

INTERSEDES

REVISTA ELECTRÓNICA DE LAS SEDES REGIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA



Cortés Amarillo. Oleo de Norma Varela

*La colonización del tiempo libre en la sociedad costarricense, a partir
del siglo XXI*

Edwin Coto Vega y Blanca Luz Sojo Mora

WWW.INTERSEDES.UCR.AC.CR
Vol. XIII, N°25 (2012)
ISSN 2215-2458

Consejo Editorial Revista InterSedes
Director de la Revista:
Dr. Edgar Solano Muñoz. Sede de Guanacaste

Consejo Editorial:
M.Sc. Jorge Bartels Villanueva. Sede del Pacífico
M.Sc. Oriester Abarca. Sede del Pacífico
Dr. Alex Murillo. Sede Atlántico
Dra. Marva Spence. Sede Atlántico
M.L. Mainor González Calvo. Sede Guanacaste
Ing. Ivonne Lepe Jorquera. MBA. Sede Limón
Dra. Ligia Carvajal. Sede Limón

Editor Técnico:
Bach. David Alonso Chavarría Gutiérrez. Sede Guanacaste
Asistente:
Guadalupe Ajum. Sede Guanacaste

Consejo Científico Internacional
Dr. Raúl Fornet-Betancourt. Universidad de Bremen, Alemania.
Dra. Pilar J. García Saura. Universidad de Murcia.
Dr. Werner Mackenbach. Universidad de Potsdam, Alemania.
Universidad de Costa Rica.
Dra. Gabriela Marín Raventós. Universidad de Costa Rica.
Dr. Mario A. Nájera. Universidad de Guadalajara, México.
Dr. Xulio Pardelles De Blas. Universidad de Vigo, España.
M.Sc. Juan Manuel Villasuso. Universidad de Costa Rica.

Indexación: Latindex / Redalyc
Licencia de Creative Commons

Revista Electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica, todos los derechos reservados.

Intersedes por intersedes.ucr.ac.cr está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Costa Rica License.



La colonización del tiempo libre en la sociedad costarricense, a partir del siglo XXI

Free time settled in the Costa Rican society since the beginning of the XXI century

Edwin Coto Vega¹

Blanca Luz Sojo Mora

Recibido: 13.04.12

Aprobado: 28.06.12

Brief

Nowadays people have time, but this time has been used or settled by some social entities that determined how to use it in a subtle way through the different media

A descriptive analysis takes place in order to find out the mass media influence regarding usage of free time.

The approach allows citizens to judge the social proposals that gear towards the good use of free time, from the consuming market point of view, to their idea to gain health benefits from it.

Key words: industrialization, modernity, free time, media, settling

Resumen:

En la actualidad las personas cuentan con tiempo libre, el cual está siendo utilizado o colonizado por algunos entes sociales, que determinan cómo y en qué usarlo, de manera muy sutil, a través de los diferentes medios de comunicación.

Se realiza un análisis descriptivo sobre la influencia de los medios de comunicación masiva en la utilización del tiempo libre.

El planteamiento permite que los ciudadanos sean críticos, ante las propuestas sociales que orientan el aprovechamiento del tiempo libre, desde el mercado de consumo, en beneficio de su salud.

Palabras claves: industrialización, modernidad, tiempo libre, medios de comunicación, colonización.

Objetivos:

- Determinar la influencia de la Revolución Industrial en la existencia del tiempo libre.
- Identificar el o los entes que han colonizado el tiempo libre en Costa Rica.
- Proponer aspectos que orienten el aprovechamiento del tiempo libre.

¹ Edwin Coto Vega. Universidad de Costa Rica. Sede del Atlántico. Email: cotoedwin@gmail.com. Blanca Luz Sojo Mora. Universidad de Costa Rica. Sede del Atlántico. Email: blancaluzsojo@gmail.com

Introducción

Este estudio se permite afirmar que son escasas las publicaciones existentes sobre el tema del tiempo libre, que permitan caracterizar su uso en Costa Rica. Mato (2002) menciona la importancia de las producciones locales y latinoamericanas que sirvan como complemento, a las realizadas en otras regiones del mundo, permitiendo el intercambio, que dé paso a la diversidad, riqueza de conocimiento, y con ello fortalecer las particularidades.

Son muchas las personas que laboran en el área de la recreación con vastos conocimientos y experiencia en este campo, pero no todos han publicado sus vivencias, sea por una invisibilización o por la falta de medios para hacerlo. En relación con lo anterior, Mato 2002 p. 29, manifiesta “sin embargo, por todo lo expuesto, el campo no se limita a la producción de escritos, a lo que hacemos dentro de los márgenes de la “ciudad letrada”, sino que incluye más. Incluye otras prácticas que están ahí y habitualmente no logramos ver y que por lo mismo debemos hacer más visibles”

Este trabajo analiza, desde el contexto costarricense, la relación entre el impacto de la revolución industrial y el tiempo libre, y recalca el protagonismo de los medios de comunicación masiva, en la selección de actividades por realizar en el tiempo libre.

¿Qué es tiempo libre?

Es fundamental plantear las diferencias existentes entre los conceptos de ocio, tiempo libre y recreación, que en muchas ocasiones son planteados como sinónimos. El ocio inicia definiéndose en la “Grecia Clásica”, principalmente por Platón y Aristóteles. La sociedad griega se centró en la contemplación de la verdad, la bondad, la belleza y el conocimiento, de modo que el ser humano tuviera tiempo para sí mismo. Recreación se puede definir como las actividades por realizar en las horas no laboradas o sea en el tiempo libre; estas son seleccionadas voluntariamente, han de promover placer en la persona al recrearse.

Roque 2001, p. 25, lo define como “el tiempo que queda después de terminadas las tareas y actividades necesarias para la vida u obligatorias” De esta manera el tiempo libre es aquel, fuera de las obligaciones de trabajo, familiares y de necesidades básicas como por ejemplo dormir, comer, cuidados personales. Es por eso que algunos autores le llaman tiempo residual.

En Costa Rica las actividades recreativas son organizadas por grupos como “Comités Cantonales de Deportes y Recreación”, grupos juveniles, el Instituto Costarricense de Deportes y Recreación, el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, el Movimiento Scout, iglesias, universidades, empresas privadas o planificadas y desarrolladas de manera individual o grupal, entre otros.

Las actividades desarrolladas por estos grupos o de manera individual, han tenido variaciones a través del tiempo, según sus diferentes cambios generacionales, en cuanto a la edad, género, clase social, habilidades, región, sea urbana o rural, y la historia. Entre las actividades se pueden mencionar algunas relacionadas con: deportes, juegos tradicionales, teatro, artes, música, baile, literatura, sociales, manualidades, naturaleza, aire libre, educativas, turismo, tecnología, consumo, deportes de aventura, entre otras.

Cada persona determina como usa su tiempo libre, según su formación sociocultural, económica o educativa, sea de manera provechosa y positiva, o de manera negativa. En relación con lo anterior se puede afirmar que algunas personas miran el tiempo libre como un escape físico y emocional, asociado con el estrés, el trabajo y las rutinas diarias.

La Revolución Industrial y el tiempo libre

La industrialización marcó una pauta importante en la utilización del tiempo libre. Para Lyon (2000), la industrialización, como parte de la modernidad, destaca un crecimiento de las ciudades, acompañado de la urbanización, y marca un proceso de tecnificación, división de trabajo, género, diferentes clases sociales, creciente racionalización, surgimiento de instituciones, entre otros. Todos estos cambios permiten catalogar a la modernidad como un nuevo orden social.

De esta manera se deja lo tradicional para pasar a lo moderno, lo cual trae diferentes modos de vida y, por tanto, diferentes usos del tiempo libre. Lyon 2002, p. 63, dice que “lejos del mundo único que abarca toda la vida cotidiana en las sociedades tradicionales, la modernidad trae consigo una pluralización de mundos de vida”. La Industrialización generó un aumento acelerado de fábricas, lo cual provocó, al inicio, un aumento del tiempo para el trabajo y una disminución del tiempo libre. Es así como el tiempo se convirtió en mercancía.

Salazar 2007, hace referencia a la cantidad de horas laboradas en Inglaterra y Francia en 1850, y menciona que se trabajaba 70 horas semanales, mientras que para 1919 se trabajaban 8 horas diarias, aparte de los días feriados y las vacaciones; lo anterior permitió un aumento del tiempo libre y un aumento de actividades para desarrollar en ese espacio.

Con la modernidad surgen algunas necesidades que en tiempos anteriores no lo eran; Marcuse 1993, las llama necesidades falsas y necesidades verdaderas; las necesidades falsas son determinadas por poderes externos sobre los que no se tiene control: de esta manera son preconcebidas. Actualmente, un alto porcentaje de las necesidades son determinadas no por el individuo, sino por otros entes. Son otros los que toman decisiones sobre lo que es imprescindible en la vida del ser humano, influyendo en la elección para ocupar el tiempo libre, con diferentes formas de descansar, comportarse y divertirse.

En relación con las verdaderas necesidades, Marcuse 1993, p. 35, aporta que “las únicas necesidades que pueden inequívocamente reclamar satisfacción, son las vitales: alimento, vestido y habitación, en el nivel de cultura que esté al alcance”. Sin embargo Abraham Maslow, en 1943, considera necesidades verdaderas las propuestas en la jerarquía de las necesidades humanas de la “Teoría de la Motivación”, como por ejemplo las relacionadas con la seguridad de la persona y la familia.

Las necesidades falsas son propuestas como necesidades verdaderas, a través de los medios de comunicación masiva, como radio, televisión, cine, periódico, internet y otros medios de comunicación. Es ahí donde inicia el dilema y la paradoja de los medios de comunicación de masas, los cuales funcionan como una verdadera industria que satisface sus fines. Marcuse (1993) explica que llega un momento en que lo superfluo, lo no necesario, se convierte en necesario, a raíz de las comodidades que brinda, generando una falsa conciencia; en la medida en que la población tiene acceso a diferentes “necesidades”, deja de ser publicidad y se convierte en modo de vida.

Es así como el uso del tiempo libre se marca en los últimos lustros, por la revolución post industrial, donde priva el consumismo y, sobre todo, los intereses económicos. De esta manera el tiempo libre, actualmente, es una mercancía.

Invasión de los medios de comunicación masiva

Los medios de comunicación en los últimos tiempos se han convertido en toda una industria con grandes intereses económicos, que condicionan lo que la población debe hacer, ver, leer, escuchar y delimita las posibilidades según sus intereses. Mientras, los individuos responden a lo que se les predetermina, por medio de su comportamiento, decisiones, elecciones y acciones. Adorno & Horkheimer (1988) explican cómo los medios de comunicación son un negocio, llamado industria cultural. Esta satisface necesidades con productos estandarizados, que tienden a la uniformidad, donde no se permite al espectador elegir, sino que quienes eligen son todas las personas que se encuentran detrás de esa industria, influyendo en la manera de pensar y de ver el mundo.

Sin afán de acusar a los medios de comunicación y dejar de lado los aportes al progreso que estos han brindado a la sociedad, es relevante catalogarlos por su poder ideológico, como institución hegemónica, que marcan el ser y el hacer actual. Parten de la colectividad, dejando de lado la individualidad, la crítica, la imaginación, la espontaneidad; todo es desplazado por el conformismo, de una parte de los espectadores o consumidores, quienes dejan la mente humana en manos de otros. Tal como lo expresa Celso (2010), el espectáculo organiza la vida de las personas, y coloniza la vida diaria. De esta manera los medios de comunicación dejan de ser medios, para convertirse en

finés de un grupo reducido, donde cada persona se debe cuestionar si se quiere comportar de una manera pasiva o activa.

Se transforma la conciencia del ser humano, cuando todo se convierte en un producto; se nos hace creer que todo es más fácil, que todo está a nuestro alcance; por medio de la publicidad se induce al consumo, pero para consumir hay que producir. Los medios de comunicación conquistan el tiempo libre de cada persona. La prensa, la radio, la televisión e internet, generan una explosión cultural ideológica por medio de los grupos de poder.

Sin embargo, ante este panorama de encajonamiento global, Hall 1998, p. 32 cuestiona lo mencionado al indicar que “no hay una ley que garantice que la ideología de un grupo viene ya dada de forma inequívoca”. Este autor continúa sus postulados al expresar que “las personas no están irrevocablemente e indeleblemente adscritas a las ideas que deberían tener” (p. 35). Hall contrapone sus ideas con las de Althusser, sobre la ideología y su influencia, a través de los aparatos ideológicos, los cuales reproducen los patrones de la clase dominante. Su posición se complementa con la siguiente cita

...no podemos explicar de forma adecuada las predisposiciones estructurales de los medios de difusión, con respecto a que el Estado les diga qué han de editar o permitir en televisión. Pero ¿cómo es posible que un gran número de periodistas, teniendo en cuenta únicamente su “libertad” para publicar, tiendan a reproducir, de forma completamente espontánea y sin ningún tipo de coacción, una y otra vez, sucesos del mundo que están contruidos fundamentalmente dentro de las mismas categorías ideológicas? (p. 41-42).

Según lo anterior, cada persona debe sacar sus propias conclusiones, criticar y reflexionar todo lo que recibe, desde una posición completamente consciente y activa; según su contexto sociocultural y su formación académica. Cada persona deberá establecer significados al analizar el mundo, para obtener conclusiones al respecto, de igual manera el ámbito periodístico debe aprovechar su “libertad de prensa” para ser críticos y reflexivos.

Lo cierto es que, de alguna manera, los medios de comunicación apuestan por el tiempo libre de los niños, adolescentes y adultos, por medio de los shows, novelas, noticias, y otras producciones llamativas y provocadoras que se presentan y que invitan estos incitan a invertir el tiempo que no corresponde a las obligaciones, a estar conectados a los medios de comunicación.

La industria del entretenimiento tiene como uno de sus insumos el tiempo libre de las personas, y el uso que hagan de él, sea en calidad, cantidad, oferta y demanda. Según Lewis 2005, p. 8, “la prosperidad de las industrias del espectáculo, de la cultura y el turismo, entre otras, depende de la disponibilidad, calidad y forma del consumo que hagan las personas de su tiempo libre. El excedente de tiempo se convierte, así, en una fuente tangible de riqueza”.

Hay que analizar qué es tiempo libre; si depende de la industria, el mercado y dinero, podría no serlo. En realidad todo es un tiempo cíclico, donde el productor o el trabajador se vuelve consumidor de su misma producción. Así surgen otros cuestionamientos: se puede hablar de tiempo libre o es tiempo de consumo, es un tiempo libre donde la persona puede elegir las actividades por desarrollar, o es un tiempo colonizado. Según Miranda 2006, p. 11, lamentablemente, la realidad social muestra que el tiempo libre se asocia cada vez más con actividades consumistas, que con un ocio creativo, despojada de las leyes del mercado. En este escenario, las personas, a cambio de comodidades y diversiones que mejoran diferentes aspectos de su vida, no venden tan sólo su trabajo, sino también su tiempo libre, convertido en una importante variable económica.

La cita muestra hasta donde ha llegado el ser humano: ya no solo debe trabajar largas horas para sobrevivir, sino debe vender su tiempo libre como una mercancía. De esta manera el tiempo libre es colonizado por la industria del entretenimiento, convirtiéndolo en un producto.

El mito de la actividad física y la salud

Resulta importante, para desarrollar este apartado, partir del concepto de mito. Para Barthes 1970, p. 199, “constituye un sistema de comunicación, un mensaje. Esto significa que el mito no podría ser un objeto, un concepto o una idea, se trata de un modo de significación de una forma”. Barthes explica que “si el mito es un habla, todo lo que justifique un discurso puede ser mito. El mito no se define por el objeto de su mensaje, sino por la forma en que se le prolifera” (p. 199).

Mientras, Carvalho (1998), considera el mito como una verdad intuitiva, la cual es percibida espontáneamente, sin ser demostrado, siendo el mito actualizado por medio de ritos. En la actualidad el discurso hegemónico de la Educación Física, o lo que dicen los profesionales en esta área, es que la salud se logra y se mantiene por medio de la actividad física y el deporte orientado por los profesionales correspondientes, justificado por medio de argumentos médicos. Pero habrá que estudiar toda la industria cultural, la moda, la sujeción a la belleza, en fin, todo el mercado que existe atrás de este mito, que es ritualizado por medio de las prácticas corporales. El mito en este caso es el mensaje que se brinda a la población, visto como una verdad absoluta, relacionado con que la actividad física propicia salud; el mito determina la manera de usar el cuerpo, el cual en ocasiones es de manera poco consciente.

En Costa Rica, gran cantidad de personas se aglomeran en gimnasios de empresarios privados, para hacer uso de una parte de su tiempo libre, no solo encantados por el mensaje orientado a la salud, sino principalmente impulsados por la estética, aunque es sabido que la belleza y la estética no dependen de la salud, ni a la inversa. Visto como una industria, hay todo un negocio detrás de la salud, un negocio de los diversos empresarios: gimnasios, máquinas, ropa deportiva, alimentos, bebidas hidratantes y energizantes, calzado y otros accesorios, así como de las personas

que se encargan de innovar en las nuevas tendencias de actividad física, al encargarse de proponer nuevas formas de usar el cuerpo, y preparar a instructores dando charlas y prácticas que tienen todo un trasfondo económico, y no necesariamente la salud pública.

Muchas personas invierten su tiempo libre asistiendo al gimnasio, pero sin percatarse del negocio que existe atrás, sin analizar aspectos como el lugar al que asisten, el conocimiento científico del profesional a cargo de estos espacios, la higiene del lugar, entre otros aspectos básicos que deben de cumplir.

Las nuevas atracciones

Los costarricenses buscan actividades diferentes para realizar en el tiempo libre; una de estas propuestas que el mercado ofrece, a través de los diferentes medios de comunicación, son las actividades al aire libre, actividades en la naturaleza, actividades de aventura. Al igual que otras actividades, estas están sujetas a condicionantes como la edad, condición física, nivel socioeconómico. Estas actividades atraen a extranjeros que tienen el dinero para pagar a las empresas que brindan los servicios, y aunque se lleven a cabo en Costa Rica, se limita la participación a la población costarricense por limitaciones económicas, generando cierta exclusión.

De momento, son pocas las alternativas que son asequibles a la mayoría de la población, por factores económicos, pero en la medida que aumente la oferta, serán accesibles para los costarricenses. Costa Rica tiene condiciones particulares para la práctica del surf, rapel, cabalgata, pesca, rafting, salto en bungee, parapente, exploración de cuevas, windsurfing, canotaje, ciclismo de montaña, senderismo, buceo, snorkeling, escalada, viajes en cuadraciclo, entre otros.

Estas actividades requieren profesionales formados en instituciones de educación superior, de manera que permitan su desarrollo de manera científica.

Aprovechamiento del tiempo libre

A continuación se proponen algunos aspectos que pueden orientar el aprovechamiento del tiempo libre:

- Desvincular el tiempo libre de un valor monetario.
- Realizar actividades que propicien la integración familiar.
- Buscar la reflexión y la meditación.
- Enfocarse en el placer y la diversión.
- Realizar actividades tradicionales, como pasear.
- Tomar decisiones teniendo en cuenta intereses, habilidades y destrezas.
- Las actividades por realizar deben ser totalmente libres.
- Visualizarlo la actividad como un espacio de escape de la vida rutinaria.
- Pensar de forma crítica ante las propuestas existentes.

- Mirar el tiempo libre como un recurso propio y no como un recurso de otros.
- Educarnos en cuanto al uso del tiempo libre.

Consideraciones finales

- Son muchas las personas que laboran en el área de la recreación que tienen conocimiento y experiencia en el tema, para quienes el nuevo mundo de actividad física en la naturaleza, les ofrece alternativas para convertirse en pequeños emprendedores, en pro del buen aprovechamiento del tiempo libre.
- Se define el tiempo libre como el tiempo restante, fuera de las obligaciones de trabajo, familiares y de necesidades básicas, como por ejemplo dormir, comer y cuidados personales.
- La industrialización marcó una pauta en la utilización del tiempo libre.
- Con la modernidad surgen algunas necesidades que no existían en tiempos anteriores, llamadas necesidades falsas.
- La productividad constante de las sociedades ha conducido a los ciudadanos a vivir en una sociedad de consumo
- Los medios de comunicación, en los últimos tiempos, se han convertido en toda una industria, con grandes intereses económicos.
- El uso del tiempo libre también depende de la edad, género, clase social, nivel educativo, intereses y habilidades.
- Las actividades al aire libre como los deportes de aventura, muestran resistencia a la diversión de las urbes.
- No se puede afirmar que el tiempo residual es completamente “libre”.
- Existe todo un mercado alrededor del uso del tiempo libre
- La industria del entretenimiento ha colonizado el tiempo libre.

Recomendaciones

Se propone continuar con este estudio al hacer un análisis comparativo de las actividades por desarrollar de parte de los costarricenses en el tiempo libre, teniendo en cuenta factores como edad, género, nivel educativo, clase social y región de procedencia. Aplicar un instrumento que refleje la información requerida para el estudio, para dar paso a la comparación con otros estudios realizados en América Latina y otras latitudes.

Referencias

- Adorno & Horkheimer. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. Argentina
- Barthes, R. (1970). Mitologías. España: Editorial Siglo XXI
- Bustamante, M. R., et al. (2001). Ocio Tiempo Libre y recreación. Costa Rica: ICODER.
- Carvalho, Y. (1998). El mito de la actividad física y la salud. Argentina: Lugar Editorial.
- Celso, F. (2010) Debord: From Spectacle to Simulacrum, En: Matrices, Año 4 n.1 –jul./dez. – São Paulo: Brasil. p. 179-191
- Hall, S. (1998). Significado, Representación, Ideología: Althusser y los debates postestructuralistas.
- Juniu, S & Salazar C. (2010). Significados de la palabra “esparcimiento”, para estudiantes de la Universidad de Costa Rica y de Montclair State University. Actualidades Investigativas en Educación, Vol. 10 (1-28).
- Lewis, D. (2005). El tiempo atrapado: hacia la mercantilización del tiempo libre.
- Lyon, D. (2000). Postmodernidad. Madrid: Alianza Editorial.
- Marcuse, H. (1993). El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada. Argentina: Editorial Planeta
- Mato, D. (2002). Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEP, FACES, Universidad Central de Venezuela. pp: 21-46
- Miranda, G. (2006). El tiempo libre y ocio reivindicado por los trabajadores. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol 4, número 3, pág. 301-326
- Salazar, C. (2007). Recreación. Costa Rica: Editorial UCR.
- Pérez, A. (2003). La construcción del sujeto en la era global. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.