

# EL OCIO Y LA CIUDAD

Paulina Zary<sup>1</sup> / Jorge Castro<sup>2</sup>

Escuela Politécnica Nacional del Ecuador-Departamento de Ciencias Sociales  
paulina.zary@epn.edu.ec / jorge.castrom@epn.edu.ec

## Resumen

La historia diacrónica de las palabras y el vertiginoso movimiento de las ciudades a través del contrapunto discursivo de sus ciudadanos, despiertan una multiplicidad de facetas, formas diversas del pensamiento frente a la inacabable búsqueda de la condición humana...y tras este rastro filosófico y en el marco de Hábitat III, el cuestionamiento acerca del ocio y su vivencia en esta ciudad hizo que se despertara una profunda curiosidad y, el descubrimiento de que hoy la palabra ocio posee una carga semántica negativa, promovida desde tiempos remotos por el poder de la Iglesia y el surgimiento del capitalismo que todo lo ocupa y lo mercantiliza, generó una mirada al pasado para rescatar el origen primigenio de su acepción que se considera, la que el hombre de hoy, de esta sociedad necesita para acceder a cambios significativos no solo individualmente sino para la colectividad. Es así que los grandes filósofos dotan a esta palabra de un significado ideal. El ocio se relaciona con aquella posibilidad de indagar en la condición humana donde se puede condensar el encuentro con las más sublimes potencialidades que permiten mirar la coherencia de la vida para un encuentro social. Se necesita del ocio para pensar, para reflexionar y reconectarse con la naturaleza, pues la felicidad en su máxima expresión no se halla en la acumulación de bienes, como este mundo consumista promociona: competir, trabajar sin descanso, existir en un mundo de ficción y morir sin haber vivido a profundidad.

## Palabras clave:

Ocio, ciudad, diacronía, sociedad, consciencia, mercantilización, capitalismo.

<sup>1/</sup> Profesora titular del Departamento de CCSS-Escuela Politécnica Nacional. Magíster en Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la Educación.

<sup>2/</sup> Profesor titular del Departamento de CCSS-Escuela Politécnica Nacional. Magíster en Economía del Desarrollo.

La moderna ciudad de Quito, que ha servido de marco para desarrollar este interesante tema, revela en cada uno de sus rincones una intrincada mezcla de voces que a través del contrapunto, rememoran el dialogismo de Mijail Bajtín y van despertando una multiplicidad de pensamientos, de posturas políticas, religiosas, culturales, formas diversas de asimilar el mundo, la vida y cada una es parte de la incesante búsqueda de la verdad. Es así que en medio de este contexto irrefrenable de personajes que transitan peregrinamente por las calles de Quito, ha surgido la duda de cómo entre todos ellos, se asimila el tema del ocio. Las respuestas, en su gran mayoría, revelaron un profundo desconocimiento del significado primigenio de la palabra y mucho más, de las sublimes acciones que el ocio implica... y con toda razón, ya que apenas el eco del su verdadero significado ha llegado hasta nuestros días. Pues, este término ha pasado por tantas vicisitudes históricas que su sentido más prístino se ha ensombrecido y rescatarlo es hacerle justicia.

Bajtín se remite al diálogo, al contrapunto, a la polifonía como elementos que edifican juicios, verdades que cimientan realidades; por ello, la riqueza de este trabajo radica en que junta dos visiones superficialmente dicotómicas, a ratos parecerían distantes, pero al final resultan complementarias. Por un lado, la perspectiva económica

con todas las preocupaciones que implican la seguridad de un empleo, la estabilidad de un nivel de ingresos idóneo que permita solventar las necesidades básicas dentro de la construcción y supervivencia de las sociedades y, por otro, que no dista de la primera, aquella relacionada con la característica netamente humana, con la visión lingüístico-etimológica y sobre todo humanística, que involucra la construcción del ser humano. Ambos matices importantes para la humanidad, contextualizados en el marco de la sociedad capitalista mundial.

El término ocio empieza a trazar su trayectoria semántica en Grecia y Roma, pero son los grandes filósofos griegos como Platón y Aristóteles los que dotan a esta palabra de un significado ideal (Dare, 1991). Para ese contexto, la acepción de ocio se relaciona con aquella posibilidad de indagar en la condición humana y crear ese espacio propicio para el encuentro con las más sublimes potencialidades del ser que se remiten al principio del areté: "virtud o excelencia y perfeccionamiento de las personas o de las cosas" (López-Pelaez, 2009), principio que abarca desde lo físico (expresado de manera magistral en las sublimes acciones bélicas detalladas por Homero, en la *Ilíada* por ejemplo, o en las grandes hazañas olímpicas cantadas por Píndaro), hasta las profundas reflexiones ontológicas que hasta ahora causan asombro.

Revelaba, así, un estado del espíritu relacionado también, con el tiempo. Si bien esta concepción de ocio se remite a las cumbres ideales del ser humano, hay que señalar que mientras la aristocracia masculina sacaba provecho de su ocio, los esclavos y las mujeres cumplían con todas las tareas manuales. Detalle que ya desde aquella época, ensombrece al término. Posteriormente, en la formación de las polis, atendiendo a los principios de la democracia, los ciudadanos comunes pudieron participar de las actividades de ocio; este posiblemente fue un intento por volver a la esencia del término. Por ejemplo, los ciudadanos asistían a las largas jornadas que ofrecían las famosas tragedias de Sófocles, Esquilo, Eurípides o las comedias de Aristófanes cuyo efecto, en ambos casos, era catártico e iba a tono con el concepto de ocio (Jenkins, 2009).

En su avance diacrónico, el término vuelve al imperio romano; su naturaleza expansiva, no solo en materia territorial sino en cuanto a los bienes que cada ser humano debía acumular, hace que el término ocio (*otium* en latín) sufra una interesante variación. Se deben tomar en cuenta los cambios que se producen, "La organización socioeconómica del Imperio contempla una transformación incipiente frente al surgimiento de pequeños artesanos demandados por las nuevas formas de ocupar el espacio -la urbanización-, si bien la for-

mación socioeconómica sigue teniendo su esencia en el esclavismo" (Gerlero, 2005). En consecuencia, el ocio de los griegos encuentra su contraparte con los romanos en el término *negocio* (*neg-otium*), que etimológicamente significa la negación del ocio, es decir: ocupación, actividad, función, cargo, deber, empresa o asunto que demanda "trabajo".

Si ahondamos aún más en los campos etimológicos de estas palabras, descubriremos que el término "trabajo" muy relacionado con todas las actividades humanas, proviene del latín *tripalium*, que significaba literalmente 'tres palos' y era más bien, un instrumento de tortura formado por tres estacas a las que se ataba al esclavo o al reo (López. A., 2006). Este momento histórico ya desluce la semántica ideal de ocio que se va tergiversando y va perdiendo su original y noble significado para vestirse con un traje oscuro que lucirá hasta el día de hoy. Es importante señalar que en Roma, el ocio es atributo de las grandes masas a quienes los poderosos brindan fiestas y grandes espectáculos, de esta manera este ocio popular se convierte en un arma de "dominación" (Gerlero, 2005).

Después de la caída del Imperio Romano, la poderosa voz de la Iglesia toma partido para desprestigiar semánticamente aún más al término. Así, durante la Edad Media y posteriormente en el siglo XVI, aparece el concepto de ocio-

sidad opuesto moralmente al de "trabajo" que por su lado religioso con tintes capitalistas, "dignifica al hombre" (Gerlero, 2005). La lucha contra la pecaminosa condición del ser humano que debe ser reivindicada a través del trabajo ha comenzado. El trabajo llena los espacios en los que pueden sobrevenir los malos pensamientos, hay que evitar a toda costa los ratos de ocio para evitar caer en manos del pecado. Es innegable que la oportunidad de un encuentro íntimo con lo más prístino y noble de naturaleza huma y su significado profundo han caído en las marismas del olvido.

El ámbito de la Revolución Industrial hace que la concepción del "trabajo" adquiera un alto valor semántico, relacionado íntimamente con la subsistencia del ser humano y del ocio, solo queda una difusa sombra que ha sido reemplazado por el concepto de "tiempo libre" que en el marco de una sociedad capitalista creciente, alude al espacio de descanso necesario, a la recuperación vital que requiere la fuerza de trabajo para seguir produciendo (Elizalde A. 2009). Thompson (1984) citado por Gerlero (2015) lo describe muy bien:

"...la revolución industrial no era una situación consolidada, sino una fase de transición entre dos modos de vida. Hacia el 1700 en Inglaterra

comienza a instalarse el panorama capitalista industrial superponiendo a los patrones de conducta socializados, los esquemas del disciplinamiento en el trabajo, introduciendo en las escuelas la crítica a la moral de la ociosidad y la prédica a favor de la industriocidad. El disciplinamiento y el orden en el trabajo pasó a invadir todos los aspectos de la vida, las relaciones personales, la forma de hablar, los modales, al punto tal que fueron minando la alegría y el humor; "se predicó y se legisló contra las diversiones de los pobres".

Es preciso resaltar que el giro en la significación primigenia de ocio por "tiempo libre" cambia radicalmente la perspectiva, pues en el contexto histórico aludido y de allí en adelante, la función que se atribuye al tiempo libre con relación al consumo (Gerlero, 2015) es determinante en el crecimiento económico del mundo capitalista. Pues,

El consumidor y la economía exigen disponer de un tiempo libre para realizar sus operaciones de consumo [...] Nuevamente se evidencia cómo las particularidades que adquiere el modo de producción en una formación socioeconómica concreta, expresa una dialéctica entre los diversos fenóme-

nos de la vida social y la base material que la sustenta (Kelle y Kovalzon 1985 citados en Gerlero, 2015).

Otro de los factores importantes que revolucionaron el mundo fue la pujante evolución de los mass-media y posteriormente la web 2.0; estos añaden un elemento fundamental que se encargará de alejar cualquier resquicio ideal del ocio, la referencia apunta al consumismo y específicamente, al consumismo de la información y el espectáculo.

..., nos encontramos con un panorama mediático que defiende su pluralidad con decenas de cadenas, con una televisión a la carta y con la difusión de contenidos a través de Internet y las redes sociales. Sin embargo, lo cierto es que los dueños de los medios no son tan plurales y los contenidos emitidos... son repetitivos y anticuados y en muchos casos subyugados por intereses económicos. (Grupo Comunicar, 2017).

Como dato interesante, en el Ecuador, según el INEC, el número de horas que la población dedica su tiempo libre frente al televisor, es un promedio de 9 horas a la semana. (INEC 2012). Los medios de comunicación masiva que en sus inicios se relacionaban con las fun-

ciones sociales de educar, entretener e informar han entrado en la dinámica del consumo, así lo retrata muy bien Hogshead, 2010 citado por Grupo Comunicar 2017, en el módulo II Análisis crítico y producción mediática:

...la información, los programas informativos, también han entrado en la tendencia de entretener al telespectador, buscando, cada vez más, su compromiso a través de las emociones. Y es que hemos pasado de la era de la información a la era de la fascinación (Hogshead, 2010) en la que predomina la estimulación para ganarse la atención del espectador. Todo vale para persuadir y cautivar a los receptores. (s/n)

Desde otra perspectiva, si bien el propósito de este documento no es profundizar la concepción de ocio a partir de diferentes disciplinas, es interesante mirar el concepto desde la psicología social. Se debe mencionar que desde esta ciencia, la primera dimensión del ocio es la libertad. Neulinger manifiesta que la libertad es un estado en el cual, el ser humano hace uso de su capacidad de decisión y de elección, en donde prima su propio criterio. Por tanto, cualquier actividad que se realiza con libertad, sin limitaciones u obligaciones, está relacionada con el ocio. (Peralta, 2012)

Al relacionar la acepción original de ocio con la visión de la psicología social versus la actualidad, donde impera la cultura del mercado, se observan contradicciones propias del modelo económico imperante; en este contexto, se busca relacionar de una manera difusa el ocio y la libertad, pero referidos más bien a una independencia de consumo. Entonces, cabe preguntarse: ¿cómo se concibe la libertad hoy?, ¿qué "libertad" busca el ser humano actual?, ¿acaso la libertad es una cualidad que se puede fraccionar de acuerdo con el interés económico, político, cultural, etc.? En el mundo del capitalismo donde predominan la ideología de la libre empresa, de la propiedad privada, de una economía organizada alrededor de las empresas multinacionales (capital monopolista) y de la economía de mercado regulada (visión keynesiana), se proclama mayor eficiencia, eficacia y "libertad" con regulaciones de los agentes económicos; pero que en lo concreto esa libertad, justicia y el bienestar que se ofrecen, se muestran como un camuflaje de la esclavitud para un sector que participa marginalmente de las ganancias del capital. Esto significa que para quienes tienen ingresos altos y de alguna forma seguridad, está satisfecho el ocio en su máxima expresión, mientras que para el pueblo, un camelo de libertad. (Polanyi como se citó en Harvey 2014). Por tanto, dados los condicionamientos con los que vive la sociedad, es impro-

bable que ella recupere para sí el verdadero alcance del ocio enmarcado en una auténtica libertad. Ya lo menciona Harvey (2014): "es imposible escapar a la unidad contradictoria entre libertad y sometimiento, se defienda la política que se defienda" (p 203).

Dentro de esta misma línea, la psicología social (como lo sugerían los griegos) también concibe el ocio como una forma de privacidad y soledad; de tal manera, que exista una relativa libertad y un diáfano criterio para asumir la influencia de los otros, tomando en cuenta que los pensamientos, percepciones o las historias de los individuos que forman parte de nuestro contexto, terminan influyendo socialmente y muchas veces determinan los grados de motivación por la libertad y la felicidad (Kleiber, Walker, Mannel, 2011). Es por esto que la presencia del ocio abre el espacio necesario para el discernimiento reflexivo frente a una realidad compleja que es reflejo de un desencuentro social que deja desamparado al ser en su parte más humana.

Las sociedades contemporáneas totalmente globalizadas donde el tratamiento del ocio se lo vive desde la perspectiva económica y solo se lo pueden permitir aquellas sociedades que han cubierto sus necesidades básicas, es el resultado de todo un recorrido histórico, semántico y multidisciplinar donde el sentido del ocio se ha visto distor-

sionado. Se debe tomar en cuenta que este contexto es propicio para que surja la idea de la economía de mercado de las necesidades ilimitadas frente a recursos escasos. El término *ocio*, ahora sinónimo de tiempo libre y de tiempo de recreación, se ha convertido en uno de los aspectos importantes para la economía capitalista, ya que existe una estrecha relación entre comercio, entretenimiento, cultura, turismo... Temas que ya no guardan la esencia del ocio inicial, sino que se han convertido en elementos para un ocio mercantil, puesto que en esta sociedad, casi todos los temas interesantes de la vida, lamentablemente, se pueden convertir en mercancía.

En función de lo dicho, en la actualidad, la economía ha segmentado el análisis de la sociedad, teorizando el comportamiento humano a través de la economía del ocio como tal. Este capitalismo industrial se ha venido consolidando y por tanto, ha determinado una concepción de bienestar y felicidad con base en el nivel de consumo de la sociedad. En este sentido, el proceso industrial va perdiendo su participación en pro del área de los servicios, es decir "el crecimiento de la industria del ocio (tomado como tiempo libre y recreación) ha supuesto una parte importante de transición a esta economía postindustrial" (Bell, 1973 citado en Álvarez, 2006). La economía del ocio ahora está posicionándose en la propia lógica de la econo-

mía del mercado y en el devenir del progreso humano, el surgimiento de las grandes urbes y el incesante crecimiento urbanístico de las ciudades lo ha fortalecido, determinando en la mayoría de casos, cómo los ciudadanos destinan su tiempo libre o dicho de otra manera, el tiempo de no trabajo.

Un claro ejemplo es la evolución del concepto de "centro comercial", este ha tenido un crecimiento del 75% en estos últimos 15 años en Quito y sus alrededores datos que se pueden comprobar al revisar la historia de la aparición de los Centros Comerciales en la ciudad de Quito. La característica de estos grandes conglomerados de la industria del entretenimiento además del intercambio mercantil que generan, ofrecen otro tipo de servicios tales como cine, teatro, alimentación, parques temáticos, que se convierten en un imán de atracción para las personas, en donde los ciudadanos compran experiencias... lo que a su vez provoca un crecimiento de las empresas que ofrecen aventura. La ficción se ha apoderado de las mentes de los ciudadanos del planeta (Rifkin J, 2003). Según la consultora datanálisis (citada en el artículo de El Comercio "todos vamos al mall") en su informe de 2009 revela que hombres y mujeres entre 15 y 50 años de edad y de todos los estratos económicos visitan en promedio 4,7 veces al mes un centro comercial de la capital, actualmente la cifra se ha elevado a 8

visitas. Como el objetivo es reivindicar el ocio creativo, se puede contrastar el dato anterior con el índice de lectura por persona en el país, que es el más bajo en América Latina. 0,5 libros por año lee en promedio cada ecuatoriano, según datos de la UNESCO. Eso quiere decir, que cada habitante lee la mitad de un texto, en el mejor de los casos. (Diario El Telégrafo, 2012).

El turismo es otra de las actividades que mejor puede describir esta economía, actividad que ha tenido un considerable crecimiento en casi todos los países. El ser humano quiere conocer otros lugares del planeta y claro, desde el punto de vista del ocio creativo, se abren muchas posibilidades de aprendizaje, de vivir una verdadera interculturalidad, pero el negocio del turismo también ha mercantilizado estas posibilidades. En el caso del Ecuador, según el Banco Mundial, entre 1995 y 2014, este sector se incrementó en el 253%. El mercado del ocio gana ingentes espacios porque los habitantes del mundo buscan experiencias que les permitan escapar de la cotidianidad, de su trabajo... sin darse cuenta, han caído en la vorágine del paradigma dominante que diluye la idea del ser humano y lo convierte en comprador de aventuras, de felicidad; producto de aquello hoy se ve transitar por la ciudad a cientos de individuos anónimos, aislados, pasivos que han olvidado su verdadero valor,

que caminan perdidos en un mundo de ficción.

Actualmente, la mayoría de las actividades humanas se encuentra bajo el dominio de los tentáculos del capitalismo. El trabajo representa la llave que abre la posibilidad a la recreación y al disfrute del tiempo libre que se resume en visitar centros comerciales, cines, restaurantes, bares, estadios, espectáculos, etc.; que son parte de la cadena de consumo cotidiano externo en un mundo inexorable. La posibilidad de detenerse y mirar interiormente en el propio reflejo aquellas virtudes y debilidades para conocernos, construirnos cada vez como mejores seres humanos y amarnos para poder amar, no tiene cabida en un mundo donde la conciencia casi se ha extraviado, donde las emociones se revelan a través de emoticones. Sin embargo, la puerta del ocio referido al espíritu y a su engrandecimiento sigue abierta y es decisión de cada ciudadano del universo pasar o quedarse afuera.

## Conclusiones

Esta retrospectiva etimológico-diacrónica y económica ha servido para descubrir que "la dignificación del trabajo" junto a la imperiosa necesidad de subsistir, confabularon para que se perdiera el espacio para el ocio. La preocupación por cubrir las necesidades básicas tomó rumbos extremos al desear también cubrir aquellas nece-



sidades innecesarias. El mundo del marketing bombardea la vida de los ciudadanos del planeta, el capitalismo, que ha sembrado la lucha por poseer, ha logrado mercantilizar la vida, de manera tan sutil, que la mayoría entra en su juego casi sin notarlo.

Al perderse el verdadero concepto de ocio la esencia del capitalismo cobró fuerza, pues ha convencido a la mayoría de la población mundial que las respuestas más profundas están afuera, en el consumo de bienes o de experiencias, como se ha señalado. El complejo tramado urbanístico coopera también en favor del sistema dominante, (a propósito de este congreso mundial), transitamos por un distrito metropolitano que se automatiza, que se llena de centros comerciales uno más atrayente que el otro, una ciudad llena de luces y de pantallas que invita a habitar en un mundo virtual o en términos de Zygmund Bauman, un mundo líquido, inconsistente, carente de espacios para el ocio creativo, en donde el mismo tiempo libre ha esclavizado al ser humano (Suárez G. 2016).

En la antigua Atenas, la posibilidad de trascendencia a través del autoconocimiento era considerada una parte fundamental en la formación del ser humano. En la sociedad actual, esta concepción difiere puesto que todo modelo de contemplación es considerado como una pérdida de tiempo o de producti-

vidad, por tanto, el tipo de ciudadano producto de este sistema dominante, teme el ocio porque lo enfrenta consigo mismo.

La concepción de ocio en términos de libertad, bajo un sistema económico que condiciona al ser humano, se encuentra limitada y a su vez, se contrapone a lo que significa la libertad en su original expresión, sin categorizarla, sin delimitarla, peor aún, ideologizarla. Por tanto, existe la imperante necesidad de volver a reflexionar para que la sociedad se replantee su estilo de vida y recupere la conciencia sobre su propia existencia.

Para terminar, una de las interesantes respuestas frente al cuestionamiento de la relación entre el ocio y la sociedad actual, resume lo que se ha intentado plantear en este trabajo, es decir volver la mirada al pasado y recuperar no solo en su significado sino de manera vivencial toda la ingente sustancia vital que implica el ocio:

“el ocio debería ser la máxima aspiración del ser humano... ocio para pensar, para contemplar la naturaleza y al ser humano, para aprender con calma las mil maravillas que ofrece la vida, para practicar el arte, un deporte, para estar en contacto con la gente y más con la gente que queremos. No soy de los que cree que la felicidad consiste en tener y

tener, trabajar y trabajar, competir y competir, superar y superar, aplastar y aplastar, demostrar y demostrar, consu-

mir y consumir y al final, morir se sintiendo que la vida fue un ejercicio vacío". (R. Díez, 2016).

## Referencias

BM (Banco Mundial) (2016), "turismo internacional, número de arribos" [base de datos en línea], <http://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL> [fecha de consulta 13 de septiembre de 2016).

Dare. B., (1991) *Ideals and Reality: Classical Leisure and Historical Change en Leisure and Ethics. Reflections on the Philosophy of Leisure*. Virginia EE UU: Gerald S. Fain Editor.

Echegaray y Eizaguirre E. (2010). *Diccionario general etimológico de la lengua española*, Volumen 3. Princeton University.

Elizalde Hevia A. (2009). *Lazer na América Latina/Tiempo libre, ocio y recreación en Latinoamérica*. Belo Horizonte: Editora UFMG págs.

Gerlero J. (Octubre de 2005). Diferencias entre ocio, tiempo libre y recreación: Lineamientos preliminares para el estudio de la recreación. I Congreso departamental de recreación de la orinoquia colombiana. Congreso llevado a cabo en Villavicencio, Meta.

Grupo Comunicar (2017). *Educación para los nuevos medios: competencia mediática para docentes*. MOOC.

Harvey D. (2014). *17 Contradicciones y el fin del capitalismo*. Quito: Editora: Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN).

Jenkins. I. (2009). *La vida cotidiana en Grecia y Roma*. Madrid: Akal

Kleiver D, Walker G, Mannel R. (2011) *A Social Psychology of leisure*. Recuperado en: <http://www.sagamorepub.com/files/lookinside/673/so-cpsychleisure-look-insideopt.pdf>

López. A., 2006. La antigua y sufrida tortura que dio origen al término 'trabajar' Blog de Arte y Cultura. Recuperado de: <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/tag/el-origen-de-la-palabra-trabajo/>

López-Pelaez, J. (2009) *Honourable murderers*. Alemania: Peter Lang

Rifkin, J. (2003). Cap. 8: La Nueva cultura del capitalismo (pp. ). Madrid: Paidós

S/n. (Jueves, 26 Abril 2012). Apenas "medio libro" por año leen los ecuatorianos. Diario EL TELÉGRAFO. Recuperado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/7/apenas-medio-libro-por-ano-leen-los-ecuatorianos>

Peralta. R., (2012). Reseña: The Psychology of leisure. Research approaches to the study of leisure. John Neulinger (1974). Revista Latinoamericana de Recreación, 1(2), 130-135. Recuperado de <http://revistarecreacion.net/volumen-1/indice.php>

Suárez. G. (2016) Bauman: "En el mundo actual todas las ideas de felicidad acaban en una tienda". El mundo. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/papel/lideres/2016/11/07/58205c8ae5fdeaed768b45d0.html>