las clases de HR&IM y RPM de la muestra eran clases exclusivamente de marketing e investigación respectivamente.

Con respecto a las conductas medioambientalmente responsables, en general, los estudiantes no fueron muy participativos. De hecho, el comportamiento activista en el campus reflejó la menor participación, mientras que el reciclaje obtuvo la mejor. Una posible explicación al fenómeno del reciclaje podría ser el hecho de que la región dispone de un sistema muy eficaz de recogida de material reciclable semanal. Los residentes de esta zona reciben una lata naranja que deben sacar (con material reciclable) a la entrada

principal de la casa una vez por semana. De ahí que pueda tratarse de una norma social el tomar parte en esta actividad y como el sistema está en funcionamiento, puede que el reciclaje se haya convertido en una rutina normal para los individuos. Newhouse (1990) recogió sentimientos similares y escribió «si existiera una norma social para la conducta medioambientalmente responsable, tal vez más personas se comportarían de forma responsable, incluso aunque carecieran de actitudes sólidas favorables a la protección del medio ambiente» (p. 27). De la misma forma, Hallin (1995) observó que la implantación del reciclaje depende de la conveniencia, la participación visible del resto y de la remuneración. La remuneración ha sido un poderoso incentivo para la participación y las personas pueden participar en este programa independientemente de sus preocupaciones por el medio ambiente. Sin embargo, el reciclaje es una de las conductas medioambientalmente responsables más familiares y la participación ha aumentado a lo largo de los años debido a la legislación (una ley sobre el vidrio) puesto que la participación voluntaria es limitada (Roper Organization, 1990). Sin embargo, el coeficiente de participación conductual general es coherente con los resultados de otros estudios (véase Tarrant y Cordell, 1997 para revisar los estudios de conductas de responsabilidad personal).

En términos de la correspondencia entre actitud y conducta medioambientales, las mujeres mostraron una correlación superior a la de los hombres. Esta conclusión coincidió con la de Tarrant y Cordell (1997). Además, no debería sorprendernos, puesto que la investigación empírica ha demostrado permanentemente que las mujeres presentan actitudes medioambientales superiores y que es más probable que participen en conductas favorables al medio ambiente. De la misma forma, los estudiantes de segundo ciclo demostraron tener una correlación superior actitud-conducta que los de primer ciclo. De nuevo, este hallazgo no debe sorprender, puesto que debe aceptarse que a medida que los estudiantes progresan en su educación van enfrentándose a diversos problemas medioambientales dentro o fuera de las paredes de las aulas.

Como este estudio se centraba en estudiantes universitarios que serán los futuros administradores y guardianes de este planeta, la cuestión que nos planteamos es «¿Cómo rectificar la falta de parti-

«participación?». Es obvio en este estudio que, contrariamente a las creencias populares, los universitarios no licenciados no son participativos medioambientalmente hablando. ¿Es por la falta de conciencia o es que los universitarios han adoptado una postura descuidada o pasiva? Una posible estrategia sería la de imponer un curso relacionado con el medio ambiente para crear esta conciencia. La creación de una conciencia medioambiental puede ser fundamental para desarrollar interés, que a su vez puede fomentar la acción. Por ejemplo, Mangas, Martínez y Pedauye (1997) observaron que los estudiantes de biología al asistir a un curso de educación ambiental aumentaron sus conocimientos sobre el medio ambiente y a su vez cambiaron de actitud durante ese año académico.

La población de muestra no representa necesariamente a la población general de estudiantes de EE.UU., por eso las conclusiones no pueden generalizarse. Sería interesante analizar el nivel de ecologismo de los estudiantes universitarios en toda la nación, por regiones o estados. Este enfoque intersectorial añadiría credibilidad en términos de generalización de los resultados sobre las relaciones entre los estudiantes y su nivel de ecologismo. Además, aunque solo resultaron significativas según la prueba de transformación Z de Fisher dos correlaciones comparativas, las correlaciones de dos variables entre actitudes y conductas medioambientales para cada una de las variables moderadoras fueron significativas al nivel de .01. De hecho, los valores  $r$  de todas las variables de moderación fueron bastante elevados. El mayor valor de correlación fue  $r = .50$ , mientras que el inferior fue  $r = .27$ . Según el enfoque de Tarrant y Cordell (1997), este estudio pretendía examinar el papel de las variables moderadoras en la contingencia entre actitud y conducta medioambiental. Otros estudios posteriores deberían intentar analizar el papel de variables similares como moderadoras y mediadoras de esta relación, puesto que las actitudes de forma aislada sólo han demostrado mantener una relación débil o modesta con las conductas.



# Recreación y vida cotidiana, un estudio sobre el patio escolar

*Víctor Pavía*

La presente es la comunicación de un trabajo de investigación en curso. Se trata de un estudio sobre las cualidades del patio y sus restricciones y posibilidades como espacio de recreo a partir del análisis de un caso. Un estudio realizado con el propósito de obtener el título de post grado en la Maestría en Teorías y Políticas de la Recreación. Dicha Maestría, organizada por la Facultad de Turismo de la Universidad del Comahue, en la Patagonia argentina, constituyó una propuesta académica de convocatoria amplia que atrajo a profesionales de disciplinas diversas. En mi caso particular, asistí desde mi oficio como docente; una docencia orientada principalmente hacia el juego y el tiempo libre en los patios de instituciones formales y no formales (escuelas primarias, colegios secundarios, institutos terciarios, universidades, clubes, colonias de vacaciones y campamentos).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> La tradición pedagógica nos identifica a los docentes de la educación física, como los trabajadores del patio. Es en esos «corrales transitorios» (sentido original de la palabra patio que a muchos nos suena casi literal) donde pasamos buena parte de nuestra práctica laboral. Quizá esto explique no sólo lo que elegí estudiar, si no también desde dónde lo elegí, y las resonancias de la experiencia profesional en la definición del problema.

## Antecedentes del estudio

La elección de un tema no es, lo saben todos aquellos que han pasado por la experiencia, una tarea ágil y aliviada. Uno se expone a multitud de ecos difíciles de seguir al principio. Para mi fortuna, muchas de esas resonancias reiteraban interrogantes que venían de antes. Dichos interrogantes habían comenzado a gestarse en el transcurso de trabajos prácticos sobre espacios de juegos, realizados en mis cátedras de Metodología de las Actividades Estético Expresivas e Introducción a la Problemática del Tiempo Libre y La Recreación, y en los seminarios para graduados que, sobre esa misma temática, tuve la responsabilidad de coordinar; experiencias de campo con resultados diversos que constituyen las fuentes directas del problema de tesis. Muchas de las preguntas orientadoras del proceso de indagación fueron formuladas ya en tales circunstancias, sin que en su momento las pudiéramos satisfacer con argumentos sustantivos al carecer de un referente teórico/metodológico confiable.

En el plano de los antecedentes científicos,<sup>2</sup> subrayo los trabajos de Giddens sobre tiempo, espacio y regionalización; de Díaz Muñoz sobre espacio y tiempo en la actividad cotidiana de la población (y a través de ellos, los de Hägerstrand, sobre geografía histórica); de Heras Montoya sobre comprensión del espacio educativo; de Domenech & Viñas sobre organización del espacio en el centro educacional; de Trilla sobre el espacio material y social de la escuela; de Grugeon sobre género y cultura en el patio de recreo y del Dr. Alfredo Furlan sobre curriculum y gestión.

El lector encontrará también en este informe resonancias del Traditional Games Project lanzado a principio de los setenta por el Instituto de Psicología de la Universidad de Belgrado con el auspicio de UNESCO y OMEP, y de los proyectos de investigación y extensión que dirigí con el auspicio de la Universidad Nacional del Comahue (proyectos que han sido presentados también en este Congreso).

Observar con pretensiones investigativas las actividades del recreo en el patio de una institución escolar se parece mucho al juego

---

<sup>2</sup> Señalando que, en este caso, la palabra antecedente remite más a influencias teóricas y/o metodológicas que a empatía temática, ya que no he podido conocer estudios similares al que aquí presento.

de mirar en un caleidoscopio: cualquier leve movimiento de giro, cualquier imperceptible rotación, muestra un objeto diferente, mientras el que creíamos tener focalizado, cambia, se oculta o desaparece. El patio de recreo es un espacio particular incluido a su vez dentro de otro espacio también particular: la escuela (nivel supraunitario) (Samaja/93:166 y ss), que puede ser incluido dentro del concepto genérico: espacios públicos de socialización (abriendo perspectivas de análisis, por ejemplo, institucionales). Si se considera el nivel subunitario (Samaja. Opus Cit.) se verá que en ese espacio particular —definido como nivel anclaje— se organizan pequeños espacios singulares de límites no siempre fáciles de precisar: una «cancha» de bolitas, el lugar establecido para las figuritas, el territorio acordado para una mancha, son buenos ejemplos de lo dicho (por lo que el análisis puede abrir paso a perspectivas psicológicas, sociales, culturales, etc.). Y aún si uno se concentrara sólo en características espaciales del patio como tal, el estudio podría abrirse a análisis comparativos con otros espacios de recreo como, por ejemplo, plazas y parques infantiles (comparación sincrónica directa); o entre las representaciones docentes respecto del patio escolar de su infancia y el patio de la escuela en la que trabaja (comparación sincrónica indirecta); o de su evolución en el contexto de la arquitectura escolar y las tendencias del sistema educativo argentino (tendencia de desarrollo en una comparación diacrónica), etcétera.

Pero la mirada bien puede detenerse también en la consideración del recreo en tanto tiempo particular. Tiempo particular dentro de otro tiempo particular: el escolar (con sus períodos, ciclos, años, cuatrimestres, etc. y sus recesos de verano, invierno y fin de semana). Tiempo particular que puede ser considerado a su vez en el contexto de la vida cotidiana de un individuo, una comunidad o una cultura determinada. Sin olvidar que durante el tiempo de recreo se organiza también (vuelvo a considerar el nivel subunitario) los tiempos dedicados a distintas actividades y, dentro de estas, el tiempo singular de algunas de ellas: primer tiempo, segundo tiempo.

Y si se habla de actividades de recreo<sup>3</sup>, estas pueden constituirse en sí mismas en un tema de estudio ofreciendo al análisis distin-

---

<sup>3</sup> En este informe he preferido utilizar «actividades» en un sentido más genérico y abarcativo, evitando, cada vez que fue posible, utilizar la palabra juego debido a

tas dimensiones: el control social; la disciplina, la transgresión y resistencia; la agresión y la violencia; los problemas de género; el desarrollo motor; la impronta socio cultural en los gestos; etcétera. Al igual que los casos anteriores, lo enunciado es sólo una pálida muestra de posibilidades y combinaciones que ofrece la riqueza de un campo complejo.<sup>4</sup>

Este fugaz ejercicio de problematización del campo, es al sólo efecto de ilustrar cómo, desde el mismo momento de la elaboración del proyecto, se plantearon las tensiones entre diferentes caminos a seguir. Y cierta desazón en la medida que el problema no resultaba fácilmente neutralizable. Como a menudo ocurre, el tema elegido representó un punto de entrecruzamiento de problemas diversos magnificado, en este caso, por la elección de un modo de exploración abierto, diferente a los modelos de «procedimiento cerrado», con un cuerpo teórico previo disponible a propósito del que se han organizado determinadas hipótesis (Henry & Moscovici en Furlán/97:148 y ss.).<sup>5</sup>

## **El problema y la metodología**

Ya he enunciado cómo la complejidad de un estudio de las actividades de recreo en una institución escolar enfrenta al indagador con infinidad de problemas diversos. La estrategia seguida para atravesar con éxito un campo temático de la complejidad señalada

---

las dificultades epistemológicas que tal utilización acarrearía en tanto, al decir de diferentes autores, no es «un concepto científico en sentido estricto» (Elkoinin/78:24) ni representa a «un grupo homogéneo de actividades.» (Dickerson/93:345) (Ver Pavía: Juego e Investigación, reflexiones sobre una práctica y El Modo Lúdico, aportes para una didáctica del jugar).

<sup>4</sup> Complejidad que me hace pensar en la posibilidad de, utilizando los resultados obtenidos con este estudio, continuar la tarea con un proceso de investigación sostenido en el largo plazo.

<sup>5</sup> Esta búsqueda abierta, aunque sistemática y rigurosa, se ve reflejada en los sucesivos ajustes al proyecto que partió de una pregunta general a cerca de las actividades de recreo en una institución escolar para concentrarse finalmente en las cualidades del patio y su uso, en función de sus posibilidades y limitaciones del espacio recreativo.

respetando el carácter abierto del estudio encarado, fue la de ceñirse a un cuerpo de preguntas orientadoras. Preguntas básicas que funcionaron como hilo conductor en la búsqueda de respuestas puntuales sobre cuestiones también puntuales. A continuación presento las principales.

### 1. Preguntas orientadoras y recorte del problema

El primer interrogante, de índole general, enfoca al patio que es el soporte material para las actividades diarias de recreo; cupo preguntarse entonces (influido por García & Tamayo y sus reflexiones acerca del «escenario como dictador»): ¿Cómo son sus trazos, dimensiones y conexiones? (García & Tamayo. El escenario como dictador Configuración metropolitana y experiencia cotidiana. En Revista *Nueva Sociedad*/93.

La segunda pregunta de índole general guarda relación con los habitantes cotidianos del patio, cupo preguntarse entonces: ¿Cómo se apropian los niños de ese espacio en particular, cuáles son sus recorridos y puntos de encuentro y detención? El tercer interrogante de índole general guardaba relación con el tema de la maestría cursada: ¿Qué características particulares le dan —o no— al patio condición de espacio recreativo?. Estos interrogantes de índole general derivaron en un cuerpo de preguntas más específicas: ¿Qué dicen las normas de arquitectura escolar sobre el patio de recreo? ¿Ha habido cambios al respecto? ¿Qué hace que un patio sea más o menos ameno? ¿Cuáles son los lugares del patio más usados durante el recreo? ¿Cuál es el tiempo de permanencia promedio en cada uno de ellos? ¿Hay diferencias por sexo? A este cuerpo de preguntas orientadoras básicas se le agregaron otras de índole metodológica ¿Cómo se pueden registrar los desplazamientos del patio? ¿Cómo identificar los lugares de permanencia? ¿Cómo objetivar las cualidades que le dan al patio su carácter de espacio de recreo?, entre otras de mayor especificidad —aunque de menor magnitud— que se irán planteando a lo largo de este informe.

Estos interrogantes generales, estas preguntas orientadoras básicas, contribuyeron a delimitar una problemática que mostraba, en principio, la presencia ya mencionada de tres grandes dimensiones

como constante: tiempo (considerado en este caso particular como «el recreo»); espacio (considerado en este caso particular como «el patio») y actividad (acotada en este caso particular a «formas de uso»).

Por las razones que se explican más adelante (Justificación del problema), durante el desarrollo del trabajo de campo fue adquiriendo primacía la dimensión espacial. Me concentré entonces en un estudio exploratorio de las cualidades del patio como espacio de recreo; complementado con la descripción de alguna de las formas de uso por parte de los niños y niñas; sin que este planteo de análisis coordinado obligara a establecer relaciones causales. A los efectos de no complejizar el problema hasta niveles que excedieran los propósitos de este estudio, la consideración de la dimensión temporal fue atemperada manteniéndola sólo como referente contextual. (Se trató de un estudio del patio durante un tiempo de recreo entendido como unidad).<sup>6</sup> A partir de este ordenamiento el terreno de estudio ofreció la ventaja de mostrarse bien señalado: los objetos lo constituyeron las cualidades del patio como espacio de recreo y alguna de las formas de uso por parte de los niños y niñas de la salita «Naranja» del Jardín de Infantes Estatal N.º 6 de la ciudad de Neuquén, entendido como caso.<sup>7</sup>

Durante el estudio se utilizó la palabra recreo tal como se la utiliza desde el lenguaje común en los ámbitos educativos; vale decir: para señalar un periodo de descanso, de interrupción de la tarea, como esparcimiento y distracción provisional. Es necesario advertir que, dada su proximidad semántica es posible asociar recreo con recreación y esta asociación apresurada puede llevar a equívocos conceptuales; el recreo en la escuela no implica necesariamente la posibilidad de acceder a experiencias recreativas en sentido estricto como bien lo ha señalado Stensaasen:

---

<sup>6</sup> Esto no fue obstáculo para que el tiempo reapareciera en otros momentos del estudio no ya como dimensión cualitativa (tiempo de recreo) sino como variable cuantitativa en los modos de uso (tiempo de permanencia de los niños en un determinado lugar).

<sup>7</sup> Utilizo aquí el término cualidad en sentido estricto en tanto propiedad, atributo, y característica de una cosa que la diferencia de otra (Diccionario Santillana de la Lengua/92). Sin especificar —agrega el diccionario— «se entiende que es positiva».

«El participar de una u otra actividad (...) que difiere del trabajo diario, no necesariamente debe significar que se logre la recreación. Demasiado a menudo, dice Corbin (1970, p.9) “las actividades son repetitivas más que recreativas, superficiales en lugar de significativas y debilitadoras en lugar de restaurativas”. Debido a este hecho, es claro que no todas las actividades llamadas recreativas son en un sentido genuino re-creativas.» (Stensaasen, S.: «Educación para la recreación por medio de la actividad física». En *Federación Internacional de Educación Física* (F.I.E.P.). *Boletín*. Vol. 51. Sept/81).

Investigar el carácter recreativo o no las actividades realizadas durante el recreo constituye un problema de estudio en sí mismo, que queda aquí abierto a futuras indagaciones desde las Teorías y Políticas de la Recreación.<sup>8</sup>

Resumiendo. Puede observarse que el estudio experimentó un ligero pero significativo movimiento (según la metáfora del caleidoscopio) respecto del planteo inicial. Primitivamente se había recortado en primer plano el estudio de las actividades en general y del juego en particular (desde un enfoque etnográfico clásico) contrastando con las condiciones del escenario. Durante el proceso de estudio, el peso significativo de algunos interrogantes no satisfechos llevó mi atención hacia la dimensión espacial acotada en este caso a las cualidades del patio como espacio de recreo.<sup>9</sup> Sin perder de vista el accionar de los protagonistas (un patio de recreo vacío es, parafraseando a Bachelard «inimaginable»), la indagación fue realizada desde una perspectiva más de índole «topológica» y las categorías de análisis se relacionaron con las ideas de: lugar, recorrido, carácter, amenidad.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Los alumnos de la Maestría en Teorías y Políticas de la Recreación tuvimos la posibilidad de acceder a una exhaustiva compilación de textos sobre el tema (Adorno, Bullón, Comes, Dumazedier, Moreno, Munné, Pain, Schiller, Toti, Waichman) que da cuenta de su riqueza y complejidad (Ver Zamora Fernández, R. Maestría en Teorías y Políticas de la Recreación. Módulo 2. Seminario sobre Marco Conceptual del Tiempo Libre. Mimeo. Universidad Nacional del Comahue. Facultad de Turismo. Neuquén. Septiembre de 1996).

<sup>9</sup> De este proceso de ajuste sucesivo, consecuencia como ya se ha dicho, de una propuesta exploratoria abierta, dan cuenta los sucesivos títulos y subtítulos de la tesis.

<sup>10</sup> Utilicé la idea de «topológico» en sentido etimológico directo, como «estudio del lugar» (Corominas/73) en tanto «lugar» es en este estudio una categoría central

## 2. *Referente empírico y referentes teóricos*

Ya he señalado que el estudio se realizó principalmente en el patio de el Jardín de Infantes Estatal N.º 6 de la ciudad de Neuquén. El establecimiento fue elegido a raíz de los comentarios recibidos sobre las bondades de su patio (caso reputado atípico). También trabajé sobre las normas y pautas de arquitectura escolar y sobre bibliografía temática específica. Subsidiariamente realicé observaciones de contrastación en el patio del Jardín de Infantes anexo de la Escuela Estatal Primaria N.º 124 de la zona rural de Centenario, entendido como caso opuesto.

En el orden de los referentes teóricos, además de los autores hasta aquí mencionados debo señalar a: Alexander (El Modo Intemporal de Construir); Atkinson & Robinson (Medios y Recursos de Esparcimiento Adecuados a la Forma Urbana de Vida); Augé (Los No Lugares); Bourdieu (Efectos de lugar); De Certeau (Prácticas de Espacio); Goffman (Las Regiones y la Conducta); Hunter (Repensar la Escuela); Rigal (La Organización Espacial) Sacristán y Pérez Gómez (Comentarios sobre Currículum).

## 3. *Estrategias de abordaje*

De manera resumida puedo reiterar que la información tanto de campo como documental se trabajó con una lógica de tratamiento esencialmente cualitativa (aunque incluye un ejercicio cuantitativo) que permitiera cumplir con los objetivos de comprender las cualidades del patio de recreo, describir algunas formas de uso e identificar interpretando restricciones y posibilidades como espacio recreativo, «desde» un caso reputado atípico, con un diseño exploratorio-descriptivo abierto y de desarrollo espiralado.

---

(un estudio socio pedagógico del lugar). Como se informará más adelante, en la organización perceptiva del espacio las informaciones topológicas, «caracterizan las relaciones cualitativas del espacio percibido...». Las relaciones topológicas «son inherentes al objeto y no se extienden a las relaciones con los otros objetos». (Rigal/85:549-50)

El desarrollo en espiral permitió vincular potenciando, no sólo teoría y empiria, si no también las dimensiones del problema: la del espacio y la de las actividades; y las unidades de análisis: las «cualidades» y «formas de uso», abordadas de manera coordinada sin que este abordaje coordinado, como se ha dicho, obligara en esta etapa a establecer entre ambas relaciones directas de tipo causal.

La información fue revelada a partir de:

- Exploración bibliográfica selectiva: bibliografía especializada, normativas oficiales específicas, periódicos, revistas de actualidad.
- Entrevistas no estructuradas a docentes (aunque es de destacar que con las entrevistas se buscó menos la recolección de datos específicos que la orientación de la investigación, en la media que de las respuestas, así como de las observaciones de contraste en un caso opuesto, se obtuvieron pistas para, por analogía o abducción, construir interrogantes y categorías de análisis).
- Observaciones del uso del patio por parte de las niñas y niños durante el recreo. Observaciones no estructuradas y estructuradas. Para las observaciones estructuradas se recurrió a la adaptación libre de un instrumento inspirado en estudios de geografía histórica de Hägerstrand y seguidores (Giddens/84:143 y ss.). Básicamente, son mapas de recorrido que facilitarán la realización de análisis diacrónicos y sincrónicos y la elaboración de muestreos estadísticos.<sup>11</sup>

### *Justificación del estudio*

¿Qué justifica concentrarse en el estudio de las cualidades del patio de recreo? Como en toda justificación, la trama argumental

---

<sup>11</sup> Dicho esto sin pretensiones objetivistas, en la medida que, en este caso, el mapa no existe en la mente del que lo recorría sino en la del observador. «La metáfora —dice Ibáñez/94:113— funciona como copia, la metonimia como mapa (...) El mapa conecta con lo copiado: es el instrumento para su manejo. En el mapa se puede situar el sujeto que actúa como conector. La copia pertenece al orden de la información (extraída mediante la observación), el mapa al orden de la neguentropía (inyectada mediante la acción) (...) Información y neguentropía traducen los dos sentidos de la palabra información: informarse de y dar forma a...»

que organiza la respuesta integra aspectos personales y coyunturales diversos. Intentaré exponerles sintéticamente.

En primer lugar la consideración del problema desde la perspectiva infantil. En estudios previos al que aquí se informa (Pavía y otros/92) se constató que para una reveladora cantidad de niños y niñas los fugaces momentos cotidianos de recreo constituyen la actividad más valorada. En algunos casos esta valoración positiva se relaciona con las ventajas del espacio físico (por deficiente que este sea, siempre es algo más que el de un departamento); en otros por el estímulo que representa la presencia de compañeros de la misma edad (ante la falta de hermanos o las dificultades de acceso seguro a compañeros en la vecindad); en otros por una combinación de los dos factores. Sin embargo, dicha actividad no es considerada en los estudios de «presupuesto de tiempo» tan caros a la sociología del tiempo libre (Zamora & García/88:25 y ss), en la medida que se halla subsumida en el ítem obligaciones escolares y, por lo tanto, consideradas dentro del tiempo ocupado; a pesar de que existen recomendaciones específicas de que sean tenidas en cuenta.<sup>12</sup>

En segundo lugar, la consideración de concepción escolar del juego en el patio desarrollada por distintas teorías de la enseñanza. La influencia de experiencias diversas y aún opuestas propician, desde modelos diferentes, la inclusión del juego en el aula preocupadas por desarrollar recursos cada vez más eficientes para la enseñanza (Leif- Brunnelle/78:74 y ss). En contraste con la valoración del juego en el aula como recurso didáctico, la actividad del patio fue dejando de tener el tratamiento que, como tema, tuvo en otros tiempos (ver, por ejemplo, Denis/80:47 y ss.; González Canda/75:17 y ss; Hunter/94:95 y ss.; sobre el particular). Como comentarios anecdóticos (aunque ilustrativos) puede decirse que en el diccionario de Ciencias de la Educación (Santillana/94) de 1431 páginas, la palabra «patio» no tiene entrada; que en el anteproyecto

---

<sup>12</sup> Respecto de las actividades recreativas el arquitecto Domenico Jervolino sugiere «cinco zonas donde se podría actuar con un plan de emergencia en materia urbanística considerando la relación juego-niño: las zonas verdes, las zonas peatonales, los campos de juego, las estructuras residenciales, las estructuras escolares.» (Capalbo: Arquitectura Pre escolar. En González Canda et. alt/75:78).

de Criterios y Normativa Básica de Arquitectura Escolar producido por el Ministerio de Cultura y Educación de la Nación (versión 1/96) con 110 páginas de minuciosas especificaciones técnicas, el patio no tiene tratamiento en función de un uso particular como espacio de recreo; que en los Contenidos Básicos Comunes para el Nivel Inicial del Ministerio de Cultura y Educación de la Nación (versión/96) el tiempo libre y la recreación no reciben tratamiento específico; puede agregarse, además, que sobre las actividades del patio, «no hay ninguna normativa escrita», aunque «sí se suele hablar mucho en las reuniones sobre los problemas del patio» (Directivo de Jardín de Infantes). En el ámbito educativo y en el de las ciencias aplicadas a los problemas de la educación, el patio se reconoce como escenario de otras problemáticas no vinculadas a lo recreativo: la discriminación (Grugen), el disciplinamiento (Gómez, Puigrós), reproducción social (Milstein & Méndez), etc. Se está frente a un tema —el patio de recreo— poco visitado por los investigadores en los últimos años. Esta omisión quizá se justifique en el hecho que los investigadores del tiempo libre y la recreación identifican este espacio con la escuela y por lo tanto como objeto exclusivo de las ciencias de la educación; en tanto los investigadores de las ciencias de la educación lo identifican como un lugar ajeno a las aulas y por lo tanto alejado de los problemas de la enseñanza. Omisión calificada que en su momento justificó la elección del tema y la manera de abordarlo, como un aporte que contribuya a comenzar a salvar ese déficit.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Pierre Bourdieu decía que los atletas negros de elite que representaban a las grandes universidades norteamericanas, vivían «en una especie de ghetto dorado» en razón de que los universitarios de derecha no hablan con los negros y que los de izquierda no hablan con los deportistas de élite. (Bourdieu: Intervención ante el grupo de estudio sobre «Vida Física y Juegos» de los CEMEA franceses en Noviembre de 1980. Traducido como Programa para una Sociología del Deporte, en Bourdieu/88:173). Y si bien Bourdieu recurrió a esta parábola para ilustrar su sensación de que a la sociología del deporte «la desdennan los sociólogos y la desprecian los deportistas», el hecho tiene cierta analogía con la comentada falta de estudios sobre el patio de recreo. Podría uno decir, parafraseando al sociólogo francés, que al patio escolar lo desdennan los pedagogos y lo ignoran los teóricos del tiempo libre y la recreación.

## 1. *El patio escolar en tiempos de reformas educativas*

Pero la elección del tema no se justificó sólo por la ausencia de estudios sobre el patio de recreo; hubo, además, preocupación por el carácter de su transformación. Los espacios destinados a actividades recreativas libres están siendo progresivamente reducidos en sus dimensiones. En las escuelas ya construidas se anexan cada vez más aulas, y en la construcción de las nuevas las proporciones sugeridas para el patio se han modificado a la baja. A principios de los setenta se consideraba que para un patio de Jardín de Infantes: «La proporción ideal sería de 6 a 10 metros cuadrados por niño, pero pueden aceptarse 400 metros cuadrados cada cien niños.» (Capalbo: *Arquitectura Pre Escolar*. En González Canda y otros/75:19). En el anteproyecto de Criterios y Normativa Básica de Arquitectura Escolar ya citado (correspondiente a la transformación educativa organizada en la Argentina a través de la llamada Ley Federal de Educación - N.º 24.195) se indican 2 m<sup>2</sup> de «espacios exteriores». (Criterios y Normativa Básica de Arquitectura/96:16); al tiempo que se aconseja la «maximización del uso del recurso físico» de modo tal que permita establecer «una correcta relación costo-beneficio» y «ajustar y definir el número y tamaño de locales necesarios a los requerimientos estrictamente imprescindibles...» (Criterios y Normativa Básica de Arquitectura/96:2), de manera tal de lograr un uso intensivo del espacio escolar según los objetivos de la transformación educativa. La totalidad de estas propuestas pregonan el aumento del tiempo escolar sin evidenciar un interés equivalente del espacio. Todo lo contrario. El aumento formal de la permanencia de niños y niñas dentro del sistema se ha hecho, en la mayoría de los casos, a costa de una utilización intensiva de los edificios.<sup>14</sup>

Pero, dice Godínez: «Es un fraude a la sociedad pensar que el niño está bien escolarizado porque tenga un pupitre y un asiento en un aula cerrada» (Godínez citado por Heras Montoya/97:29). Si

---

<sup>14</sup> Tendencia que en España, por ejemplo, sólo se corrigió «cuando el descenso vertiginoso de la natalidad de la población tuvo como consecuencia un descenso progresivo de la matrícula.» (Domenech & Viñas/97:47). Fenómeno que en Neuquén no sucederá, al menos en el corto plazo, atento a sus indicadores de crecimiento demográfico.

Godínez pensaba, entre otras demandas, también en los patios de recreo, su exigencia de algo más que «un pupitre y un asiento en una aula cerrada» entra en conflicto con las ya citadas recomendaciones de «maximización del uso del recurso físico», «correcta relación costo-beneficio» y locales ajustados a «requerimientos estrictamente imprescindibles». La ponderación de lo que debería entenderse por una correcta relación costo-beneficio, tanto como la de los «requerimientos estrictamente imprescindibles», no es fácil de establecer cuando se habla de un patio de recreo; a menos que se incorpore al análisis los aportes de las teorías y políticas de la recreación. Por ejemplo. Si en la normativa de arquitectura escolar se valora el uso óptimo de una instalación cuando su utilización «supere el 80% del tiempo escolar disponible» (Criterios y Normativa Básica de Arquitectura Escolar/96:6), el patio de recreo difícilmente alcance una valoración positiva ya que, por propia definición, su utilización se reduce a unos escasos minutos diarios de tiempo liberado.<sup>15</sup> Una ponderación más ajustada del patio debería incluir la valoración de las actividades realizadas en ese espacio y el espacio mismo incorporando otras perspectivas de análisis. Dice Vinciguerra:

«Probablemente no esté todavía claro en la mente de muchos que el ordenamiento escolar, la aplicación de métodos activos, el organismo arquitectónico llamado escuela, la organización del tiempo libre, de las actividades deportivas y la urbanística no son problemas diferentes que se tengan que resolver individualmente sino aspectos concatenados de un mismo problema que no encontrará solución si se continúa ignorando algunos de sus aspectos particulares.» (Vinciguerra, citado por Capalbo: *Arquitectura Pre escolar*. En González Canda et. al/75:78)

---

<sup>15</sup> «Por tiempo liberado entendemos los momentos del día liberados de una ocupación obligatoria. No se entra a considerar qué se hace en ese tiempo liberado (...) es un concepto de índole más bien cuantitativo más propio de los estudios “Time Budget” o distribución cuantitativa del tiempo cotidiano». «Por el contrario el concepto de tiempo libre nos remite a una dimensión subjetiva del individuo; a lo que cada individuo recorta o percibe como sus momentos libres.» (Sirvent: *Educación, Tiempo Libre y Realidad Argentina*. En revista *Recreación*. Mar/98). Si bien, como se aclara más adelante, tiempo libre y tiempo liberado no se incluyen en este estudio como categorías de análisis, debo señalar que otros autores las entienden en sentido contrario al aquí expresado. (Ver, por ejemplo, Comes/67).

Podrá decirse que las demandas recreativas de la población en general y de los niños y niñas en edad pre-escolar en particular, deberían de ser orientadas de modo tal que se satisfagan en otros espacios. Pero en la ciudad de Neuquén, desde donde se realiza este estudio, la falta de espacios públicos recreativos es un problema en sí mismo: «Según los números que manejan los técnicos del Plan Urbano Ambiental (PUA) que depende de la Municipalidad, la ciudad cuenta con 550 espacios verdes y recreativos, entre plazas, plazoletas y otros para 232.463 habitantes» por lo que «el estándar de espacios verdes a escala barrial en la ciudad es de 1.5 m<sup>2</sup> por habitante, muy por debajo de los 16 m<sup>2</sup> que aconseja como mínimo aceptable la Organización Mundial de la Salud.» («Plazas y parques en Neuquén». En CALF: *La Revista*. Oct/98).

No sólo se han reducido los patios, sino que no se construyen espacios públicos alternativos para la recreación. Queda así planteado un nuevo problema para una futura posible investigación.

## 2. *La escuela como lugar*

Regreso a la escuela y a la necesidad de un planteo cualitativo del espacio, para agregar un elemento más a la justificación del estudio realizado. Dice Santos Guerra (autor de «Hacer Visible lo Cotidiano» entre otras obras de consulta frecuente en el magisterio): «Tradicionalmente se ha estudiado el espacio escolar a través de mediciones de superficies y de exigencias mínimas por número de escolares. No se ha contemplado con interés, frecuencia y rigor la dimensión cualitativa del espacio escolar...» (Santos Guerra, prólogo. En Heras Montoya/97:12).

De todas maneras:

«Todos sabemos que una escuela puede tener espacios exigüos, pero, en cambio, una pedagogía excelente. Freinet, Pestalozzi, Montessori, etc. no tuvieron, a veces, grandes ni excelentes arquitecturas y, a pesar de ello, desarrollaron pedagogías excelentes. Por el contrario, magníficos edificios albergan pedagogías más que deficientes. Ello ha llevado a la conclusión errónea de que el espacio es importante pero poco... » sin embargo «Todos los análisis de la arquitectura que construyen o conciben los ni-

ños, apuntan a la misma conclusión esencial: para ellos la arquitectura es un lugar no un espacio (...) Hegel y Heidegger ya analizaron con precisión estos conceptos y denunciaron lo que sucedería si nos empeñáramos en confundir espacio geométrico y lugar. Pero le hemos hecho muy poco caso. Si hablamos de “lugar” escolar, espacio temporal por lo tanto y no de espacio escolar, las cosas cambian.» (Muntanyola Thornberg: «Espacio y cultura, una revolución educativa pendiente». En *Cuadernos de Pedagogía*. May/88. Pág. 8)

Precisamente, una parte sustancial del estudio que aquí se justifica estuvo dedicado a la comprensión de la escuela (en general) y del patio (en particular) como «lugares». En ese sentido puede decirse que la idea de lugar operó como «concepto sensible» (Filsted: *Métodos Cualitativos*. En Cook & Reichard/82:66) de una búsqueda básicamente exploratoria.

### 3. *Otras transformaciones*

Sobre el final de este apartado dedicado a justificar la elección del tema estudiado, es conveniente señalar algunos elementos colaterales. Tal incorporación resulta de la inevitable percepción estrábica del investigador social. Mientras que con un ojo hace foco en el problema recortado y su justificación peculiar, con el otro percibe signos provenientes del contexto en donde ese problema particular se inscribe. En consecuencia, antes de abandonar esta introducción para dedicarme específicamente a informar acerca de las cualidades del patio y su uso como espacio de recreo, quiero, si no desarrollar al menos explicitar, algunos fenómenos socio-políticos y tecnológicos que han comenzado a impactar en los modos de percibir y entender el espacio. Como no es objeto de esta tesis analizar en particular tales transformaciones, me limitaré a una exposición de enunciados extraídos de bibliografía disponible. He seleccionado los textos que a continuación expongo, con el convencimiento de que coadyuvan, por contraste, a justificar la elección del problema de mi interés.

En un texto dedicado a realzar la obra y la figura del arquitecto socialista Fermín Bereteride, Molina y Vedia se preguntan cuánto

habría impactado en él «el brusco cambio de las viejas ciudades y geografías conmovidas por la avalancha de transformaciones tecnológicas y científicas». Para hacer gráfica su preocupación el autor agrega: «De un espacio urbano y arquitectónico atado a la secular escala de los cuatro kilómetros por hora del paso del hombre, a otro con los cien kilómetros por hora de los automóviles, enseguida los mil de los aviones, y casi simultáneamente la velocidad infinita de las comunicaciones.» (Molina y Vedia/97:7)

García Canclini (autor, entre otras, de *Las Culturas Populares en el Capitalismo*) manifiesta:

«Las búsquedas más radicales acerca de lo que significa estar entrando y saliendo de la modernidad son las de quienes asumen las tensiones entre desterritorialización y reterritorialización. Con esto me refiero a dos procesos: la pérdida de la relación “natural” de la cultura con los territorios geográficos y sociales, y, al mismo tiempo, ciertas relocalizaciones territoriales relativas, parciales, de las viejas y nuevas producciones simbólicas.» (García Canclini/90:288).

Sobre el mismo tema, Renato Ortiz dice: «Toda desterritorialización es acompañada por una reterritorialización (...) la desterritorialización tiene la virtud de apartar el espacio del medio físico que lo aprisiona, la re-territorialización lo actualiza como dimensión social.» (Ortiz/96:63). Afirmación que el autor citado realiza después de haber sostenido como argumento principal que: «... la mundialización de la cultura y, en consecuencia, del espacio, debe ser definida como transversalidad», que «no existe una oposición inmanente entre local/nacional/mundial» y que «el modo de vida de varios grupos sociales es hoy, en buena medida, desterritorializado.» (Ortiz/96:61). Los estudios y los cálculos de los publicitarios de los hombres de marketing —agrega Ortiz— muestran esto muy bien. «Algunos comportamientos, en relación con el consumo y la manera de organización de la vida, son análogos en Tokio, París, Nueva York, San Pablo y Londres.» (Ortiz/96:62). Esta afirmación pone en tensión la idea de lugar antropológico «ubicable» a partir de fronteras físicas y geográficas precisas (Auge/92:49 y ss.) y la idea de un espacio social transversal, de límites menos definidos. Aún cuando «de hecho, el espacio social se traduce en el espacio

físico pero siempre de manera más o menos turbia...» (Bourdieu/93:120) (un tema que se tubo especialmente en cuenta en el momento de «ubicar» el referente empírico de nuestro estudio).

Pero no sólo las fronteras del espacio físico se han tornado difusas, también el mundo de la fabulación se confunde con el real. Frente a determinados descubrimientos tecnológicos, hay quienes pronostican que el límite entre la fantasía y la realidad podría romperse y que «la noción de espacio estaría, pues, en su ocaso.» (Ortiz/96:51) De entre los descubrimientos tecnológicos el que más interés a los efectos de contrastar con el tema elegido para el estudio, fue el denominado Virtual Reality (realidad virtual). Una de las posibilidades que la realidad virtual brinda es la de, por medio de la incorporación de un visor, penetrar en un espacio infográfico. Al respecto dice Catalá Domenech:

«El usuario se ve inmerso en este nuevo espacio que elimina cualquier otro punto de referencia visual que no esté dentro de sus coordenadas. Se produce, por lo tanto, una transferencia de realidad. Tan sólo el tacto podría denunciar un decalage entre las imágenes y los volúmenes, pero aun si esto no hubiera sido [ya] resuelto, al viajero de la RV le cabrían serias dudas sobre su situación real.» (C. Domenech/93:243)

Sobre el tema particular de la percepción táctil el autor citado agrega:

«Un complemento importante del proyecto, que viene a solucionar el problema táctil de la nueva realidad, es un guante electrónico (dataglove) (...) Los movimientos de la mano enfundada en el guante son transmitidos al ordenador, que se encarga de ir generando continuamente nuevos elementos espaciales (...) Actualmente se esta investigando la posibilidad de fabricar un traje con el que el usuario, una vez enfundado en el mismo, podría incorporarse totalmente dentro del espacio de la realidad virtual (...) así de rápido van las cosas en el mundo de la imagen electrónica.» (C. Domenech/93:243-44)

Es posible que la concepción actual de patio de juego (y aun la de turismo y la recreación) sea en algún momento impactada por estas transformaciones tecnológicas; no está en el interés de esta tesis analizar tales probabilidades. De todas maneras algunas de estas

incipientes propuestas de entretenimientos virtuales ya se encuentran disponibles. En Neuquén puede accederse a ellas en los modernos paseos de compras. Paseos de compras que inauguraron los también novedosos patios atemporales (patio de comida, patio de juegos); nuevos espacios indiferentes a los vaivenes del día y de la noche (la iluminación artificial constante ha eliminado también esa frontera), del frío en invierno y del calor en verano.<sup>16</sup> Cada gerente se ufana de que la fórmula de recorrido inducido «es el secreto mejor guardado por la empresa». (los investigadores de marketing «ya avisaron que es una ilusión creer que en estos laberintos uno anda por donde quiere»<sup>17</sup> El propósito, dicen los especialistas es «crear un clima atemporal y un sistema de recorridos inducidos que favorezca la permanencia y el consumo.» (Revista Noticias/98).

Mientras tanto, los docentes del Jardín de Infantes N.º 6, reputado por poseer un excelente patio de recreo, se ufanan en conseguir el dinero necesario que les permita llevar a los niños, de magros recursos económicos, a disfrutar de toda una tarde de un espacio privado con juegos «que está en la Alcorta, no sé a qué altura, que tienen para trepar, para deslizarse, con sogas para ir colgándose para ir como escalando, como distintos lugares...» (entrevista a docentes). Al respecto, finalizo este fugaz pasaje por temas colaterales con un texto de Ibáñez. Dice el sociólogo español:

«El capitalismo de consumo nos despoja —regularizándolas— de nuestras actividades de ocio y consumo: crea necesidades que se acoplen a los productos que está interesado en vender, transformando —mediante la pedagogía y la demagogia— nuestras actividades de ocio y consumo para que se acoplen a sus productos.» (Ibáñez/94:33).

No he dejado de tener presente estos temas mientras argumento en favor de un estudio sobre las cualidades del patio y sus modos de uso en función de sus posibilidades y restricciones como espacio de recreo.

---

<sup>16</sup> Contrastando con los patios de recreo donde el paso de las estaciones se siente, y las horas del día y la época del año hacen mudar lugares y tipo de juego, en busca de sol o de sombra, de frescura o calor, según los caso.

<sup>17</sup> Interesante para establecer similitudes y diferencias con los recorridos supuestamente libres de un patio de recreo.

Un estudio de estas características tiene utilidad académica para la formación y actualización de docentes, especialistas en recreación y en arquitectura escolar; en tanto viene a llenar, aunque sea en parte, la omisión existente sobre este tema. En cuanto a la utilidad social, la aspiración expresada ya desde el prólogo, es que este estudio sirva al debate público para replantear propuestas estandarizadas que generan demandas estereotipadas de recreación en la escuela. Así como, según expresa Max Neef, «una piedra tiene atributos distintos para un geólogo que para un arquitecto» (Max Neff/93:40); las cualidades de un patio de recreo adquieren visos distintos si el observador es un docente o si es un especialista en tiempo libre. No obstante la aspiración es que responsables políticos, directivos, padres, puedan encontrar en este trabajo, pistas para debatir sus ideas y aspiraciones acerca de los espacios de recreo disponibles para los niños de hoy.

## Bibliografía

- AUGE, M. (1992): *Los «No Lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. 2.<sup>a</sup> edición en español. Barcelona. Gedisa. 1994.
- BOURDIEU, P. (1988): *Cosas Dichas*. Buenos Aires. Gedisa.
- (1993): *La Miseria del Mundo*. Edición en español. Madrid. Fondo de Cultura Económica. 1999.
- CATALA DOMENECH (1993): *La Violación de la Mirada*. Madrid. Fundesco.
- COMES (1967): *Tiempo Libre, Tiempo Liberado*. Ed. en español. Madrid. Unión Editorial. 1970.
- COOK, T.D. & REICHARDT, Ch. S. (1982): *Métodos Cualitativos y Cuantitativos en Investigación Evaluativa*. 3.<sup>a</sup> edición en español. Madrid. Morata. 1986.
- DENIS, D. (1980): *El Cuerpo Enseñado*. Edición en español. Barcelona. Paidós. 1980
- DOMENECH, J. & VIÑAS, J. (1997): *La Organización del Espacio y del Tiempo en el Centro Educativo*. Barcelona. Grao.
- FURLAN (1997): *Ideología del Discurso Curricular*. México. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1990): *Culturas Híbridas*. México. Grijalbo.
- GIDDENS, A. (1984): *La Constitución de la Sociedad*. Buenos Aires. Amorrortu. 1995.

- GONZÁLEZ CANDA et. alt. (1975): *Enclicopedia Práctica Pre-escolar*. Buenos. Aires. Latina.
- HERAS MONTOYA, L. (1997): *Comprender el Espacio Educativo*. Málaga. El Algiba.
- HUNTER, I. (1994): *Repensar la escuela*. Barcelona. Pomares/Corredor. 1998.
- IBÁÑEZ, J. (1994): *Por una Sociología de la Vida Cotidiana*. 2.<sup>a</sup> edición. Madrid. Siglo veintiuno de España. 1997
- LEIF, J. & BRUNELLE, L.(1978): *La Verdadera Naturaleza del Juego*. Buenos Aires. Kapeluz.
- MAX NEEF, M. (1993): *Desarrollo a escala Humana*. Montevideo. Nordan.
- MOLINA Y VEDIA , J. (1997): *F. H. Bereterbide. Arq. La construcción de lo imposible*. Buenos Aires. Colihue.
- ORTIZ, R. (1996): *Otro territorio, Ensayos Sobre el Mundo Contemporáneo*. Buenos Aires. Universidad Nacional de Quilmes.
- PAVÍA, V. y otros (1992): *Reflexiones sobre los Juegos Infantiles Populares* (Dossier) Consejo Provincial de Río Negro.
- (1994): *Juegos que Vienen de Antes*, incorporando el patio a la pedagogía. Buenos Aires. Humánitas.
- RIGAL, R. (1985): *Motricidad Humana*. Madrid. Editorial Pila Teleña. 1987.
- SAMAJA, J. (1993): *Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires. Eudeba.
- ZAMORA, R. & GARCÍA, M (1988): *Sociología del Tiempo Libre y consumo de la población*. La Habana. Editorial de Ciencias Sociales.
- ZAMORA, R. (1996): *Marco Conceptual del Tiempo Libre*. Mimeo. Maestría en Teorías y Políticas de la Recreación. Módulo 2. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Septiembre de 1996.

### Revistas

- Boletín FIEP*. N.º 51. Sept/81.
- Cuadernos de Pedagogía*. N.º 159. May/88.
- La Revista de CALF*. N.º 226.Oct/98.
- Revista Nueva Sociedad* N.º 123. Ene/Feb. 1993.
- Revista Noticias*. Feb/98.
- Revista Recreación*. N.º 11. Mar/98

### Documentos

- MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACIÓN DE LA NACIÓN: *Criterios y Normativa Básica de Arquitectura Escolar* (versión 1/96).
- : *Contenidos Básicos Comunes para el Nivel Inicial* (versión 96).

# El estado y el ocio de los trabajadores: el recorrido del caso portugués (1935-1999)

*José Carlos Valente*

Portugal, a principios del siglo xx, presenta una vasta gama de conceptos y formas de ocio, materializados en innumerables instituciones privadas o oficiales, comerciales o asociativas. Ya existe un movimiento de base popular que, particularizándose con respecto a las áreas asociativas de corte mutualista y sindicalista (*asociaciones de clase o de resistencia*), se dedica a actividades de ocio, sobre todo *filarmónicas, grupos dramáticos* (teatro aficionado), *sociedades populares de educación y recreativas*.

Por otro lado, las reivindicaciones del movimiento obrero de reducción de horarios y en pro del descanso semanal, hacen que la cuestión del ocio sea discutida por los políticos. La República, ya en 1911, decreta el establecimiento de «*colonias de vacaciones, campestres y marítimas*» y «*escuelas al aire libre, durante la época apropiada, para los niños débiles o enfermos*», pero, en la práctica, la concretización de esas iniciativas continúa en manos de personas privadas.

Hasta mediados de la década de los treinta, no hay ningún tipo de intervención del estado en el tiempo libre de los trabajadores.

En la continuidad de la *Dictadura* de 1926, el *Estado Novo*, instituido en 1933, en su lógica totalizante de encuadre corporativo y adoctrinamiento ideológico sistemático, adopta proyectos específicos de integración política del ocio obrero y popular, a través del *SPN - Secretariado de Propaganda Nacional* (1933) y de la *FNAT - Fundación Nacional para la Alegría en el Trabajo* (1955). La «coordinación» del control del mundo rural será más tarde asegurada por la *Junta Central de las Casas del Pueblo* (1945). La creación de la *FNAT*, en 1935, encarna una estrategia de integración política, de tutela y centralización estatal de actividades y objetivos ya cultivados por asociaciones libres dedicadas al ocio popular.

Pese a todo ello, los efectos prácticos de la tutela del ocio popular por parte de los regímenes totalitarios de los años treinta despiertan curiosidades, perspectivas de aprovechamiento utilitario de contenido inverso e incluso elogios (si bien bajo reserva ideológica) en los campos en confrontación. Es el caso del diplomático inglés Henderson acerca de la organización alemana, del líder comunista Togliatti sobre la *Dopolavoro*, y del matrimonio inglés Webb acerca de la experiencia soviética.

Entretanto, las *sociedades populares de educación y recreo* empiezan en 1924, en Lisboa, un proceso de federación y, a mediados de 1934, realizan un 2.º Congreso. Son cerca de 300 las asociaciones federadas, abarcando un amplio abanico de representatividad. En 1940, en el Congreso Nacional, son aprobados los estatutos, convirtiéndose en *Federación Portuguesa de las Sociedades de Educación y Recreo*. Pero el proceso de aprobación oficial de los Estatutos iría arrastrándose debido a los obstáculos puestos por el gobierno que sólo diez años más tarde (1950) les concede aprobación oficial.

La situación se ve agravada por la creación, en 1944, de una Federación del distrito de Oporto. Desde 1949 las relaciones entre los colectivos del norte y del sur son casi inexistentes, en especial, en lo referente a las dos Federaciones —la Portuguesa y la de Oporto— restableciéndose sólo en 1973.

La posición del régimen es siempre de desconfianza, cuando no de hostilidad, ante las actividades de ocio de grupos asociativos. Además, la realización de excursiones estaba unida con fre-

cuencia a la actividad política revolucionaria. El movimiento asociativo popular, aunque fuera estatutariamente de carácter cultural, recreativo y deportivo, siempre mantuvo importantes conexiones con el movimiento obrero, correspondiendo, durante el *Estado Novo*, a muchas de las cosas que, sólo después del 25 de Abril, los trabajadores encontraron en los sindicatos. A falta de sedes de sindicatos o de otras asociaciones de clase, las colectividades eran el punto de encuentro social y libre. También el movimiento deportivo, excursionista o cultural integrado en el campismo provocó, ya en la década de los treinta, un intento de crear una asociación de alcance nacional, el *Clube Português de Campismo* (1937); pero la idea sólo se concretizó en 1941, con el *Clube Nacional de Campismo* (CNC).

La intervención del estado en al campo del ocio tenía muchos defensores en Portugal, a favor de la eficacia resultante de la concentración de recursos, siguiendo el modelo de la precursora *Dopolavoro* fascista italiana. Pero, en el seno del *Estado Novo* también rivalizan diferentes modos de control del movimiento popular.

Antonio Ferro, encargado del SPN, establece relaciones con las «sociedades recreativas» desde 1931 y, según dijo más tarde, captó inmediatamente la «*tremenda fuerza que éstas representaban en el conjunto de las actividades espirituales del País, e incluso en el campo deportivo, en resumen, en el buen humor de la Nación*». El papel del SPN ante las asociaciones populares se va traduciendo en iniciativas como el *Cinema Ambulante*, el *Teatro del Pueblo*, concursos de *Arte Dramático* y realización de espectáculos en las colectividades, a veces precedidos de mítines adoctrinadores.

A su vez, la FNAT adopta procedimientos más totalizantes, inspirados en su equivalente nacional-socialista alemana *Kraft durch Freude* (*Fuerza por la Alegría*). Empieza abarcando, a título voluntario, los organismos corporativos y las empresas que se volvieron contribuyentes, y tiene por beneficiarios a los socios de los *Sindicatos Nacionales* y de las *Casas del Pueblo* (1935). Más tarde (1940), pasa a recibir una cuota obligatoria de la organización corporativa, integrando entonces como socios beneficiarios individuales a los trabajadores inscritos. En 1943, las estructuras de la FNAT se refuerzan con la afiliación de los *Centros de Alegría en el Trabajo* (CAT).

Las realizaciones de la *FNAT* en el campo del ocio abarcan colonias de vacaciones (para niños y para adultos), gimnasia y actividades deportivas y culturales, veladas para trabajadores, comedores económicos; pero también atribuciones en el campo ideológico, como la formación de cuadros corporativos, la edición del periódico *1º de mayo*, la tutela de la *heráldica corporativa*, o los idealizados *Museos del Trabajo*. La *FNAT* llega incluso a reivindicar la hegemonía sobre el *SPN* y la *Unión Nacional* e intenta controlar las *sociedades recreativas*, oponiéndose, al mismo tiempo, a su federación autónoma de alcance nacional. La cultura popular, en la concepción de la *FNAT*, «tendrá como base la teoría etnográfica y folclórica (...) aunando la tradición con el progreso» y respetará el estilo y la mentalidad originarios, en una síntesis representativa del estilo corporativo». Desde el final de la Guerra, los contactos con organizaciones extranjeras, en intercambios para el beneficio de los asociados o en festivales deportivos se llevan a cabo casi exclusivamente con la *Obra Sindical Educación y Descanso (OSED)* de la España franquista.

En 1949, para participar en el *Concurso Internacional de Danzas y Canciones*, la *FNAT* envía a Madrid una delegación de 250 componentes de grupos folclóricos. También en 1949 se da comienzo a los *Festivales de Educación Física Luso-Españoles*, celebrados todos los años alternadamente en Lisboa y Madrid. El intercambio de asociados de la *FNAT* y de la *OSED*, en la asistencia a colonias de vacaciones en ambos países, se convierte en algo habitual.

La Dirección de la *FNAT*, en una primera fase de su actividad, tiene un plan totalizante de control organizativo y de adoctrinamiento ideológico, sobre todas las formas en las que se exprese la vida cultural y social de los trabajadores portugueses, en su tiempo de ocio.

La ejecución de ese plan es progresiva y encuentra algunos obstáculos, especialmente por parte de la patronal, de los departamentos oficiales paralelos, de las organizaciones corporativas y asociaciones populares privadas. Una de las características comunes a todo el período de 1935-1950 es la influencia en la orientación de la *FNAT* de una línea radical y populista de apoyo al régimen, amalgama de algunos ex militares nacional-socialistas interesados

en el mundo del trabajo, expresando con frecuencia un discurso antiplutocrático, reunida también desde 1936 en sectores de la *Legión Portuguesa*. Por otro lado, es nítida, igualmente, una influencia de la corriente industrialística y del reformismo agrario en los proyectos de la *FNAT*.

La *FNAT* intenta, por otra parte, controlar la organización sindical, funcionando como cúpula «coordinadora», sobre todo haciéndose eco de las cuestiones más palpitantes en el periódico *1.º de Mayo*, órgano dirigido, con gran autonomía, por un conjunto de dirigentes sindicales. La *FNAT* proporciona a los funcionarios del estado una especie de compensación parcial a la prohibición de sindicarse. Ante la organización corporativa en general, la *FNAT* intenta, incluso como meta prioritaria, constituirse en central de formación de una élite de cuadros corporativos obreros, llegando a disputar el marco de competencias del *SPN* y de la *Unión Nacional*.

En 1947, el gobierno concede un proyecto de *Círculos Militares Sindicales* y atribuye su coordinación a la *FNAT*, que visitará en Madrid la *Escuela de Capacitación Social de Trabajadores*, para evaluar la posibilidad de adaptación de aquella experiencia cuyo proceso seguía con gran interés desde 1945.

En suma, por comparación, no se aplica a la *FNAT* la caracterización que Togliatti atribuye a *Dopolavoro* —«la más voluntaria y menos fascista»— algo distanciada del núcleo de organizaciones más estructurantes del régimen. Por el contrario, la organización portuguesa —por algunas de las competencias que ejerció y por otras que reivindicó— pretendía ejercer en el *Estado Novo* un papel más amplio que el atribuido a sus equivalentes en el marco de los regímenes que las tutelaban; resultado directo de las características del régimen de Salazar, sin un partido de masas, sin una milicia pionera de implantación propia, sin una organización centralizada y con capacidad de iniciativa en el mundo del trabajo.

La ambición sobre las sociedades populares de cultura y de tipo recreativo y el mundo rural genera iniciativas de una enorme agresividad que exceden, sobre el terreno, los propios límites estatutarios trazados en 1940.

El relativo fracaso de estas pretensiones resulta, por una parte y más allá de las resistencias en el seno de su propia Dirección, de la

participación funcional que el régimen tiende a implantar en el control del ocio popular, de la «cultura popular» y del mundo del trabajo rural; y, por otro lado, de las restricciones de las veleidades populistas manifestadas en ciertos sectores de la organización corporativa así como del relativo alejamiento del fascismo subsiguiente al giro pro aliado de la II Guerra Mundial.

Los primeros ocho años de la década de los cincuenta son un periodo cuya complejidad no va a la zaga de la que caracteriza los 15 años anteriores. Los Estatutos de 1950, consagran el espacio conquistado de hecho por la *FNAT*, sobre todo en *la red de Centros de Alegría en el Trabajo*. Pero los contenidos y objetivos de actividad están ya condicionados, en el mundo rural, por la *JCCP*, y en el ámbito urbano por la cobertura dada por el *SNI* a los colectivos populares; mientras que, por otra parte, la Dirección que tomó posesión en 1950, repercute en la orientación de la *FNAT*: es la ofensiva de contra-ataque del sector ultra del régimen.

Así, en la primera década de los cincuenta, la *FNAT* se presenta como el bastión de la espiritualidad y del ruralismo, encuadrada en una *Cruzada Corporativa*, en la cual el *Estado Novo* tiene como pilares sus organizaciones de agrupación social (*LP*; *MP*; *UN*; etc.), previamente despojadas, como la *FNAT*, de algunas características más radicales y fastizoides, típicas de los años treinta, incluso de la cualidad de polos ideológicos autónomos y rivales en el seno del régimen.

Se intenta, de esta manera, reaccionar a las tendencias de la sociedad portuguesa, en pro de la industrialización y del desarrollo económico modernizado, reacción que, no obstante, perderá aliento ante las expectativas alimentadas en el seno del propio régimen, de que el viejo aparato corporativo se adaptase a las transformaciones emergentes. Así, cuando el industrialismo adquiere expresión dominante, a partir del *1º Plan de Fomento* (1953), ya se formula un sistema de encuadre corporativo de la industrialización, concretado en el *Plan de Formación Social* y en *la Junta de Acción Social* (1956) y apoyados por la nueva jefatura del Ministerio de las Corporaciones.

En realidad, bajo fórmulas aparentemente idénticas a las producidas al principio de la década esta vez se trata de un giro interno del régimen, destinado a encuadrar corporativamente una industria-

lización que, en definitiva, se había hecho inevitable. Sin embargo, este encuadre —por cuestiones relacionadas con el equilibrio de competencias— retirará a la *FNAT* las principales atribuciones otorgadas por estatuto en 1950. La última de las competencias cuya conservación aún reivindicaba la *FNAT*- la formación de dirigentes corporativos provenientes del mundo del trabajo- permanecerá, por lo demás, como evidente incapacidad del *Estado Novo* hasta el final del régimen.

La institución crecerá rápidamente: en 1958 existen 105 *CRP* y 32 *CAT* (los *Centros de Alegría en el Trabajo*, en fábricas, empresas, servicios públicos); los socios individuales, 47.117 en 1950, pasan a 73.655 ocho años después.

En 1956, en Berna, envía por primera vez una representación, al *Congreso Internacional del Turismo Social*. Por lo demás, en realizaciones internas, el papel de la *FNAT* se hace en general accesorio, o comparte iniciativas con el *SNI* o con la *Junta Central de las Casas del pueblo*.

En este contexto, el papel reservado a la *FNAT* es, en esencia, el de infraestructura burocrática, de prestación de servicios y de distribución de directrices salidas de los órganos colegiales creados en el marco del *Plan de Formación Social y Corporativa*, dependiente directamente del gobierno; cada vez más extensa, cada vez más subalterna en el seno de la *Junta de Acción Social* y de los otros nuevos órganos dirigentes de la política social, la *FNAT* gana en volumen asociativo y estructura orgánica, pero pierde en contenido y actuación ideológica propia. La expansión y diversificación de actividades proseguirá a través de algunas nuevas e innovadoras realizaciones que comprenden desde los *Concursos Nacionales de Bandas Civiles* (1959) hasta los *Juegos Deportivos del Trabajo* (1962), de los Programas en la radio y conferencias en la TV a la campaña de la *Gimnasia en la Pausa*, en locales de trabajo de las empresas. En 1966 organiza en Lisboa el *Coloquio Internacional sobre Actividades Gimno-deportivas de los Trabajadores*.

En 1965 la *FNAT* toma posesión de uno de los clásicos teatros de Lisboa, *el Teatro da Trindade* donde funcionará hasta la Revolución la Compañía Portuguesa de Opera. En apoyo a las filarmónicas populares, la *FNAT* realiza desde 1972 cursos de perfeccionamiento de directores aficionados de bandas de música civiles.

Tras la «Revolución de los Claveles» (25 de abril de 1974), la *FNAT* mantuvo su nombre hasta abril de 1975, siendo modificados los Estatutos a finales de 1975, y pasando a denominarse *INATEL-Instituto Nacional para el Aprovechamiento del Tiempo Libre de los Trabajadores*.

Se estableció como fuentes de ingresos para el *INATEL* el Presupuesto General del Estado y de la Seguridad Social, así como participaciones en las Apuestas Mutuas Deportivas y del Fondo para el Desarrollo de la Mano de Obra. También pasaron a poder inscribirse como socios de la «tercera edad» jubilados por accidente de trabajo o enfermedad laboral, o trabajadores en situación de jubilación, así como los funcionarios públicos jubilados. Diez años más tarde, por los Estatutos de 1989, se equipara a los socios a aquellos jóvenes o discapacitados y a los beneficiarios de pensión mínima o de pensión social.

El derecho de libre asociación en Portugal se restableció oficialmente el 7 de noviembre de 1974. Con el *INATEL* compiten ahora libremente las iniciativas del asociacionismo popular que, entretanto, sigue siendo relativamente débil, en comparación con el movimiento equivalente en otros países. Esa debilidad relativa —que por lo demás ya se daba durante el *Estado Novo*— se agravó por nuevos factores.

La Constitución Portuguesa, promulgada tras el proceso revolucionario de 1974-1975 parece ser el caso de Ley Fundamental donde más claramente se consagran dos modelos de representación laboral con igual dignidad, elevándolos a la categoría de derechos fundamentales: los Sindicatos y las Comisiones de Trabajadores.

Esta situación jurídicamente consagrada se deriva del poderoso proceso de afirmación de las Comisiones de Trabajadores como órganos representativos desde el primer momento de la Revolución de Abril de 1974, cuando surgen en prácticamente todos los lugares de trabajo de fábricas, empresas y servicios públicos a través de la elección directa en sesiones plenarias y sujetas al principio de la libre revocabilidad en cualquier momento. En los barrios y zonas residenciales surgieron, al mismo tiempo, las Comisiones de Pobladores. En esta coyuntura, es natural que los *Colectivos Populares Culturales y Recreativos*, cediesen a los órganos creados durante la Revolución una parte de la importancia que justamente tenían para

los trabajadores durante el régimen de ausencia de libertad de asociación bajo el *Estado Novo*.

Así el *INATEL* es hoy un caso *sui generis* a nivel internacional, como institución estatal bajo tutela de un régimen democrático, con una relativa dimensión y una variedad de actividades muy superiores a la de la mayoría de sus equivalentes. Algunas de las organizaciones dedicadas a la problemática del ocio, concebidas en la perspectiva de los regímenes totalitarios de la Italia y de la Alemania de los años 20 y 30 —caso de Portugal y de España— fueron aprovechadas en su componente de infraestructura y en muchos aspectos de su experiencia técnica tras la restauración de la Democracia. Algo similar sucedió en la propia Italia (1947), en donde la *Opera Nazionale Dopolavoro* (la primera organización de este tipo, creada en 1925) pasó a ser *Ente Nazionale Assistenza Laboratori (ENAL)*, y en España, donde se aprovechó la *Obra Sindical Educación y Descanso*.

En el caso de Italia, sin embargo, la caída del fascismo permitió que, junto al *ENAL*, se reorganizasen los antiguos grandes movimientos asociativos libres, muchos de ellos de carácter nacional, agrupando a los trabajadores en actividades deportivas, culturales y recreativas y, por otra parte, la propia *ENAL* acabó por desaparecer en 1980, mientras que en España también desapareció *Educación y Descanso*. En Portugal, a pesar del número y de la valía de los colectivos populares de cultura y recreativos, el movimiento asociativo de los trabajadores fuera del trabajo es globalmente débil y disperso.

En este contexto el *INATEL* es una de las escasas organizaciones con origen orgánico en el citado periodo histórico de los años treinta, si bien su naturaleza y filosofía se integran plenamente en la comunidad y en el régimen democrático vigente.

El *INATEL*, además de los socios inscritos individualmente, cuenta como afiliados colectivos —además sin pagar ningún tipo de cuota— con centenares de *CCD (Centros de Cultura y Deporte)*, muchos de ellos originarios de los *CAT* de la *FNAT*, situación que, a pesar de que el Instituto no es propiamente una asociación, propicia una colaboración y la prestación de apoyos al movimiento asociativo.

El modelo estatutario del *INATEL* conjuga la libre adhesión de asociados individuales y colectivos con una Dirección nom-

brada por el Gobierno. El mundo asociativo del trabajo dispone, no obstante, en su reglamento de poderes de control a nivel del Consejo General, a través de las dos centrales sindicales allí representadas.

Estos mecanismos estatutarios garantizan al *INATEL* una eficaz coordinación de los recursos entre el Estado Democrático y la Sociedad favoreciendo la promoción de todas las formas de ocio de interés para los trabajadores, así como la prestación de apoyos al desarrollo del propio asociativismo popular.

¿Qué alteraciones se producen, entre tanto, en los conceptos y en las prácticas del *ocio* y de la *cultura popular*, en el contexto genérico de la globalización y de la economía neoliberal? Si el espectáculo masificado a través del *deporte de graderío* o de *una televisión en cada hogar* ya eran formas conocidas de entretenimiento de masas, desviantes del concepto de ocio integrado en la cultura popular y en las comunidades locales, a estos fenómenos se ha venido a juntar otro, encarnado en los *centros comerciales*.

El *Centro Comercial*, en principio, se diferencia de otro fenómeno contemporáneo, el *supermercado*: mientras que en éste el cliente siempre compra alguna cosa, aquél hace las funciones con frecuencia de zona de ocio en tanto que espacio lúdico y de sociabilidad. En los últimos tiempos, mientras que los supermercados han alcanzado la dimensión de *hipers*, los centros comerciales han sido sustituidos por el gigantismo del que el *Colombo* (Lisboa) es paradigmático. Pero hay, sobre todo, una alteración cualitativa cuando estos espacios pasan a denominarse «ciudades del ocio», integrando en su perímetro zonas específicas, como en el caso del *Colombo* con su *Fun Center*.

La instrumentalización del ocio de masas por parte de los poderes financieros y sus implicaciones en la propia arquitectura del espacio social es otra cuestión candente. Las ciudades —que ya eran terreno estratégico para las industrias de la información y de servicios financieros y empresariales— se convierten en centros de entretenimiento global, con creciente participación de la industria mediática en el planteamiento y desarrollo urbano.

En este contexto, ¿cómo redefinir un concepto de *cultura popular* que no pase a ser sinónimo de masificación de la diversión? ¿Existirá un concepto de *cultura popular* sin *base etnográfica*, en

sentido *ruralista* y *folclórico*, propio de la sociedad de concentración *urbana* e industrial (o «*post-industrial*»)? ¿Se trata de *cultura democrática*, en vez de *cultura popular*, pero favoreciendo en este concepto la noción de diversión, confundiendo a fin de cuentas *Cultura Popular* con *ocio «cultural»*?

Como síntesis crítica de la situación presente, se puede considerar que ha fracasado el ideal de una continua reducción de la jornada laboral y del correspondiente aumento del ocio. Por un lado, la jornada real de trabajo se ha reducido sólo en cierta medida, muy por debajo de los beneficios de la productividad. Pero, sobre todo, la utopía del ocio habrá fracasado en su propio contenido, pues el *tiempo libre* penosamente conquistado, se vuelve *tiempo funcional para el consumo permanente, como continuación del trabajo por otros medios* (R. Kurtz).

El calificativo de *social* en la clasificación de modalidades de ocio ya no es sólo cuestión de accesibilidad económica, cubierta con subvenciones públicas. Algunas de las grandes iniciativas del capital privado también consiguen precios asequibles a grandes masas de usuarios. La cuestión reside ahora en los conceptos y contenidos culturales subyacentes a las ofertas de utilización del tiempo libre.

¿Se puede, en estas circunstancias, en la problemática del ocio y de la cultura popular concebir, al final, el Estado democrático como espacio de relativa salvaguardia del interés colectivo, de la pluralidad de opciones y de la autenticidad de contenidos culturales, en contrapunto a la estrategia de las multinacionales del ocio, con su lógica de máxima ganancia y sus modelos universales tipo *Disneylandia*?

En Portugal, aún estando siempre apegado al principio de la independencia, el movimiento asociativo orientado hacia el ocio social, se ve obligado a confrontarse con la «*subsidiodependencia*» mientras, por otro lado, la tónica de la referencia al poder político se remite en general al Gobierno Central. Sin embargo (a pesar de los posicionamientos político-partidarios de los dirigentes asociativos), el concepto de independencia debe abarcar con igual intensidad, más allá de todos los niveles políticos (desde el gobierno central hasta los gobiernos locales), todas las formas de poder económico privado, el patrocinio, la publicidad y otros apoyos.

La Dirección de la *Federación Portuguesa de los Colectivos Culturales y Recreativos*, por ejemplo, ha criticado al *INATEL* como alegado instrumento de las intromisiones del Gobierno en el movimiento asociativo, sobre todo por el apoyo dado a la constitución de *federaciones de distrito de bandas filarmónicas* necesidad, por lo demás, sentida por la mayoría de este tipo de colectivos, y prevista, sin concretizar, desde el *Congreso Nacional de Colectivos* de 1993.

Entre tanto, la *Federación de Colectivos del Distrito de Oporto* organizó en julio de 1999 el *1.º Congreso de Colectivos del Norte*, que dio origen a un movimiento en curso (al margen de la Federación Portuguesa, aunque invocando, también las directivas del Congreso de 1933), la constitución de *Federaciones consejos* de colectivos, apoyada en general por los Ayuntamientos, un poco por todos los distritos de la región Norte. Entre las iniciativas más recientes y con mayor impacto en Portugal —además del turismo social y *del turismo de la tercera edad*— está el *proyecto Carta del Ocio de los Pueblos Históricos*, abarcando diez pueblos de la región de la Sierra de Estrella, y además la práctica del parapente, una modalidad bien representativa del tipo de ocio deportivo más demandado en la actualidad.

En conclusión, consideramos al *INATEL* caso de estudio acerca del papel del estado en la problemática del asociativismo en el contexto de la globalización, aportando también pistas para la caracterización de formas de ocio social articuladas con la cultura popular, la preservación del patrimonio, el desarrollo regional y la salvaguardia de la identidad de las comunidades locales.

## Bibliografía

- BLOCH-LAINÉ, François, (dir.): *Faire Societé. Les associations au coeur du social*. París: Syros, 1999.
- CORBIN, Alain, (dir.), *L'Avènement des Loisirs (1850-1960)*. París: Aubier, 1995.
- GAILLARD, Françoise, «La Culture populaire à l'âge du loisir en masse», en *Australian Journal of French Studies*, vol. XXXV, N.º 1, 1988.

- LENIOR, René, «Les associations au coeur de la cité», en *Le Monde Diplomatique*, enero de 1999, p. 26.
- KURTZ, Robert, «A ditadura do tempo abstrato - Sobre a crise compartilhada de trabalho e lazer», conferencia en el 5.º *Congreso Mundial sobre el Ocio*. São Paulo, 26-30 de octubre de 1988.
- VALENTE, José Carlos, *Estado Novo e Alegria no Trabalho. Uma História Política da FNAT (1935-1958)*, Lisboa, Ed. Colibri, 1999.
- YONNET, Paul, *Travail. Loisir. Temps libre et lien social*. París: Gallimard, 1999.



# El «Ocio Cultural» en la raíz del proceso de hominización

*José Antonio Fernández Lombera*  
Universidad de Deusto

¿Cómo nació el ser humano?; ¿cómo se realizó el «**paso**» de la «no consciencia» a la «consciencia»? Pretendemos mostrar que aquel tipo de ocio que denominamos «**cultural**» tuvo un papel muy importante en aquel momento... y lo sigue teniendo hoy.

Una de las diferencias más evidentes entre el resto de animales y el animal humano es la cultura; podríamos decir que es ésta la que lo hace netamente diferenciado en la Naturaleza. La cultura es un conjunto de *herramientas, símbolos y valores*. Por lo anterior podemos afirmar que, en el momento en que un animal genera cultura, traspasa el umbral hacia la racionalidad y se convierte en un «animal humano». En este «*paso*» el ocio tuvo un rol importante.

Este paso fue complejo y, desde luego, no «lineal» ni «inmediato» en el sentido de que tal salto se realizara de manera rápida de lo «**no**» a lo «**sí**» humano, en un lapso temporal corto y en una única y exclusiva dirección. Sí podemos decir que el paso fue hecho «*desde*» un animal no humano y que en ese proceso el ocio tuvo una influencia básica.

Ahora bien, el concepto que tenemos de «ocio» actualmente es «*humano*» en el sentido de que es «posterior» a la hominización y,

si afirmamos que éste tuvo influencia en la hominización, deberemos ver qué tipo de ocio fue el que actuó en el paso hacia esa hominización, en la generación de la cultura. Porque, al ser el ocio de un animal no humano, deberemos aclarar qué tipo de ocio fue aquél y qué características tuvo lo que, parece, es sólo «*ocio animal*». Para ello analizamos primero lo que es precisamente este tipo de ocio.

Cualquier ser vivo animal (humanos incluidos) debe realizar una serie de tareas en su lapso vital, tareas que agrupamos y englobamos en tres conjuntos de operaciones para conseguir *seguridad, alimentación y reproducción*; a este conjunto de tareas les llamamos «*necesidades económicas*».

En el ciclo vital animal existen momentos en que esas «necesidades económicas» están satisfechas, hasta que el instinto vuelve a reclamar una respuesta a sus necesidades y apremios. ¿Qué hace un animal no humano durante esos momentos en que está sin estímulos instintivos? Nada: detiene cualquier actividad tendente a satisfacer sus necesidades económicas propias de su biología y adquiere una actitud de «*ocio biológico*»; este ocio biológico es roto solamente en el momento en que el instinto vuelve a estimularlo. Todos los animales tienen (tenemos) por tanto «ocio biológico».

Hasta la llegada de los prehomínidos TODOS los animales han utilizado el ocio biológico para no hacer absolutamente nada sino exclusivamente dejar que la Naturaleza continúe su proceso orgánico y vegetativo. Afirmamos por tanto que durante el ocio biológico el animal «*vegeta*» en el sentido de que holgazanea, «*se apoltrona*», se dedica a vagar, sestar.

Hace unos 2,5 millones de años algunos animales prehomínidos comenzaron a utilizar su ocio biológico de manera algo diferente al resto de animales, añadiendo un componente nuevo a su sestar vegetativo. Aquellos animales ya habían conseguido en su proceso evolutivo zoológico varias características físicas que les permitieran dar (si bien muy paulatinamente) ese pequeño «salto» en el uso del ocio biológico, cuales son su bipedalismo, la prensibilidad de la mano y un aumento de la capacidad craneana con un mayor desarrollo en la complejidad interna del cerebro.

Aquello que añadieron los prehomínidos de hace 2,5 m.a. fue que, utilizando precisamente su cerebro durante el ocio biológico,

crearon y construyeron en su mente ideas y representaciones utópicas en el sentido más radical y etimológico de la palabra: *sin lugar* en la Naturaleza. Es decir que aquellos animales africanos comenzaron a imaginarse qué cosas más útiles podrían servirles para poder solucionar mejor sus actividades económicas. Al no existir tales cosas en la Naturaleza el cerebro de aquellos prehomínidos no tuvo más opción que «inventarse» las realidades utópicas. En un momento posterior algunos de aquellos animales fueron capaces de hacer realidad la utopía, «ponerle lugar» a lo que no lo tenía de manera que dejara de ser «utópico». Y para ello hubieron de «materializarlo» en objetos concretos, *útiles*, dándole a esta palabra los dos sentidos que tiene tanto como adjetivo como sustantivo.

Aquí es donde están los dos pasos que generaron el arranque de la cultura en su expresión más básica: las herramientas. Aquellos animales justo en la frontera y límite entre la hominización y la prehominización realizaron lo siguiente:

- 1.º Cambiaron el uso del tiempo de su ocio biológico añadiéndole una «actividad» nueva si bien exclusivamente mental: la de imaginar y crear en el cerebro aquellas realidades que, aun siendo utópicas (esto es, sin lugar en la Naturaleza), eran posibles en su incipiente fantasía.
- 2.º Algunos de ellos fueron lo suficientemente capaces y hábiles como para hacer realidad lo que tenían en su mente, esto es, crearon herramientas, traspasaron definitivamente el umbral hacia la hominización y se convirtieron en los primeros seres que utilizaron objetos «nuevos», «utópicos», «útiles» en el sentido de que pudieran ser «utilizados», usados para una ejecución más rentable de sus actividades económicas. Con ello iniciaron algo sin precedentes en la Naturaleza la cual vio cómo por primera vez sus leyes eran trastocadas porque un animal comenzó a realizar objetos y acciones que ella nunca podría haber propiciado.

El primero de estos dos pasos es el que más nos interesa ya que, si bien el segundo es la materialización objetiva de una de las expresiones de la cultura (la herramienta), el primero es previo a éste y, sin aquél, este segundo paso nunca habría sido posible.

El animal prehomínido alteró el sentido de su ocio biológico y, sin dejar de mantenerse en un estado de inactividad física, añadió una actividad nueva hasta el momento: la actividad mental. Con ella generó idealmente objetos nuevos, realidades utópicas y su «ocio biológico» adquirió una nueva dimensión que acabó convirtiéndole en un «animal cultural». Por lo anterior consideramos que ese nuevo ocio fue el que pasó de la mera biología a la cultura, de ahí que lo denominemos «*ocio cultural*».

El ocio cultural en este sentido es aquél en el que los homínidos, utilizando su capacidad física más potente, el cerebro, generan en su mente realidades utópicas que les permiten crear cultura, es decir, introducir en la Naturaleza elementos no generados por ella.

Este ocio cultural tuvo lugar hace 2,5 m.a. aproximadamente... y fue el primero que se dio y, a partir de aquel momento, algunos descendientes físicos de aquellos seres, han repetido el mismo proceso, no ya desde una posición exclusivamente animal, sino desde el «peldaño» de la cultura que sus antepasados les legaron. Los «animales culturales» de hoy estamos en la misma situación.

El ocio cultural, por tanto, es aquél en el que un animal añade a su ocio biológico una actividad mental capaz de generar realidades utópicas que le ayuden, no ya sólo a resolver sus necesidades económicas, sino cualquier necesidad derivada de su ser total como, no exclusivamente «animal» sin más, sino animal *humano*: este ser actual, animal cultural, además de nuevas *herramientas*, necesita la creación utópica y «materialización» de nuevos *símbolos* y nuevos *valores*.

Este sería, por tanto, el «**ocio cultural**»: aquél en el que el ser humano utiliza su «ocio biológico», no ya sólo para vegetar, sestear, «*apoltronarse*», holgazanear, sino para crear, inventar y generar realidades nuevas utópicas que le ayuden a resolver hoy día sus necesidades y apremios como «animal cultural». Ello debería hacerlo redefiniendo su cultura de este momento, actualizando aquel «**salto**» que el prehomínido de hace 2,5 m.a. realizó entonces, intentando «*imaginar y materializar*» hoy:

—nuevas *herramientas* que le permitan ser más «*humano*» en el sentido de que le ayuden a cubrir más fácilmente sus nece-

- sidades económicas y que pueda «*utilizar*» más y mejor su capacidad física más potente y específica, su cerebro.
- nuevos *símbolos* que promuevan la búsqueda del sentido profundo del mundo, de las cosas, de los hechos y de sí mismo como «*animal cultural*» mediante la adopción de buenas y más potentes imágenes.
  - nuevos *valores* que le induzcan a luchar por causas generosas anteponiendo el respeto y la reverencia que se debe a cada una de las personas por la dignidad que tienen sólo por el hecho de existir frente a la utilidad, interés y beneficio de sus «*necesidades económicas*».

El cambio en el uso del *ocio biológico* hacia un **ocio cultural** puede hacer hoy, como hace 2,5 m.a., que este animal cultural ya hominizado (descendiente de aquél que arrancó e inició el proceso) pueda realizar «*saltos*» y «*pasos*» (como el prehomínido) hacia una mayor *hominización*... y, ahora en este momento, mayor **humanización**.



# El teatro en Andalucía. Una opción a elegir

María Angeles Carrascal

## El término cultura

Hay muchas definiciones de este término y muchas opiniones al respecto de lo que es y no es cultura. Una posible definición del término sería: *«conjunto trabado de maneras de pensar, sentir y obrar, más o menos formalizadas que aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven de un modo objetivo y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta...»* En estos términos define Rocher<sup>1</sup> en su libro «Introducción a la sociología general», la cultura. Entendemos entonces «la cultura», como un compendio de formas de comportamiento, adquiridas y transmitidas que suponen el patrimonio de los pueblos. Curioso es también advertir que la adquisición de la cultura es el resultado de diversos modos y mecanismos de aprendizaje. Su función esencial consiste en reunir a una pluralidad de personas en una colectividad específica. Desempeña también una función moldeadora de las personalidades individuales, que les proporciona unos modos de pensamiento, conocimientos, ideas, canales de expresión de sentimientos y medios para satisfacer unas necesidades.

---

<sup>1</sup> Rocher, G., Introducción a la sociología general, Herder, Barcelona, 1973.

## La cultura como actividad económica

El Teatro es un Arte. Pero bien está distinguir entre el Arte como factor económico y el arte como expresión de ideas, aspiraciones espirituales... es decir, el aspecto ideológico.

Si el Teatro es arte y como tal una forma de trabajo, entendemos pues que es una actividad peculiar de la humanidad. Pero el Teatro es ante todo intercomunicación entre autor, actor, público y sociedad. Pensemos que cuando hablamos de Teatro nos podemos referir por un lado a un *elemento físico* o a un *elemento social*. Si hablamos de elemento físico estamos considerando el edificio o sitio destinado a la representación. Si por el contrario hablamos de elemento social nos referimos a la vida y a la proyección de la sociedad, es el contenedor del alma de un pueblo, satisface pues una necesidad humana y desempeña las funciones del arte en cuanto a que es un vehículo de comunicación de ideas, sentimientos y acciones.

El término «industria de la cultura» ha sido objeto de múltiples definiciones<sup>2</sup>, por ejemplo «*Se estima, en general que existe una industria de la cultura cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en lugar de perseguir una finalidad de desarrollo cultural*». Esta definición es fruto de una tendencia muy generalizada a concebir la cultura como un terreno únicamente público y político que es necesario aislar de la «contaminación» de la industria y del comercio. En el recientemente libro *La industria de la Cultura y el ocio en España*<sup>3</sup> se aporta una definición más descriptiva: «*Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social*». En este mismo libro ante la necesidad de delimitar y diferenciar entre

---

<sup>2</sup> Bustamante, E., y Ramón Zallo (coord.), (1998) «Las Industrias Culturales en España», *AJAL/COMUNICACION*, pág. 11.

<sup>3</sup> M.<sup>a</sup> Isabel García Gracia, M.<sup>a</sup> Isabel Encinar del Pozo, Félix Muños Pérez «La Industria de la Cultura y el ocio en España», Datautor, Madrid, 1997

actividades estrictamente culturales y actividades de ocio o entretenimiento, se habla de:

1. Actividades directas que constituyen la industria en sentido estricto y que son en términos relativos, las de mayor importancia económica tanto en número de empresas, asalariados y valor de ventas.
2. Actividades indirectas relacionadas con el uso, difusión y fabricación de bienes y servicios culturales y de ocio.

Siguiendo con las conclusiones que este libro aporta a la industria de la cultura se observa que en comparación con otros sectores de la actividad económica española, ocupa una posición destacada. Comparando con otros sectores industriales y comerciales tradicionalmente representativos de la economía española ocupa la cuarta posición, por encima de la industria química y petroquímica, transporte terrestre, marítimo, hostelería, etc.

La cultura es un sector económico en crecimiento y uno de los primeros sectores industriales y de servicios por tres razones fundamentales:

- La urbanización.
- El incremento del tiempo de ocio.
- El aumento de la oferta de trabajo.

Hemos pasado de una cultura popular de base eminentemente agraria a una cultura de masas industrializadas. Hemos cambiado unos hábitos y prácticas culturales de carácter local y de forma autóctona por una situación donde los contenidos y formas de consumo y producción son más homogéneos y universales. Consecuencia de esta mercantilización descontrolada de la cultura, es un mercado bastante competitivo donde dominan los oligopolios, hoy todo es mercancía, con un único propósito «la rentabilidad», la búsqueda del beneficio y por supuesto la acumulación. En este escenario donde la labor creativa está mal remunerada, donde sólo se valora el prestigio y el éxito comercial y donde se desdibujan los parámetros de calidad, nos topamos sin querer con una cultura sin contenidos y sin compromiso serio con el sistema educativo. El consumo depende de los gustos. Han evolucionado los tipos y los contenidos y por supuesto las formas de consumo cultural.

Cierto es también que nos encontramos con un estado de bienestar producido por un aumento de la renta y consecuentemente con un aumento del tiempo dedicado al ocio. Esa mercantilización de la cultura supone la aparición de nuevos bienes y servicios, su distribución hacia mercados que se amplían por la estandarización de los lenguajes comunicativos, la uniformización de los códigos estéticos y de valores a escala supralocal y supranacional. Aparecen nuevos avances tecnológicos, un aumento de la creación y reproducción de los productos musicales, audiovisuales. En los años 80 se diversificaron las actividades a fin de competir mejor y así tener un mayor campo de actuación. Aparecen entonces un número elevado de empresas pequeñas y medianas en mercados locales y nacionales. Años después, con un continuo incremento de los recursos económicos, estamos en una situación de estancamiento y, o clara reducción presupuestaria.

La reciente publicación del informe SGAE<sup>4</sup> arroja cifras conmovedoras que pueden ser testimonio de una actividad, la teatral, que parece seguir adaptándose a una situación actual en la que no encuentra sus adeptos. Según estos resultados sólo un 3,0% de los entrevistados afirma ir al teatro con asiduidad y un 15,8% lo hace de forma esporádica entre una y tres veces al año. En términos generales asisten más al teatro las mujeres y aquellas personas con un status social alto. Las generaciones intermedias (entre 25 y 44 años) asisten considerablemente en menor proporción y son los menores de 20 años los menos interesados en el teatro. los datos reflejan también una mayor asistencia en áreas metropolitanas y en ciudades menores de 30.000 habitantes lo que hace suponer que acudir al teatro sigue siendo un acontecimiento social. También se encuentran diferencias en las preferencias por los géneros (comedia-drama, musical, etc.). Así el interés por las comedias, musicales y el teatro de enredo crece de forma inversa al nivel educativo, mientras que el interés por el teatro contemporáneo y clásico crece en relación directa con el nivel cultural.

---

<sup>4</sup> «Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural», Datautor, Madrid, 2000.

## **El teatro en crisis**

Que la crisis es una realidad parece que ya nadie lo discute, algo que se palpa en el ambiente. Asistimos a diario a la descapitalización de las empresas, el paro de los profesionales, la inasistencia de público a las representaciones, etc. Para muchos proféticos el Teatro está condenado a desaparecer al quedar desterrado de la sociedad industrializada que hemos construido. Indudable es también que la aparición de los soportes tecnológicos, radio, cine, televisión, etc. han restado público al teatro y que ha producido un cambio en los hábitos de consumo cultural que ha transformado radicalmente la relación del teatro y la sociedad. Sin embargo, por su importancia cultural, el teatro sigue siendo una de las actividades artísticas más importantes del país. La manera más certera de comprobar el estado del teatro, su temperatura, sería estudiando por separado los diferentes sectores teatrales para poder aproximarnos objetivamente a los hechos. La primera y gran dificultad es la ausencia de datos estadísticos del sector. No deja de ser sorprendente que una actividad de estas características, de importancia capital en la producción cultural se encuentre falta de estudios cuantitativos que aporten valores concretos y objetivos sobre los que poder reflexionar. Este vacío que es una situación bastante generalizada se da en demasía en España donde escasean los estudios científicos por lo que se trabaja sobre estimaciones empíricas. Seguimos sin tener centros dedicados a la investigación sistemática del Teatro como escenificación, como proceso de comunicación y sobre su recepción.

## **El teatro en España a principios del año 2000**

Desde el año 1975 en el que España se echaba a andar democráticamente hablando, vivimos una etapa significativa para la cultura y también para el teatro. Evidentemente es también una de las artes más afectadas por los vaivenes políticos habidos y por haber. Prueba de ello es que el franquismo supuso el exilio de muchos profesionales del teatro y para otros el sometimiento o la clandestinidad. A fines de los años sesenta en los que ya se apreciaba una cierta apertura, aparece un nuevo teatro de temática más universal defen-

dido por unas generaciones nuevas opuestas al franquismo y alentadas por la promesa de libertad. Pero la transición ha sido un periodo largo y difícil, empezaron a crearse estructuras, centros dramáticos, empresas y público. Esta tarea normalizadora ha sido larga y costosa, nació el teatro independiente como alternativo al dirigismo cultural que suponía el siempre todopoderoso «teatro público». En los albores de un nuevo milenio, el Teatro en España ha alcanzado unos niveles muy superiores a los habidos aquellos años, pero el lento y largo despertar ha sido también costoso. Evidentemente el balance global es favorable y positivo.

El teatro actualmente es un sector artístico que precisa, con más dedicación que otras artes, una gestión eficaz de los recursos económicos, técnicos y personales. Miguel A. Pérez Martín expone en su libro «Técnicas de organización y gestión aplicadas al Teatro y al espectáculo» tres razones fundamentales:

- Pérdida de la hegemonía de difusión mantenida hasta principios del siglo xx.
- Antes se trataba de un arte colectivo y multidisciplinar, hecho que dificulta la asignación de tareas muy especializadas en las organizaciones que lo practican.
- Encuentra grandes dificultades para participar en la economía de las industrias culturales debido a las dificultades de reproducción técnica de la obra artística, a diferencia de otras artes escénicas como la música, ballet, ópera, e incluso danza

## La gestión del teatro

Es por tanto como decíamos al principio un arte que pese a su continua vitalidad creadora pasa por momentos de muy deficiente capacidad de financiación y captación de espectadores, además de un insuficiente calado de las técnicas de producción y marketing teatral.

*¿Qué es una organización teatral?*

El término «compañía teatral» recoge la expresión colectiva del hecho teatral. Toda organización tiene pues una doble vertiente, la

creativa, que se encarga de la producción y la de organización de servicios a la sociedad, por medios de la satisfacción de una serie de necesidades culturales, educativas, etc. Plantearnos si un colectivo teatral es una organización sería poner en duda una de las cuestiones más evidentes del teatro como sector económico al cumplir todos los requisitos necesarios como organización:

- Un fin común.
- Un conjunto de individuos y recursos (humanos, materiales, financieros...).
- Relaciones internas interdependientes.

Para la consecución de sus objetivos, la organización necesitará una serie de elementos tangibles e intangibles que serán transformados. El teatro combina la producción material y la prestación de un servicio para elaborar ese montaje teatral. De esta tarea común se encargan los profesionales: director, escenógrafo, es decir, los diferentes miembros que se relacionan entre sí mediante una estructura de organigrama.

### *¿Qué es producción?*

Sería el proceso de elaboración del montaje que incluye todas las lecturas de la obra, discusiones teóricas, diseños, planificación de ensayos, realización de decorados, etc. hasta llegar a la fecha de estreno. Lo habitual es que en el ámbito teatral converjan por un lado la dirección artística y la dirección administrativa y gerencial.

La producción de un espectáculo teatral es un proceso, entendido como una secuencia lógica de acciones en el que intervienen elementos propios de la gestión: recursos financieros y humanos, tiempo, equipos... La persona encargada de supervisar este proceso es el «jefe de producción».

Una vez estrenado el espectáculo se inicia la fase de explotación que englobaría las actuaciones, giras, ferias, festivales, etc. Es fundamental una vez nos encontremos en esta fase definir:

- El ciclo de vida del producto.
- Adecuar la promoción y comunicación del espectáculo.

A toda esta fase pertenecen las acciones de financiación, gestión, marketing, relaciones con los clientes y usuarios, prensa, instituciones, etc. Dos de las cuestiones fundamentales y muchas veces mal planteadas es la financiación de la producción y la venta y comercialización de los productos. Parece que en el caso de la financiación encontramos dos fórmulas diferentes que vienen dadas por las diferentes formas de gestión:

- El Teatro Comercial, es financiado por taquilla.
- El Teatro Independiente se financia en parte por las subvenciones públicas y en parte por las actuaciones y giras promovidas en su mayor parte por Instituciones públicas.

### *La distribución*

Evidentemente una vez llegados a este punto nuestro objetivo fundamental es VENDER. A quien vendemos es a nuestros clientes (promotores) y por supuesto a los usuarios que disfrutan de nuestro servicio. Hay en el mercado dos vertientes, el mercado potencial (susceptible de ser atraído por nuestro producto) y el real (el que nos compra). El mercado se compone de diversos segmentos definidos por una serie de factores que a su vez presentan características comunes. Estas variables, demográficas, geográficas, etc. son catalizadores de nuestros consumidores. Siempre es conveniente tener conocimiento del grado de satisfacción de nuestros clientes ante nuestros espectáculos, las posibles barreras que encuentran, sus gustos, etc.

Hay muchas y diversa formas de vender aquellos productos que una vez producidos y estrenados están en el mercado para ser consumidos. En ocasiones, las propias características del mismo determinan un tipo u otro de distribución. Esta tarea, raramente considerada puede realizarse desde la propia compañía o bien por una persona encargada de ello, que realizaría la función de «imagen pública y relaciones de la compañía».

El distribuidor es la persona que conoce y controla el mercado, la persona que negocia y que ofrece el producto en el momento oportuno y convence de que su producto es el adecuado. Esta per-

sona de capital importancia es el termómetro para saber a quién, cómo, y por cuánto se vende. Es decir, conoce la franja de mercado en la que su producto puede moverse.

## **Andalucía a vista de pájaro**

Andalucía es una Comunidad con una larga y fecunda vida teatral. Ha visto nacer a importantes formaciones teatrales de señalada presencia en los escenarios nacionales e internacionales y se ha dotado de una importante red de teatros, compañías y profesionales en los diferentes campos de la creación escénica.

Hagamos un poco de repaso a su historia. Allá por los años de la guerra civil desapareció paulatinamente la industria teatral. La producción propia era cada vez menor, escaseando las compañías profesionales y los talleres escenográficos y de vestuario. Son numerosos los artistas que viajan a Madrid, capital cultural por aquellos años, a probar suerte y numerosas también las compañías de repertorio que recorren los caminos de la Andalucía de mediados de siglo. Esta situación hace que la mayoría de la actividad teatral de esta época sea de tipo aficionado. Hacia fines de los 50, empiezan a notarse algunos cambios dentro del panorama teatral andaluz. Aparecen, aunque escasas, compañías de teatro de cámara con la intención de alejarse del teatro más convencional del momento. Pero este pequeño paso, aunque importante, resultaba insuficiente, la situación política y social exige nuevas formas artísticas y muchos jóvenes ven en el teatro un vehículo ideal para expresar sus ideas, naciendo así los grupos de teatro independiente que se plantean como una necesidad hacer un teatro dirigido a su entorno, lo cual conlleva una renovación temática y estética y un mayor rigor de la puesta en escena. Larga es la lista de compañías independientes, entre ellas, La Garrocha, de Huelva, La Tabla en Granada, Teatro Sarmiento en Bollullos del Condado, etc.

En 1988 se crea el Centro Andaluz de Teatro que supone un cambio importante en la situación teatral andaluza y que representa el reconocimiento por parte de la Junta de Andalucía de la importancia del teatro dentro del mundo cultural de la Comunidad. Este organismo asumirá las tareas de producción pública andaluza en el campo teatral.

El papel de la Administración pública en los últimos años se ha centrado en dos líneas de actuación:

1. Recuperación de una importante red de infraestructuras y equipamiento teatral.
2. La creación de Instituciones Públicas que apoyarán y fomentarán la actividad de las artes escénicas.

Andalucía vive en la actualidad un momento teatral no exento de dificultades. Prueba de ello es un panorama empresarial debilitado constituido por compañías que nacen y mueren prematuramente. Pocas compañías pueden en Andalucía defender un proyecto teatral con cierta regularidad. A vista de pájaro advertimos una situación de debilidad estructural, en contraste con la cantidad de espacios de representación que se están inaugurando por doquier. El teatro andaluz sigue contando con escasos medios de producción y aún más arcaicas redes de distribución, así como una falta de estructuración que facilite los medios necesarios para salir de un inoperante estado crítico

Así pues, según los datos resultantes de un estudio realizado por ATAES (Asociación de Amigos del Teatro) en el que se recogen aquellas manifestaciones andaluzas en el campo de la música, el teatro y la danza, el sector de las Artes Escénicas no es un sector minoritario. Así a partir de un censo de 473 compañías, productoras, distribuidoras, etc. relacionadas con la cultura, se estima que en Andalucía hay una compañía o colectivo de creación por cada 20.000 habitantes aunque su distribución por provincias no sea homogénea. Los espacios hábiles para estos fines vendrían a ser uno por cada 20.000 habitantes de promedio y sí existe un promedio de 5 trabajadores por compañía y uno de cada 4.000 habitantes podría estar vinculado profesionalmente al sector de las Artes Escénicas (sin considerar los empleos indirectos que se producen).

## **Investigación**

Este trabajo no es sino una atrevida caricia a la realidad teatral andaluza, un intento de bucear y reconocer quién, cómo y con qué recursos produce y distribuye teatro en dicha comunidad. Por esa

urgente necesidad de desenmarañar el oscuro entramado profesional nacieron este montón de apuntes que no dibujan más que el contorno de un desconocido teatro andaluz al que considero imprescindible seguir investigando para no dejar de conocer lo nuestro y poder trabajar sobre ello.

He intentado exponer a grandes rasgos los aspectos que considero más relevantes de la producción pública y privada andaluza en los ejercicios 97 y 98 y su distribución. El trazo ha sido veloz, algunas cuestiones que ni siquiera se han expuesto por su carácter tangencial no son sino una deuda con un futuro próximo pues no significa esta dejación que no sean trascendentales en determinadas ocasiones. La impresión general que puedan proporcionar este concurrido número de datos, tablas, gráficos y anotaciones no pretendo que lleve a una posición catastrófica a la que tan dados somos sino más bien a constatar una realidad no exenta por otro lado de posibilidades.

## **Objetivos e hipótesis**

Los objetivos fundamentales que movieron esta investigación fueron:

1. Analizar la producción teatral andaluza (pública y privada) durante los años 97 y 98.
2. Estudiar los diferentes modos de distribución en el periodo 97 y 98.

Se trata por tanto de reconocer quién producía y cómo se distribuían los espectáculos en gira en los años 97 y 98 a fin de mejorar los sistemas y estrategias de producción y que los productos encuentren su lugar en el mercado. En definitiva, vislumbrar aquella parte de la realidad teatral que solo inferimos a partir de un conocimiento intuitivo pero que desconocemos por no haber sobre ella ningún análisis científico y serio.

Como objetivos específicos se pretende:

- Analizar la empresa productora andaluza, cómo se distribuye la producción en las diferentes provincias, su ubicación en o fuera de las capitales de provincia, la forma jurídica elegida.

- Conocer el volumen de actividad en el periodo 97 y 98, cuántas representaciones, dónde se realizan, qué proyección nacional e internacional tienen y la presencia o no en festivales nacionales e internaciones.
- Distinguir qué espectáculos se producen en base al género, al tipo de público, al lugar de representación, autor y director.
- Calcular cuál es el coste de producción y cómo y en qué concepto se financian las empresas productoras.
- Estimar cuál es el precio del mercado, el caché por función y en gira dentro y fuera de la comunidad andaluza y de los escenarios nacionales. Analizar el caché en los diferentes niveles de empresas atendiendo al público al que se dirige el espectáculo y el lugar de representación.
- Valorar cuántos profesionales intervienen en cada producción, su formación, empleados fijos y eventuales y los sueldos percibidos.
- Conocer los mecanismos de distribución, quién y cómo lo hace.
- Analizar la producción y distribución pública en Andalucía.
- Ponderar las opiniones contrastadas de expertos y profesionales diversos que trabajan en el campo del teatro sobre los aspectos referidos a producción y distribución teatral.

### *Hipótesis*

Las *hipótesis de partida* que luego se contrastarán con el análisis de datos, son las siguientes:

1. Existe una gran heterogeneidad en el empresariado teatral andaluz. Frente a un grupo minoritario de empresas de mayor nivel de facturación convive un nutrido grupo de empresas con niveles de facturación menores, menor inversión en producción y raramente beneficiarias de las ayudas al sector. Sin embargo no hay relación entre la variable «inversión» con «número de representaciones», las compañías que más invierten no actúan más.

2. La producción teatral andaluza no se reparte uniformemente por las diferentes provincias. Hay provincias con mayor representación empresarial y otras con una presencia prácticamente anecdótica.
3. Las obras representadas en el año 97 se mantienen en cartel en el año 98, se mantienen en repertorio al menos dos temporadas. El número de representaciones de un año correlaciona con el número de representaciones del año siguiente.
4. El lugar de representación más habitual es Andalucía, independientemente del nivel de la Compañía, pero las que más representación tienen en escenarios nacionales e internacionales son las que más facturan e invierten, es decir los niveles superiores. La asistencia a festivales correlaciona con el nivel de la compañía.
5. Independientemente del tipo de público al que se dirige el espectáculo se produce más comedia que drama y más contemporáneo que clásico.
6. El nivel de facturación y el coste de producción correlacionan. Hay correlación entre el nivel de la compañía y el caché, los precios más altos están en el nivel superior (A).
7. La mayor parte de las subvenciones recaen en el nivel superior y proceden de fondos públicos en concepto de dinero.
8. No hay paralelismo entre el nivel de la compañía y los sueldos a los actores, se pagan sueldos medios en todos los niveles.
9. La distribución es una tarea poco contemplada ejercida desde la misma organización en cualquiera de los niveles.
10. El Centro Andaluz de Teatro no es comparable a ninguna formación privada ni en inversión ni en producción ni en distribución.

## Metodología

La finalidad descriptiva y explicativa del estudio ha determinado una metodología cuantitativa, basada en el análisis de encuestas enviado a las empresas productoras y distribuidoras de teatro que con sede social en Andalucía desarrollaron su actividad en los

años 97 y 98. El cuestionario de tipo estructurado se elaboró en su mayoría con preguntas cerradas, otras de elección múltiple y abiertas. Se completa el estudio con una fase cualitativa, en la que se han recogido opiniones de profesionales, relaciones con la producción y la distribución teatral que asistieron al I Congreso de empresas de teatro celebrado en Sevilla entre el 11 y el 13 de febrero de 2000. Esta fase tiene por objeto indagar y cualificar los fenómenos que refleja la investigación cuantitativa.

### *Características técnicas de la muestra:*

**Ambito:** Andalucía

**Universo:** Empresas productoras y distribuidoras de teatro público y privado.

**Período:** Años 1997 y 1998

**Muestra:** Para la elaboración de los objetivos procedí a la realización de un censo que permitiera saber quién actuó en el escenario andaluz en el tiempo de estudio. La elaboración de este censo es consecuencia de la información proporcionada por Instituciones públicas y privadas, guías y listados de ferias y festivales, circuitos, etc. La población escogida han sido las empresas de teatro existentes en Andalucía en esos años<sup>5</sup>. No existe un censo concreto pero se

---

<sup>5</sup> La realización de una actividad económica exige la cumplimentación de unos requisitos distintos según la titularidad bajo la que vayamos a actuar optando por una de las posibilidades siguientes: empresario, persona física; profesional, persona física; empresario, persona jurídica. En los dos primeros casos, la actividad se ejerce bajo el nombre y el N.º de identificación fiscal (NIF-DNI) de la persona que se da de alta en el Impuesto de Actividades Económicas, que será directamente responsable de las obligaciones fiscales, laborales o económicas que pueda contraer por el ejercicio de la actividad. En el tercer caso expuesto, la actividad se ejerce bajo la titularidad de una Sociedad (Limitada, Anónima, Cooperativa, etc.) constituida ante Notario que será la responsable de las obligaciones que se contraigan. Dependiendo del tipo de Sociedad elegida, será necesario cumplir una serie de requisitos en cuanto al número de socios, capital, etc. Existe un caso intermedio entre ambas posibilidades que es el de la Sociedad Civil, que tiene características comunes a las dos, ya que para algunos impuestos (IVA; Retenciones,...) es directamente sujeto pasivo, mientras que para otros impuestos es el socio el Declarante así como también el socio es responsable de las obligaciones contraídas. Se han excluido de este estudio las Asociaciones Culturales.

calcula que el número total de empresas productoras se situaba alrededor de 50. A todas ellas se mandó el cuestionario y se obtuvo una participación del 80%, es decir, 40 respondieron al cuestionario de producción con un error de muestreo del 5%, al 9,5% de confianza. De esas entraron en el análisis 36 (72%) pues se tuvo que eliminar a 4 por no contestar a la totalidad de las preguntas. La respuesta al cuestionario de distribución fue de un 1,5% respecto a un universo de 20 empresas localizadas. Esta baja respuesta puede responder a varias razones que serán analizadas en profundidad en el capítulo correspondiente a distribución. Temiendo a priori que las empresas de distribución eran más que una realidad una entelequia, se incluyeron en el cuestionario de producción algunas preguntas referentes a este tema a partir de las cuales se han podido extraer datos y consideraciones sobre la práctica comercial del teatro andaluz en estos años.

El criterio de clasificación fue el *volumen de facturación bianual* (años 1997/1998) según los siguientes intervalos:

- A: >11.000.001
- B: 9.000.001 – 11.000.000
- C: <9.000.000

En algún caso se utilizaron otros dos criterios, como la media de subvención bianual recibida y la media del coste de producción bianual invertida, a fin de ubicar en los diferentes niveles y con el mayor rigor posible las empresas.

Estos son los intervalos que determinaban los niveles:

—Media de la subvención bianual recibida

- A: >5.000.001
- B: 1.500.001 – 5.000.000
- C: <1.500.000

—Media del coste de producción teatral bianual

- A: >8.000.001
- B: 1.500.001 – 8.000.000
- C: <1.500.000

Las variables medidas han sido:

- Características de las empresas productoras.
- Volumen de la actividad desarrollada.
- Volumen de la producción.
- Facturación y costes de producción.
- Distribución.

El estudio de la producción pública se hizo directamente consultando a las fuentes y a un trabajo de investigación existente sobre la Institución.

Evidentemente este contumaz vacío documental suponía una dificultad de partida al entender que no había análisis previos y que el punto de partida era cero. Ante esa más que urgente necesidad de solventar ese desierto documental planteé un estudio cuantitativo de lo que había sido la producción teatral andaluza pública y privada en los años 97 y 98 y su consiguiente distribución. Consulté las fuentes bibliográficas pertinentes y salvo algunas opiniones que han aparecido en revistas especializadas de autores y creadores andaluces no hay bibliografía, al menos publicada, sobre la que trabajar. El universo se fue conformando a partir de listados proporcionados por la Guía de Artes Escénicas (año 95), los datos existentes en las Cámaras de Comercio, el Anuario Teatral y el seguimiento y control de Ferias y Festivales con presencia andaluza. Sin embargo, muchas cartas fueron devueltas por cambios de domicilio, otras empresas habían desaparecido y no quedaba de ellas ni el recuerdo, muchas habían dejado temporalmente su actividad y nadie respondía, otras se habían fusionado y habían cambiado de nombre, etc. La siguiente fase fueron múltiples llamadas telefónicas insistiendo en la premura e importancia de responder al cuestionario. Este periodo fue largo en el tiempo y costoso el esfuerzo de convencimiento. Una vez concluida la recepción de cuestionario (fase que duró aproximadamente cuatro meses) empezó el proceso de tabulación y codificación para obtener datos cuantitativos y proceder al análisis estadístico utilizándose para tal efecto un programa informático (SPSS). Las muestras obtenidas eran muy irregulares, respuestas vagas o ambiguas, algunas sin contestar, en otras ocasiones eran tantas las variantes dadas que había que elegir. Vista la heterogeneidad de las empresas y la disparidad de los datos fragmenté el universo en tres niveles en base a un criterio concreto de clasifica-

ción asegurándome que todas las empresas habían contestado ese dato y en caso de duda de la veracidad de la respuesta ver la media de subvención recibida en los dos años y la media de inversión en producción en dicho periodo. En ningún momento se tuvieron en cuenta valoraciones cualitativas para la clasificación. Lógicamente de la calidad de los datos dependía la calidad de los resultados, en ocasiones al ser tan baja la frecuencia de la respuesta el dato resultante no era significativo de la muestra total y hubo de ser eliminado.

### **Análisis de resultados: *La empresa productora***

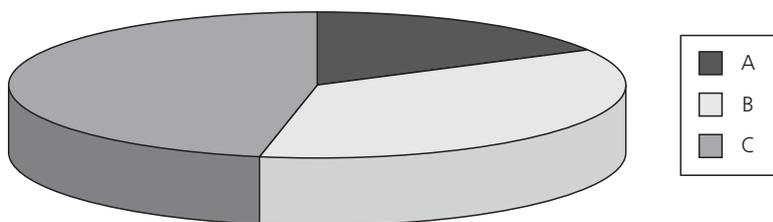
Era necesario, pues nos encontramos con un universo muy heterogéneo de empresas productoras, clasificar por niveles a fin de conformar grupos lo más homogéneos que fuera posible y posteriormente compararlos.

Clasificación de las compañías por niveles

	Porcentaje
A	16,7%
B	36,1%
C	47,2%

El 16,7% de las compañías pertenecen al nivel A, el 36,1 % al nivel B y el nivel con una mayor participación es el C con un 47,2% ( v. tabla 1). Podemos entender a partir de los datos obtenidos, que estamos ante un tejido empresarial en el que predomina la pequeña-mediana empresa. Esto supone, por ejemplo, que nos movemos en intervalos de facturación inferiores a 9.000.000 pts (facturación media bianual). Encontramos una importante diferencia entre el nivel A y los niveles B y C que suponen respecto del total un 83,3%. Por tanto, existe, como respuesta a la primera hipótesis

planteada, por un lado un pequeño grupo de empresas (nivel A) que invierten más en producción, facturan más y perciben mayores ayudas y por otro lado, un grupo más numeroso pero que invierte menos, factura menos y es menos beneficiario de las ayudas públicas concedidas al teatro. Esta clasificación no tiene en cuenta criterios cualitativos, no significa por tanto que el nivel A produzca espectáculos de más o menos calidad que los niveles B y C o viceversa. Pero sí es apreciable que la supervivencia de la mayor parte de las empresas (niveles B y C) es comprensible sólo por la fuerza vocacional y emotiva de los sujetos que las componen.



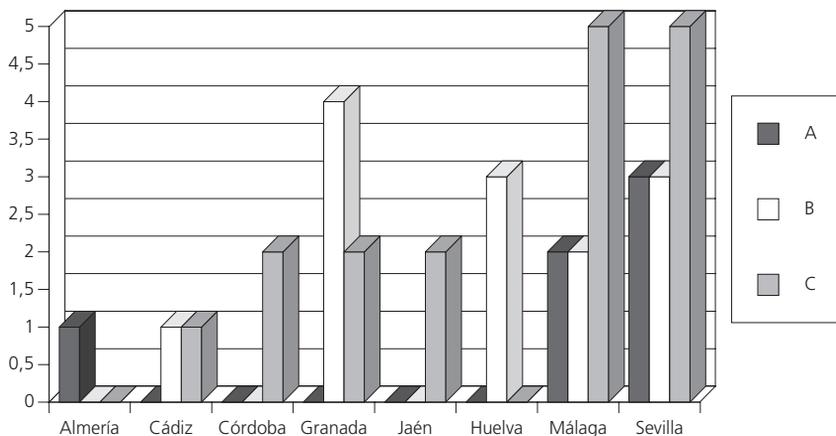
**Gráfico 1**

Distribución de las compañías por niveles en las provincias andaluzas

Andalucía es una comunidad que ocupa una gran extensión geográfica con importantes diferencias no sólo económicas sino también sociales y culturales. Veremos en el siguiente gráfico como se distribuyen las empresas por las distintas provincias andaluzas teniendo en cuenta los niveles de las mismas. Con ello se pretende descubrir si el peso está repartido o si por el contrario existen provincias que acumulan la mayor de la producción mientras que en otras la presencia del teatro es poco significativa.

Los datos indican que no existe ninguna provincia andaluza en la que no haya ubicada una empresa productora de teatro. Existe sin embargo ese desequilibrio entre unas provincias y otras, confirmando la hipótesis segunda en la que suponíamos la existencia de diferencias en el número de empresas constituidas como tales en cada provincia. Veamos provincia por provincia:

- Almería supone un 2,77% respecto del total y todo él es nivel A.
- Cádiz presenta un 2,77% en los niveles B y C y no tiene representación de nivel A.
- En la provincia de Córdoba solo existen dos compañías, las cuales son de nivel C, suponiendo un 5,55 %.
- En Granada las compañías se distribuyen entre los niveles B (11,11%) y C (5,55%).
- Jaén, con porcentajes muy bajos sólo tiene presencia del nivel C.
- Huelva supone un 8,3% de nivel B sin representación en los otros niveles.
- Málaga, con representación en niveles A, B y C es la segunda provincia con mayor número de compañías.
- Y por último, la provincia con más compañías de teatro profesionales es Sevilla, con representación en los diferentes niveles y un nutrido número de empresas de nivel A.



**Gráfico 2**

Sevilla, Málaga y Granada son evidentemente los motores de la producción andaluza. Hay importantes diferencias provinciales no sólo en el número de empresas por provincia sino también en el tipo

de empresas que se dan. En más del 60% de las provincias andaluzas no hay nivel A, en Almería sólo encontramos nivel A, en Córdoba sólo hay pequeña empresa (nivel C)... En definitiva, no existe un reparto uniforme en la Comunidad, el caso de Almería, Jaén, Cádiz y Huelva se contraponen a provincias como Sevilla, Málaga y Granada.

## **Año de constitución y antigüedad del nombre artístico**

Una de las hipótesis iniciales era el corto ciclo de vida de las empresas de teatro, su posición ocasional en el mercado, característica que se acentuaría por niveles, siendo las más antiguas las del nivel A y las más jóvenes las de niveles B y C. La tabla muestra la media de constitución de las empresas.

La primera parte de la tabla nos da seis años de media, lo cual nos indica que estamos ante empresas jóvenes de reciente constitución y en proceso de implantación en el mercado. La segunda parte de la tabla, que se refiere a la antigüedad del nombre artístico nos revela un dato curioso, los diez años resultantes demuestran que la mayor parte de las organizaciones empresariales nacieron como agrupaciones teatrales y con posterioridad se dieron de alta y se constituyeron como empresas con una determinada personalidad jurídica. Muchas de estas empresas discurren como el «Guadiana», aparecen y desaparecen con tanta frecuencia que su seguimiento es difícil, en ocasiones dejan temporalmente de trabajar, pasan a ser aficionadas, cambian de nombre porque se reorganizan, se disuelven, etc., en fin, que pueden ser muchas las variantes que nos encontremos. Son muchas pues las compañías noveles y jóvenes que actualmente conforman el sector teatral en Andalucía.

Veamos algunos casos: la compañía con mayor antigüedad de constitución es *Producciones Imperdibles* (Producciones Imperdibles) en el año 1980, siendo las más recientes *La Jarana Teatro* (El Ambigú), *Clownados* (José Núñez García), *Teatro La Tabarra* (Dolores Píriz Pascual), *Esencia de Trementina* (Miguel A. Martín Ramírez), *Teatro Oberón* (Isaías R. Jiménez), *Pío Pío Teatro* (David Borja Rodríguez Rodríguez) y *Títeres Atiza* (Protíteres asociados, soc.coop. and) en 1998. La media de constitución de estas compañías se sitúa en 1993. El nombre artístico más antiguo es el de

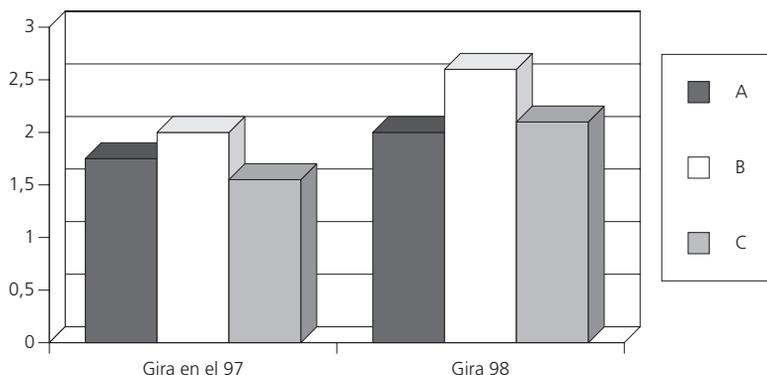
*Axioma Teatro* con 26 años, mientras que el más reciente es el de *Clownados* que cuenta con un año de antigüedad.

## La actividad

En este segundo apartado mediremos el volumen de actividad de las empresas a fin de conocer lo que producen y qué recorrido tienen los diferentes productos. La principal actividad que desarrollan es la producción de espectáculos complementándolo en ocasiones con otras actividades de tipo cultural. La base de datos de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía arroja los siguientes datos respecto al número de representaciones anuales que realizan las compañías andaluzas: un 20% de las compañías supera las 100 representaciones al año, un 31% supera las 50 y un 49% no llega a las 50 representaciones anuales. (v. Anexo C, gráfico 3).

## Espectáculos en gira años 1997 y 1998

Se les preguntó por los espectáculos en venta en ambos años, no solamente los producidos sino también los que habiéndose producido anteriormente se mantienen en cartel porque aún se venden y generan ingresos.



**Gráfico 3**

Correlaciones de las representaciones en gira realizadas  
en los años 97 y 98

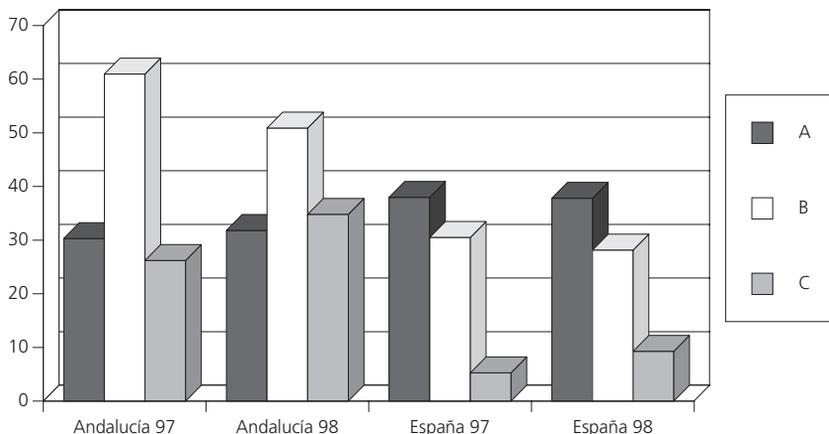
	N	Correlación	Significación
Año 1997 y 1998	36	0,828	,000

Partíamos al comienzo de la hipótesis de que las empresas que más invierten en producción producen menos espectáculos pero los mantienen más tiempo en cartelera. Se observa en el gráfico un ligero incremento del número de espectáculos en gira en el año 98 respecto del 97 en todos los niveles. El nivel que menos ha crecido es el A lo que confirma esa hipótesis, al ser los niveles B y C los que más ofertan al mercado en ambos años y los que en el año 98 han experimentado un incremento mayor.

La correlación es de 0,828 por tanto las compañías que representaron en el año 97 lo hicieron también en el 98. Existe además una *diferencia estadística* entre los valores obtenidos, por lo que se puede decir que existe un incremento real en las representaciones del año 98 respecto al año 97. El nivel de significación es un índice que se utiliza para la comparación de medias. Cuando el coeficiente de correlación es mayor que el índice de significación (como en este caso) representa una diferencia estadística entre las medias que se comparan. Si el índice de significación es mayor que el coeficiente de correlación entonces no existirían diferencias estadísticas entre los valores que se comparan.

## Representaciones en Andalucía y España

El gráfico muestra cómo ese crecimiento es sensible. Efectivamente se ha incrementado el número de representaciones en términos casi generales lo cual quiere decir que no estamos ante un retroceso en el volumen de actividad pero sí ante un avance lento. Algunos niveles como el B redujo su actividad en la Comunidad, otros como el nivel C tuvieron en el año 98 un crecimiento importante del número de representaciones en España. Las medias salen más altas en el ejercicio 98 (v. tabla 8) tanto en Andalucía como en el resto de España.



**Gráfico 4**

Veamos ahora cuál si la correlación es significativa en ambos casos:

- a) *Correlación entre las representaciones en Andalucía en el año 97 y en el año 98*

	Representaciones en 1998
Representaciones en 1997	0,679

Existe una relación entre las obras representadas en el 97 y en el 98, se puede decir que las que la mayoría de las que se representaron en 1997 siguieron en el 1998.

- b) *Correlación entre las representaciones en España en el año 1997 y en el año 1998*

	Representaciones en 1998
Representaciones en 1997	0,929

Igualmente sucede con las representaciones en España, casi la totalidad de las obras que se representaron en un año también lo hicieron al siguiente.

En el año 97 las compañías realizaron una media de 40,60 representaciones en Andalucía frente a las 41,29 que se realizaron el año 98, existiendo entre ambas una alta correlación, es decir, aquellas compañías que representaron sus obras en el año 97 lo volvieron a hacer en el 98.

Estas mismas realizaron una media de 20,43 en el año 97 y 20,86 en el año 98 en el resto de España. En Europa realizaron una media de 2,26 representaciones en el año 97 y 2,31 en el año 98. En América sólo se representaron 0,60 y 0,49 funciones en los años 1997 y 1998 respectivamente.

En el nivel A se representó más en España en el año 97 (38%), sin embargo en el nivel B fue en Andalucía en el mismo año, y en el nivel C en la Comunidad pero en el año 98.

Existe una alta correlación entre el número de representaciones del año 97 con respecto al año 98, tanto en Andalucía, España y Europa. Solo en las representaciones realizadas en América existe una correlación muy baja, lo que significa que no existe una continuidad entre el número de representaciones de un año con respecto al otro.

A pesar de la alta correlación entre los dos años, las diferencias entre ambos son significativas lo que quiere decir que en aquellos niveles donde aumente el número de representaciones de un año para otro éstas son consideradas estadísticamente diferentes.

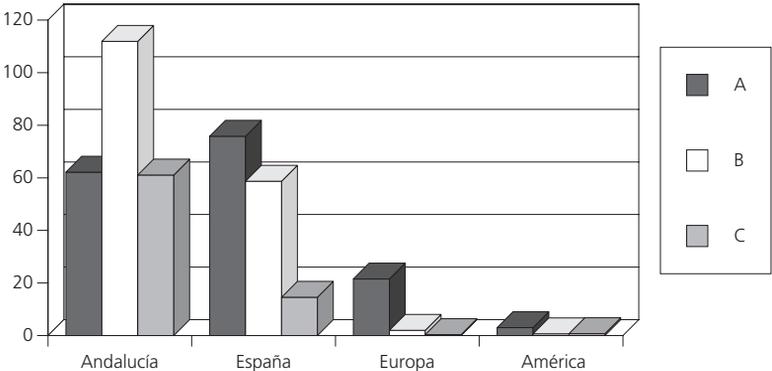
En general, se puede decir que existe una diferencia significativa entre los dos años tanto en la Comunidad Andaluza, como en el resto de España y Europa, mientras que no existe en América.

## **Representaciones totales en el año 97 y 98**

Se representan en el gráfico siguiente el número medio de representaciones totales por nivel en Andalucía, España, Europa y América. El objetivo es conocer cuál de los niveles tiene más presencia en los escenarios regionales, nacionales e internacionales. Así tenemos que el nivel B es el que más representaciones realiza

en Andalucía y España; por tanto el de mayor representatividad en el ámbito nacional. De los tres el que menos actúa en Andalucía es el A, lo cual no quiere decir que no lo haga sino que evidentemente es el que más lo hace y con una diferencia importante en Europa y América; por tanto su proyección cara al exterior es mayor. El último nivel, el C tiene poca presencia en el extranjero y en el resto de España y exhibe sus producciones fundamentalmente en el mercado andaluz.

La Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía (v. Anexo C gráfico 7) también detecta en las 35 compañías encuestadas una fuerte dependencia del mercado interno (Andalucía supone un 66,9%) seguido del mercado nacional que suponen un 26,9% y de Europa (3,4%) y América (2,8%).



**Gráfico 5**

### La producción

En este apartado vamos a medir el tipo de producciones que se realizan atendiendo al tipo de público al que se dirigen, el género, procedencia de autor y director, el lugar de representación, etc.

En términos generales podríamos decir que estamos ante un 41% de empresas que compagina su actividad con otra, lo que evidencia, por un lado la importancia del carácter vocacional y por otro, la escasa importancia económica de dicha actividad. De estas actividades complementarias sobresalen las «docente» (30,03%) y la artística que según datos proporcionados por el proyecto de investigación de ATAES (v. bibliografía) supone un 30,28%.

### *Atendiendo al tipo de público por edad: Infantil/Adulto/Todo público*

Muchos profesionales vienen diciendo desde hace años que no hay un *público típico* de teatro con un perfil social definido sino que se puede hablar de *públicos* muy diferenciados. No es tema de nuestro estudio analizar la morfología social del público asistente al teatro andaluz pero sí desde el punto de vista de las producciones realizadas vamos a medir a quien se dirigen por edad los espectáculos producidos.

Se considerará público infantil al intervalo de edad entre 0 y 12 años, todo público de 12 en adelante y público adulto a partir de 18 años. Teniendo en cuenta estos intervalos, hallamos un 62,1% de la producción teatral dirigida a todos los públicos, un 29,5% de obras destinadas al público infantil y sólo un 8,4 % están concebidas para un público adulto.

Evidentemente el porcentaje más alto es el que abarca un intervalo más amplio de edad. Aunque el dato correspondiente al teatro infantil no es muy alto respecto del total y no podemos, por falta de datos, compararlo con años anteriores, sí que podemos afirmar que es importante el volumen de producción infantil y que hace presu- poner un creciente interés para captar el público futuro.

En muchas ocasiones se piensa que al abarcar una franja de edad más amplia estamos ganando público cuando en realidad nos encontramos con intervalos como el de «todo público» con un porcentaje muy bajo de producciones.

### *Atendiendo al género*

#### Comedia/Drama

Entre comedia y drama se opta claramente por la comedia y si además tenemos en cuenta el tipo de público al que se dirige vemos

que para niños el porcentaje de comedia es considerablemente superior al drama, en el grupo de adultos todo es comedia y en el caso de «todo público» los porcentajes se aproximan con una diferencia mínima. En términos globales el 66,65% del teatro producido es comedia y sólo un 33,33 % es drama. No podemos contrastar estos datos con las preferencias del público, pero sí parece evidente que se sigue considerando *la diversión* como la primera función del teatro cuando tiene que ser un factor cultural de transformación de la sociedad. No podemos tampoco considerar lo serio como lo relevante y lo cómico como lo irrelevante porque lo que sí parece evidente es que el teatro «hoy» ha perdido esa función crítica y agitadora y en muchos casos se presenta alejado totalmente de la realidad social circundante.

La Consejería de Cultura de la Junta (anexo C gráfico 9) contempla que un 31% de las compañías están especializadas en espectáculos para público infantil, mientras que un 55,3% en teatro para adultos y un 13,4% hacen teatro para niños y adultos.

### Clásico/Contemporáneo

No parece que los clásicos estén de moda, al contrario, son los menos representados. El porcentaje de teatro contemporáneo es de un 80,75 frente a un 19,23% de clásico. Ni siquiera en la categoría infantil es relevante el clásico, únicamente tiene presencia en el grupo de «todo público»

### Texto/Sin texto/Musical/Títeres/Otros

Resulta curioso observar la distribución de los porcentajes y descubrir que hay géneros como el musical que sólo suponen un 2,22%, los espectáculos «sin texto» un 6,66%, mientras que las obras de «texto» representan un 59,98%. Los títeres, que prácticamente se destinan para niños suponen un 8,88% y dentro del apartado «otros» donde se incluyen espectáculos de difícil clasificación al ser o participar de varias categorías, representan un 19,99%.

En resumen, se hace poco teatro sin texto, pocos musicales y los títeres sigue siendo un tipo de teatro destinado en su mayoría al público infantil. Una oferta saturada de espectáculo de texto provocará una fuerte competencia en el mercado de las distintas empresas.

## Coste de producción

### *Media del coste de producción*

	Media
Calle	3.371.083
Sala	3.219.360
Polivalente	3.383.670

La media resultante es muy similar en los tres grupos.

### *Media del coste de la producción en función del nivel*

	Media
A	10.928.571
B	3.465.640
C	1.803.217

Existe una gran diferencia entre la media del coste de producción de las representaciones que realiza el nivel A con respecto a los otros dos niveles. También existe diferencia entre el nivel B y el C. Estas diferencias no solo se reflejan en el coste de producción, sino en los demás ámbitos de la compañía que ya se irán viendo más adelante.

## *Patrocinio*

### Tipos de empresas patrocinadoras

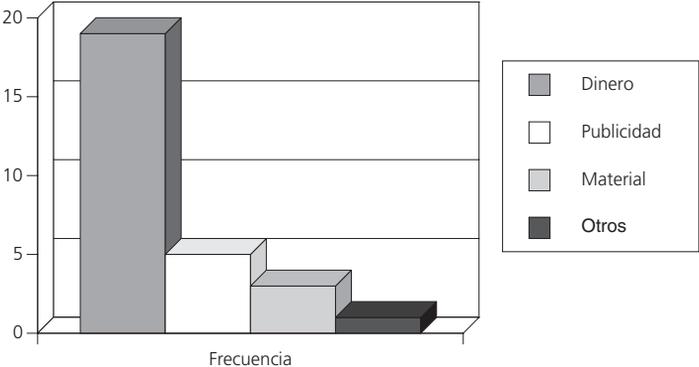
	Frecuencia	Porcentaje
Empresa pública	25	67,6%
Empresa privada	12	32,4%
Total	37	

El 67,6% del patrocinio pertenece a empresas públicas, como son la Junta de Andalucía, el Ministerio de Educación y Cultura, la Diputación de diversas provincias y Ayuntamientos. Solo el 32,4 % del patrocinio corresponde a empresas privadas, en las que destacan entidades bancarias y Cajas de Ahorros, y asociaciones culturales.

Los datos reflejan que es evidente que el teatro se financia fundamentalmente con fondos públicos.

Concepto del patrocinio

	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	19	67,9%
Publicidad	5	17,9%
Material	3	10,7%
Otros	1	3,6%
Total	28	



**Gráfico 6**

Tabla y gráfico muestran como se reparten porcentualmente los conceptos del patrocinio siendo un 67,9% en dinero, un 17,9% en material publicitario, un 10,7% en otros materiales y un 3,6% para el grupo «otros» (cesión de espacios...)

## Tipo de financiación

	Frecuencia	Porcentaje
Recursos propios	82	62,6%
Subvención	29	22,1%
Préstamo	14	10,7%
Otros	6	4,6%

Un 62.6% del coste total de la producción se financia con recursos propios, un 22,1% en concepto de subvención, un 10,7% como préstamo y un 4,6% en otros conceptos como donaciones, ampliaciones de capital... El recurso de la subvención es importante respecto del total y muestra esa dependencia de lo privado respecto de lo público.

## Subvenciones

	Mínimo	Máximo	Media
Subvención	500.000	28.000.000	7.310.879,06

A partir de los valores mayores y mínimos de las subvenciones concedidas en estos años a las empresas analizadas se ha extraído una media de 7.310.879,06 pts para un periodo de dos años.

Si comparamos los datos resultantes de la tabla que indicaba una media del coste de producción en 3.421.434 pts, con los datos de esta tabla, vemos que si, en un caso hipotético, las subvenciones repercutieran en el 100% de las empresas productoras, los costes de producción quedarían cubiertos por la dotación percibida como subvención pública. Esto no ocurre porque no todas las compañías que producen reciben dinero para ello y no todas las que lo reciben se benefician en la misma proporción.

## Caché

Se entiende por caché el precio por función sin IVA. En general las representaciones se hacen de una en una (caché por función) o

bien en gira / campaña (varias funciones seguidas o en el mismo día). No se ha analizado el concepto de «temporada» porque no es habitual, sólo en algunos casos como en Salas alternativas las compañías hacen uno, o varios fines de semana.

Hay muchas variables que determinan el precio del caché y que pueden variarlo, de hecho el precio de un mismo espectáculo varía mucho si la gira es en días seguidos, alternos, en el mismo teatro, en teatros diferentes, etc. Es por tanto un dato de difícil evaluación además de que es uno de los menos contestados en el cuestionario.

### *Caché por función*

	Caché en Andalucía	Caché en España	Caché en el extranjero
Media	242.353,9	308.019,7	446.521,7

Se incrementa el caché medio aproximadamente en un 28% para España y en un 44,6% para el extranjero.

		Caché en Andalucía	Caché en España	Caché en el extranjero
A	Media	411.100	511.125	615.833,33
B	Media	223.273,17	285.785	406.250,00
C	Media	218.543,21	276.043,48	340.000
Total	Media	242.353,93	308.019,72	446.521,74

Está entre un 40 y un 60% más caro el caché del nivel A que el caché del nivel B y C tanto en Andalucía como en España y en el extranjero. Los cachés tanto del nivel B como del C son prácticamente similares, la diferencia existente es poco significativa. Evidentemente es el nivel A el que se aleja del resto marcando las mayores diferencias.

## **Conclusiones**

Todas las conclusiones siguientes se fundamentan en los datos resultantes de las diferentes tablas y gráficos y se refieren a la producción teatral andaluza en el periodo 1997-1998.

La empresa teatral andaluza responde a un generalizado perfil de pequeña-mediana empresa con un ciclo de vida corto y reciente implantación en el mercado. A partir de una división en tres niveles encontramos las siguientes diferencias:

- NIVEL A: Representan el porcentaje menor de compañías profesionales respecto del total (16,7%). Son las empresas que más facturan, más recursos financieros invierten en sus producciones y perciben en concepto de ayudas y subvenciones las cuantías más altas. Su presencia en Festivales Nacionales e Internacionales es mayor. Los cachés de estas compañías son los más elevados de los tres grupos, tanto por función como en gira. Suelen ser distribuidas por empresas especializadas en ello o bien por su propia oficina de distribución.
- NIVEL B: Se trata de un nivel intermedio con valores de facturación medios, con cierta proyección exterior, en Festivales nacionales y poca, aunque alguna, presencia en el extranjero. Perciben subvenciones y ayudas de las Instituciones públicas y suelen rodearse de un equipo especializado de profesionales a la hora de diseñar sus producciones. Normalmente tienen una persona en exclusiva que realiza las tareas de distribución.
- NIVEL C: Son empresas pequeñas con sistemas de producción más bien artesanales, muy vulnerables a los cambios del mercado, con niveles de facturación muy bajos, con equipos de producción pequeños y con un mercado local o regional. Suelen tener un ciclo de vida intermitente pasando por periodos de no actividad en los que incluso llegan a desaparecer. Ese estado un tanto efímero hace que sean compañías de difícil control. Es característica también de este grupo la poca importancia concedida a la comercialización de sus productos siendo en muchas ocasiones una tarea realizada por cualquier persona de la compañía o dado el caso, por nadie.
- En el apartado referente al volumen de la actividad en estos años se aprecia un ligero aumento tanto en el número de espectáculos en gira como en el número de representaciones

realizadas por las compañías en los diferentes ámbitos. Andalucía es sin duda el principal mercado para los niveles B y C (83,3% ) no así el A (16,7%) que trabaja más fuera de la comunidad. Estamos pues ante un empresariado con poca movilidad, que exhibe sus productos fundamentalmente en mercados locales y regionales y que, aunque crece, es evidente que lo hace sensiblemente.

- La mayor parte de las producciones van dirigidas a un público mayoritario (todo tipo de público), en porcentajes mucho menores está la producción infantil y los espectáculos para público adulto. El teatro clásico, el género musical, los títeres, el teatro de calle y los espectáculos sin texto son categorías desatendidas lo que implica por un lado, la existencia de importantes lagunas en la oferta.
- Muy relacionado con el coste de la producción está el caché. Esta variable es difícil de medir al estar muy determinada por cuestiones como la distancia kilométrica, el tiempo de montaje, el elenco, las necesidades técnicas, etc. Evidentemente siempre que hablamos de un caché de partida y luego esa cantidad puede sufrir oscilaciones a la alza o a la baja en base a las circunstancias concretas que se produzcan. Los cachés más altos los encontramos en el nivel A y los más bajos, lógicamente, en el nivel C.
- La distribución es la gran olvidada, la menos profesionalizada de las tareas, la oveja negra de la familia, el convidado de piedra en el reparto de funciones. No hay empresas en Andalucía destinadas a la comercialización del teatro de una manera profesional. Encontramos únicamente algún que otro agente que opera en el mercado de las artes escénicas (música, teatro y danza) y que esporádicamente oferta teatro en las programaciones culturales. En los niveles B y A encontramos empresas que son distribuidas por la totalidad de sus productos o bien alguno de los espectáculos de su repertorio.

# Documentos de Estudios de Ocio

Instalados ya en pleno siglo XXI, el balance de resultados teóricos y de investigación práctica sobre el ocio, como disciplina, resulta a todas luces relevante. Desde los años 90, ha conseguido —como área de conocimiento— presentarse sin complejos, por lo que arroja una credibilidad incuestionable. Pero costó ganar espacios que se mostraban dubitantes, y credibilidad intelectual. Dudas que finalmente se han despejado, para descubrir de forma esperanzadora resultados múltiples y creativos.

Exprimida la esencia de la posmodernidad, la investigación en ocio se muestra capaz de afrontar soluciones incluso ante las diferencias estructurales del desarrollo y del subdesarrollo. De otra parte, la imagen que pudo extraerse de las participaciones que se dieron cita en el marco del III Congreso Mundial Sobre el Ocio (WRLA), celebrado en Bilbao en el año 2000, no fueron precisamente propuestas cerradas o acomodadas a un único modelo. La diversidad de este volumen se refleja precisamente en esa multi-propuesta que esta sociedad en la que ya estamos espera que se le oferte para su tiempo libre. Reflejo por otra parte de nuevas y distintas epistemologías, los estudios que se reúnen en esta publicación aportan facetas tan variopintas, como la propia dinámica social en la que estamos inmersos.



Working together to improve the quality of life for all  
Trabajando juntos para mejorar la calidad de vida de todos  
Denon bizi kalitate hobetzeko elkar lanean



Universidad de Deusto

