

## CAPÍTULO QUINTO

### TIEMPO LIBRE

#### 1. REFLEXIONES ACERCA DEL CONCEPTO

Estudiar las prácticas culturales preferidas por los individuos y analizar por qué y cuándo las personas deciden realizarlas, representa un elemento importante para la construcción conceptual del tema de interés.

De manera general se puede decir que el tiempo libre es un espacio socializado en el que el uso de las normas se reconstituye según una trayectoria doble; por un lado, las personas buscan reproducir los *habitus* socialmente valorados (como en el caso de las actividades deportivas); y por el otro, los actores buscan una forma cultural que permita romper con los esquemas comunes y generar nuevas maneras de consumo cultural. Estas mismas formas de reproducción cultural resultan de la interacción social que se conforma en el propio tejido (o contexto de vivienda), y que es influenciado directamente por la institucionalización de la cultura.

Es así como los sociólogos que han participado en el estudio del concepto de tiempo social distinguen dos aspectos; por un lado, un marco cultural específico (o en una misma sociedad), donde es posible individualizar la presencia de una pluralidad de tiempos sociales desde los cuales se desprenden básicamente dos categorías de tiempo: el tiempo de trabajo y el tiempo familiar (Valdez Alfaro, 2002); por el otro, todos esos tiempos se reúnen bajo una misma forma de generación valorativa, la misma que en general ofrece el marco social en donde los individuos generan, transmiten, aprenden y reproducen sus normas.

El tiempo de trabajo incluye el tiempo de trabajo efectivo, el de transporte ligado al trabajo y el de espera o pausas en el trabajo. El tiempo familiar radica en las tareas de la casa, la atención a los hijos, entretenimientos familiares, las ocupaciones religiosas y el descanso. Adicionalmente, el tiempo libre al que el hombre tiene derecho no es sólo una cuestión cuantitativa o temporal, sino que también remite a un sentido cualitativo, que se traduce en una manera de expresar las preferencias y el grado de absorción de los usos por parte de los actores. El tiempo libre es un espacio en donde se modifica nuestro estilo de vida y en donde las estructuras sociales en las que nos insertamos, así como los valores y principios que incorporamos a nuestra existencia, sufren alteraciones momentáneas hacia la demarcación de nuevos rasgos comportamentales.

Los cambios de una nueva economía de mercado llevaron a la separación del trabajo de otras actividades específicas para la reproducción y la posibilidad de completar todos los aspectos de la vida cotidiana (tiempo libre, comunicación, entre otras), y puso las bases para que el mismo mercado los sujetara a sus leyes, reemplazando las formas orgánicas de existencia y sustituyéndolas por diferentes tipos de organización individualista y atomizada. Así, el trabajo redefinió las interacciones sociales, eliminando los elementos consuetudinarios de obligación y de comunicación social, transformándose en una relación de intercambio entre empleado y empleador (McPhail Fanger, 2000).

La fragmentación del trabajador también contribuyó a la ruptura de los lazos sociales fuera del trabajo, que al no estar situado en un complejo de relaciones y obligaciones socialmente reconocidas se consolidó cada vez más como espacio de remuneración monetaria.

De esta manera, la afluencia de periodos más largos de tiempo libre no restauró el sentido de solidaridad social erosionado por la industrialización; más bien se empezaron a constituir prácticas específicas de tiempo libre, tanto en el trabajo como en la calle y en la familia, con características individualistas, que involucra-

ban relaciones de intercambio más que lazos comunicativos (McPhail Fanger, 2000).

En Estados Unidos se realizó un estudio durante los años veinte, que reportaba el cine, la lectura de periódicos y revistas y escuchar la radio como prácticas preferenciales de tiempo libre. Sesenta años después, México publicaba un trabajo sobre uso de tiempo libre, en el cual se obtenían resultados similares: lectura de periódicos, escuchar radio y ver televisión, siendo esta última la actividad que consume la mitad del tiempo de hombres y mujeres urbanos (Zazueta y Barojas, 1981). Preferencias éstas que se justificaban porque “podían hacerse en soledad”, según patrones de fragmentación y de individualización de la vida cotidiana, de la suburbanización y del creciente anonimato de los espacios sociales de las grandes ciudades occidentales.

En lo que concierne a México, la definición de García Canclini explica el contexto nacional como un espacio físico en donde el tiempo libre se entiende como el momento “...en el que se inscriben trayectos y rutinas que escapan de las disciplinas de la producción, aunque no deje de responder a sus reglas” (García Canclini, 1993:81).

Lo anterior indica que este tiempo representa un momento tanto de ocio o descanso como un momento de la cotidianidad, que se aprovecha para realizar un tipo de actividades que no forman parte de la rutina “normal” de los individuos.

En el ámbito internacional, el tiempo libre es reconocido en el artículo 7o, inciso D, del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas, reconociendo que el derecho de toda persona al goce de condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias debe asegurar “el descanso, el disfrute del tiempo libre, la limitación razonable de las horas de trabajo y las variaciones periódicas pagadas, así como la remuneración de los días festivos” (Organización de las Naciones Unidas, 1976).

México, a pesar de haber ratificado el Pacto en 1981, no reconoce el concepto de “tiempo libre” en el ámbito nacional, y menos

aún en el ámbito de los derechos sociales. La Constitución Política no hace referencia al término, y sólo es mencionado una vez en la Ley General de Cultura Física y Deporte, de 2003, bajo la definición de “recreación física”, de acuerdo con el “uso positivo del tiempo libre” (Ley General de Cultura Física y Deporte, 2003).

## II. ¿CON QUIÉN PASA EL TIEMPO LIBRE?

Para la evaluación de la idea que los entrevistados tienen acerca del concepto de tiempo libre y el análisis de su comportamiento en relación con ello, se ha empleado la definición del tiempo libre propuesta por García Canclini (1993).

En cuanto al uso del tiempo libre por parte de la población entrevistada, las cifras muestran que el 49.2% de la gente prefiere emplearlo en reuniones con amigos y familiares; el 27.4% opta por pasar el tiempo libre yendo de compras; el 24.8% del total de entrevistados prefiere ir al cine; los que prefieren las fiestas son el 24.0% del total de la población encuestada, y el 23.9% manifestó su preferencia acerca de la práctica deportiva (véase tabla 45 en anexo 2). De manera similar, los datos registrados a nivel nacional muestran que los entrevistados prefieren pasar el tiempo libre con amigos y con miembros de su familia en el 52.5% de los casos (Conaculta, 2004).

De acuerdo con el sexo de los entrevistados, aquellos que constataron preferir pasar su tiempo libre con amigos o familiares, el 49.2% son mujeres, y el 49.1% son hombres; es decir, que el sexo de los entrevistados no influye en la preferencia individual. Esta semejanza se explica a partir de parámetros culturales que guían a los mexicanos a mantener a lo largo de sus vidas una relación estrecha con los parientes y las personas más íntimas. A su vez, los datos estarían indicando cómo la dinámica económica del tiempo laboral establece una relación directa con el tiempo familiar, sobre todo de acuerdo con el aumento del porcentaje de mujeres insertas en el mercado laboral. Las mujeres también se ven afectadas

en sus prácticas familiares, sobre todo en función de las prácticas tradicionales del cuidado del hogar y de los hijos, utilizando esos espacios de tiempo libre para cubrir dichas actividades.

La no diferencia entre los porcentajes obtenidos para hombres y mujeres en las preferencias para estar con amigos o familiares, además, puede dar lugar a un análisis más detallado sobre el uso del tiempo libre como un “espacio de democratización” de las relaciones de género. Es decir,

una nueva relación basada en asimetrías matizadas, posibilitando nuevas pautas de convivencia entre hombres y mujeres y al interior del hogar, creando nuevos espacios para la democratización de dichas relaciones y el trabajo doméstico compartido, lo que conduce a un nuevo balance entre obligaciones y derechos y una mejor calidad de vida (McPhail Fanger, 1999).

Si se examinan estas preferencias en función de la escolaridad, el 61.6% de los que tienen secundaria incompleta, el 59.8% de los que tienen secundaria completa y el 61.1% de los que cursaron algún año de preparatoria, pero no la terminaron, eligieron, como primera opción, pasar su tiempo libre con amigos y/o familiares. Por el contrario, sólo el 29.4% de los que tienen universidad eligieron la opción mencionada, y afirmaron inclinarse a la práctica de algún deporte (57.6%); ir al cine (28.7%) y leer (15.0%). A su vez, el 34.1% de aquellos que no terminaron la primaria prefieren estar con amigos y/o familiares; el 37.1% dan como segunda opción ir de paseo al campo, y el 23.3% prefiere descansar.

De acuerdo con el ingreso de los entrevistados, las preferencias de actividades para realizar en el tiempo libre varían. El 63.3% de aquellos entrevistados que perciben mensualmente tres salarios mínimos o menos prefieren estar con amigos y/o familiares; el 35.8% manifiesta su preferencia por ir al cine; el 22.5% prefiere practicar algún deporte, y el 20.5% se inclina por ir de paseo al campo. Por otra parte, el 45.5% de los que ganan más de diez salarios mínimos prefieren reunirse con amigos y/o familiares; el 42.9% de los entrevistados se inclinan por los bares,

billares o cantinas; el 33.0% expresa su preferencia en practicar algún deporte y el 32.7% prefiere ir de compras.

Discriminando en función de la condición de actividad de los encuestados, se puede observar que el 100.0% de los trabajadores sin pago prefieren las reuniones entre amigos y /o familiares; el 63.3% busca ir a la ciudad, y el mismo porcentaje prefiere las fiestas particulares o privadas. De aquellos que son trabajadores asalariados, el 53.2% elige las reuniones entre familiares y/o amigos; el 27.5% prefiere la práctica de algún deporte; el 25.0% opta por ir al cine; el 24.6% prefiere ir de compras; el 23.0% prefiere las fiestas, y el 22.0% ir de paseo al campo.

Si se toma en cuenta la pertenencia o no a la población económicamente activa, los datos muestran que el 45.1% de las amas de casa y de los estudiantes prefieren como primera opción reunirse con amigos y/o familiares; el 34.3% de las primeras ponen como segunda opción ir de compras, y sólo el 42.8% de los segundos optan por esta actividad. Entre las amas de casa el 24.4% prefiere ir a fiestas, y el 20.1%, practicar algún deporte; por el contrario, del total de estudiantes el 46.1% prefiere ir al cine, el 31.3% dice que prefiere las fiestas, y el 21.7%, ir de paseo al campo, en contraposición con el 42.3% de las amas de casa.

Resulta interesante observar cómo sólo el 36.0% de las personas entrevistadas que tienen setenta años o más prefiere reunirse con amigos y/o familiares; el 26.8% dice que sus preferencias se inclinan al descanso; el 22.9% elige ir de paseo al campo, y al 19.6% le gusta ir a presentaciones de teatro, danza o exposiciones. Estos datos pueden relacionarse también con las actitudes negativas hacia la tercera edad; por ejemplo, ante el cese de labores productivas y el desarrollo de actividades y cuidados especiales como una carga y un gasto social en función de “la valoración positiva del trabajo y negativa del ocio” (Rodríguez Feijóo, 2001).

Las investigaciones sobre tiempo libre realizadas en México no han abordado con la suficiente profundidad la relación entre las actitudes y las actividades durante la tercera edad. Algunos

elementos tradicionalmente relacionados con la jubilación son “el cambio de ritmo de vida cotidiana, la reestructuración de los contactos familiares y sociales y la disponibilidad de una gran cantidad de tiempo libre” (Rodríguez Feijóo, 2001).

El modelo valorativo de los grupos sociales y sus actividades determinan en gran medida la oferta, tanto pública y privada, de actividades culturales y recreativas, por lo que el uso del tiempo libre en la tercera edad debe considerarse un elemento esencial en el ciclo de la calidad de vida de las personas.

### III. LAS DIVERSAS FORMAS DE UTILIZAR EL TIEMPO LIBRE

Para obtener mayor información acerca de las preferencias individuales de los entrevistados acerca del consumo cultural, en el cuestionario se indagó también acerca de las actividades que a los encuestados les gustaría realizar frente a la posibilidad de tener más tiempo libre.

Para la exposición de los resultados, en este caso se eligió aplicar una división bivariada; por una parte se busca analizar las preferencias en relación con *tiempos libres activos* (los que implican un cierto dinamismo, un movimiento o un desplazamiento corporal o esfuerzo físico para su ejecución); por la otra se presenta la interpretación de los datos a partir de un estudio de los *tiempos libres pasivos*; es decir, aquellas formas estáticas de ejercer el tiempo libre, y que requieren poco o nulo esfuerzo físico.

En ambos casos se hace referencia a actividades que pueden ser elegidas por cualquier individuo sin la influencia, en principio, de ninguna característica particular de niveles de ingreso, de instrucción y de grupos de edad particulares. Se trata de un análisis que evalúa la elección con base en una categorización del tiempo libre, que no pone el acento en aspectos específicos que de ella se puedan desprender.

La investigación mostró que el 35.1% de los encuestados señaló que preferiría practicar más actividades físicas o deportivas,

el 27.1% indicó que le gustaría tomar cursos de idiomas, manualidades, entre otras; el 26.0% preferiría tratar de mejorar sus ingresos, y el 22.2%, que tomaría clases para mejorar en su trabajo. Por otra parte, el 16.3% de los entrevistados respondió que les gustaría descansar o no hacer nada; el 14.0% dijo que le interesaría practicar actividades artísticas (música, pintura, danza), y el 13.9% dio como respuesta que de tener más tiempo libre le gustaría ocuparse más de sus hijos o de su familia (véase tabla red 56 en anexo 2). Para el caso de los resultados nacionales, se observó que el 56.3% prefiere reunirse con amigos o con familiares; el 27.5%, de practicar deportes, y el 24.0%, de ir de día de campo (Conaculta, 2004).

Estos resultados (con la excepción del 16.3%, que se inclina por no hacer nada y descansar más) se ubican en la categoría analítica de los “tiempos libres activos”, que son aquellos que “implican un cierto dinamismo, movimiento, desplazamiento corporal o esfuerzo físico para su ejecución” (McPhail Fanger, 1999), en donde el 24.8% de las mujeres contra el 46.4% de los hombres preferirían practicar más actividades físicas o deportivas.

Los estudios que utilizan la variable del uso tiempo libre como cuidado personal, donde se incluyen las actividades físicas y deportivas, indican que “la relación con el cuerpo requiere de intimidad e implica una fusión del tiempo con el sujeto que en ese momento lo hace suyo para satisfacción propia” (McPhail Fanger, 1998).

Llama la atención que este uso del tiempo libre sea preferible en la población masculina, por lo que se podría decir que en caso de tener más tiempo libre, las mujeres prefieren realizar actividades familiares u otro tipo de actividades personales. Así, la diferencia se invierte cuando las preferencias se inclinan por actividades artísticas (música, pintura, danza, etcétera); aquí las mujeres participan con 19.1% contra los varones, que sólo prefieren este tipo de actividades en un 8.3% de los casos. Es más: es interesante observar que 19.0% de los hombres y 25.1% de las mujeres tomarían cursos para mejorar en sus trabajos, ya que el



aprendizaje se relaciona con la capacitación, por lo que es posible establecer un paralelismo con el 26.0% del total de los entrevistados que prefieren hacer cosas para mejorar sus ingresos.

En este sentido, el tiempo libre es considerado también “como un subproducto del trabajo” (Valdez Alfaro, 2003), actitud generalmente relacionada con las actividades de la población masculina donde “se refleja la complejidad en una especialización más elevada que se exige en el trabajo, la actualización y capacitación o adaptación de nuevas exigencias al mercado y su intento de hacer coincidir el tiempo libre propio con el de la familia” (McPhail Fanger, 1998).

La importancia del nivel de escolaridad de los entrevistados, sobre todo en el tipo de elección que las personas concretan con respecto a sus elecciones de consumo cultural, es clave. Dependiendo de la instrucción de las personas, es posible generar una suerte de mapa conceptual basado en los *habitus* y las preferencias de los entrevistados y de sus actitudes en relación con el nivel de estatus y representación social. Eso explica la relación entre tiempos libres pasivos y actividad intelectual; esto es, dependiendo del nivel de instrucción de los entrevistados es posible establecer una diferencia entre niveles de educación relacionados con el interés en la mejora de los conocimientos empleados en el trabajo y en el desarrollo de la vida cotidiana.

De manera más específica, dentro del análisis por escolaridad de los entrevistados destaca la preferencia por utilizar el tiempo libre para hacer cosas dirigidas a mejorar los ingresos en el 38.9% de los casos de menor escolaridad (aquellos que no tienen instrucción), en oposición al 4.7% de los que cuentan con maestría o más. Es decir, que las personas que en el pasado no alcanzaron niveles de instrucción elevados o inclusive que no alcanzaron ninguno, perciben que la posibilidad de aumentar los ingresos pasa por un incremento del consumo cultural. Contrariamente a ello, quien ya consiguió una posición con la cual se encuentra satisfecha demuestra menos interés para seguir incrementando su potencial intelectual o profesional.

Por su parte, el 54.4% de los entrevistados con mayores niveles de instrucción afirmó que si tuviera más tiempo libre practicaría actividades físicas o deportivas; en cambio, solamente el 8.5% de los que no tienen instrucción preferiría realizar estas actividades. Dinámica que tal vez se explica a partir de que quien tiene un trabajo de mayor ingreso podría sufrir una mayor exigencia por parte del mismo, en relación con la que demostrarían personas de menor nivel de instrucción, y consecuentemente de un nivel inferior de ocupación. La falta de tiempo de los primeros podría estimular su deseo de romper con la rutina y acceder a actividades deportivas que nunca (o de manera muy escasa) puede practicar durante la semana.

Igualmente, si se analizan los datos según la condición de actividad de los entrevistados, es interesante constatar cómo la totalidad de los trabajadores sin pago realizarían actividades para mejorar sus ingresos si tuvieran más tiempo libre, contra el 29.3% de los asalariados y el 30.3% de las amas de casas. Inclusive, sólo el 0.9% de los trabajadores por cuenta propia desarrollarían este tipo de actividades si tuvieran el tiempo de hacerlo.

Los resultados permiten establecer una relación estrecha del tiempo libre con el tiempo familiar. Es decir, el tiempo libre se convierte en una prioridad en los procesos de socialización, por lo que la lógica de acción se traslada al ámbito privado del núcleo familiar. Además, se puede sugerir que la dinámica social individualista del capitalismo ha encontrado un ámbito de resistencia donde las prácticas colectivas imperan en la cotidianidad de los ciudadanos, lo que puede llevar a “investigar de cerca los procesos microsociales de posmodernización objetiva de la cultura” (Lanz, 1997).

En este caso, y contrariamente a lo que se mencionó anteriormente, este resultado puede ubicarse en la categoría analítica de los “tiempos libres pasivos”, es decir, aquellos “que no reportan actividades físicas, sino formas estáticas de ejercer el tiempo libre y que requieren poco o nulo esfuerzo físico para su realización” (McPhail Fanger, 1998).

La determinación de los gustos y de las preferencias se complementa con la exigencia de una elección comportamental en los momentos de esparcimiento y diversión. Se trata de saber escoger las actividades culturales que más se asemejan a las actitudes de quien las usa para sus momentos de tiempo libre. Por ello, durante la investigación se ha tratado de hacer referencia a la relación que los encuestados tienen con las actividades desarrolladas durante sus momentos libres a pesar de la importancia que ellos les atribuyan o la disponibilidad de recursos que puedan sustentar sus elecciones.

El tiempo libre se ha entendido en relación con las actividades culturales, hábitos, intereses y capacidades de los individuos, que de acuerdo con los datos arrojados por la encuesta se circunscriben al espacio de la familia y los amigos y a las actividades relacionadas con el crecimiento personal; desde el aprendizaje de nuevas habilidades hasta el cuidado del cuerpo.

En este sentido, en el tiempo libre se integran no sólo los intereses y gustos de los individuos asociados con el esparcimiento y el ocio, sino también actividades vinculadas con la adquisición de hábitos y aptitudes (como aprender un nuevo idioma o una nueva técnica de manualidad). Incluir estas manifestaciones en el tiempo libre vuelve a la idea de la cultura como un insumo para la vida en sociedad, ya que las reacciones de los individuos se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive.

El tiempo libre transforma las actitudes y las tendencias comportamentales buscando las formas de reproducción cultural más adecuadas a la personalidad y a las actitudes individuales, generando las bases para una nueva identidad cultural. En este sentido, la cultura, como se ha explicado a partir de la definición ofrecida por Clifford Geertz, representa un sistema múltiple de signos establecido a partir de la generación de una estructura de creencias y conocimientos diversificados, que contempla el movimiento de los individuos desde un marco cultural hacia otro, y que se caracteriza por una forma de pensamiento multirrelacional, del cual, el cambio de costumbres, de credos religiosos, de afecciones y

prácticas culturales individuales, representan su misma praxis y su característica determinante.

Será el siguiente capítulo el que ofrezca los resultados de los hábitos de consumo cultural que los colimenses manifestaron tener, además de que se intentará dibujar un perfil general acerca de una nueva forma de reconocimiento social y una manera de autoidentificación de los entrevistados.