

RESEÑA

“THE PSYCHOLOGY OF LEISURE” RESEARCH APPROACHES TO THE STUDY OF LEISURE

John Neulinger (1974)

Elaborada por Ricardo Peralta Antiga

La publicación del artículo de Witt y Bishop en 1970 sobre las “fuentes de varianza conductual durante el ocio” en la revista de la APA *Journal of Personality and Social Psychology* representa un hito para la historia de los estudios de ocio desde la perspectiva psicológica (Gorbeña y Martínez 2006 p 124), no obstante “La Psicología del Ocio” (The Psychology of Leisure) publicado en 1974 por John Neulinger en Estados Unidos de América, representa el primer acercamiento formal al estudio del comportamiento en la experiencia de ocio¹ que da como resultado el primer libro (resultado de siete años de investigación) sobre el tema. Con ello, hacia finales de los años setenta y sobre todo en la década de los 80`s, se da inicio a un nuevo campo de conocimiento “la psicología del ocio” que ha tenido su principal desarrollo en la mirada positivista de Estados Unidos y Canadá.

John Neulinger nació en Alemania en 1924 trasladándose después de la segunda Guerra Mundial a Estados Unidos en donde se forma como psicólogo (Hunter College) obteniendo el grado de Doctor en Psicología por la Universidad de Nueva York. Se desarrolla como profesor emérito de psicología en el City College de Nueva York en donde realiza sus principales trabajos de investigación y divulgación científica hasta su muerte en 1991 en ésta ciudad.

Neulinger es atraído al campo del ocio como resultado de su interés en la medición y evaluación de la personalidad ya que el ocio parecía ser el lugar ideal para investigar la dinámica de la personalidad. En su texto (1974, p 143), el autor menciona que tradicionalmente fueron tres los elementos que empujaron al ocio al campo de estudio desde esta disciplina: la reducción de la jornada laboral, la automatización y la combinación entre una reducción de la edad para el retiro y un aumento en las expectativas de vida.

¹ Tanto Neulinger (1974) como Seppo Iso-Ahola (1980) hacen referencia a trabajos previos a la década de los años setenta, sin embargo, al tratarse de artículos científicos o capítulos de libros que abordan de manera indirecta el tema del ocio y su relación con la psicología, es que se considera el texto de Neulinger como el primer trabajo formal en el campo de la psicología del ocio.

Desde esta perspectiva, el problema del ocio fue observado por algunos autores como un problema de tiempo libre, posicionando el concepto de ocio en contraposición al concepto de trabajo, con lo cual se tendió a pensar que la persona transitaba entre el ocio y el trabajo. En contraparte, Neulinger clarificó que no se trataba de un problema de “tiempo libre” sino de un problema de lo que se hacía y experimentaba en ese tiempo libre, es decir, un problema propiamente de ocio. Bajo este precepto, el libro “Psicología del Ocio” aborda en cada uno de sus capítulos la relación entre la personalidad y el ocio sugiriendo diferentes acercamientos para investigar el tema.

Estructura del Libro

El texto está organizado a través de la estructura de un programa general de investigación del ocio propuesto por el autor en 1971 en donde se desarrollan 8 posibles áreas que, desde su perspectiva, no solo son necesarias sino que den ser prioritarias en la investigación psicológica del ocio. Cada área se corresponde con un capítulo de libro, dando como resultado un texto de 8 capítulos centrales y 3 apéndices.

- Capítulo 1. La conceptualización del ocio: Abre el análisis que permita la adecuada conceptualización de los términos empleados en la investigación del ocio buscando reducir la confusión existente sobre el ocio y sus múltiples definiciones. Para ello hace un breve recorrido histórico que permite centrar al lector en el ocio como experiencia humana y objeto de estudio de la psicología.
- Capítulo 2. La medición del ocio. Discute diferentes aproximaciones teórico-metodológicas que permitan, desde una perspectiva cuantitativa, la medición y evaluación del ocio, centrandó su atención en la medición de las actitudes de ocio y en el desarrollo de un instrumento que permita la medir las cinco principales dimensiones de ocio que son propuestas. El capítulo 2 explora además la posibilidad de desarrollar “tipos de ocio” basados en el agrupamiento de personas con patrones similares de ocio.
- Capítulo 3. La recolección de hechos de ocio. Analiza diferentes instrumentos empleados para la medición del ocio a fin de establecer un “estado del arte” sobre lo que se conoce, se ha investigado y se ha estructurado sobre el ocio.
- Capítulo 4. El ocio en el contexto psico-social. A partir del significado del ocio obtenido a través de la conceptualización, medición y estructura construida en los 3 capítulos anteriores, se establece una relación con variables sociales y

psicológicas que permitan confirmar y/o rechazar las hipótesis acerca de la naturaleza y función del ocio realizadas en los diferentes estudios empíricos.

- Capítulo 5. La formación de actitudes de ocio. Deja a un lado la comprobación de las actitudes de ocio presentes en un sujeto para adentrarse en la investigación sobre cómo las actitudes se deben desarrollar. Para ello establece que el conocimiento de las covariables de las actitudes de ocio, una teoría adecuada que explique la formación de actitudes de ocio, y el análisis del contexto cultural y subcultural en donde la persona se desenvuelve, son aspectos necesarios para el desarrollo de procesos de cambio y mantenimiento de las actitudes de ocio.
- Capítulo 6. La investigación experimental del ocio. Explica la generación de conocimiento válido y confiable en psicología del ocio solo será posible a través de la realización de investigación experimental basada en construcciones teóricas sólidas que permitan la comprobación y/o rechazo de las hipótesis propuestas.
- Capítulo 7. El ocio como problema psicológico-social. Discute la idea sobre si todos los individuos tienen los mismos problemas de ocio o si grupos específicos de personas tienen problemas específicos de ocio. En el capítulo 7 el autor analiza diferentes perspectivas sobre que se ha hecho y que se debe hacer para estudiar al ocio desde el campo de la conducta humana.
- Capítulo 8. La promoción del ocio. Partiendo de la percepción del ocio como “bien social” Neulinger sugiere que la promoción del ocio es ante todo un problema de educación que, aunque puede ser limitado al tratamiento desde la perspectiva de una “ocupación positiva del tiempo libre” debe ser abordado como elemento para la autorrealización humana y por lo tanto proveyendo de actividades significativas para la gente tanto dentro como fuera del trabajo. El autor sugiere que la creación de una atmósfera que, cuando menos, equipare el valor del ocio con el valor del trabajo, es probablemente el aspecto más importante es su promoción.

Aportes principales del libro “Psicología del Ocio”

Aunque las aportaciones que hace Neulinger al campo de la teoría e investigación del ocio en su texto de 1974 son diversas y ampliamente difundidas entre la comunidad científica en las últimas 3 décadas, tal vez sea su “Paradigma del Ocio” la construcción teórica que más se destaca.

Partiendo de la idea de que para elaborar una teoría que explique el ocio es necesario comenzar por establecer una definición clara del mismo, John Neulinger establece un paradigma que no pretende ser totalitario como el establecido por Kaplan (1972) sino que más bien permita distinguir entre lo que es el ocio y lo que no lo es. Para ello, Neulinger toma como referencia el modelo de Parker (1971) que establece la relación entre restricción y libertad y el modelo de Kelly (1972) que menciona una relación entre lo seleccionado y lo determinado, ubicando, en ambos modelos, a la “Libertad” como característica fundamental del ocio. Pero, a diferencia del Parker y Kelly, el paradigma de Neulinger no incluye al trabajo como una variable independiente, ya que, desde su punto de vista el trabajo no se observa como opuesto al ocio por lo cual no puede ser un marco referencial para la conceptualización del mismo.

Para este autor, la primera dimensión del ocio es la libertad, o más específicamente, la percepción de la libertad. Sin entrar en definiciones filosóficas, Neulinger se limita a decir que la libertad es un estado en el cual la persona siente que lo que está haciendo lo hace por libre elección y porque quiere hacerlo. El ocio por lo tanto tiene solo un criterio esencial que es la condición de percepción de libertad. Cualquier actividad desarrollada libremente, sin limitantes u obligaciones, debe ser considerada como ocio. El ocio implica por lo tanto realizar una actividad por libre elección.

Además de la “libertad percibida” Neulinger (1974,16) establece dos dimensiones que permiten diferenciar entre distintos tipos de ocio. La segunda dimensión es la “motivación”, (sea ésta intrínseca o extrínseca) y la tercera el “objetivo” de la actividad (instrumental o final).²

La segunda dimensión, representa la motivación para involucrarse en una actividad. La primera pregunta que este teórico se hace al respecto es si la satisfacción obtenida de la realización de una actividad es producto del involucramiento *per se* o si es resultado de las recompensas obtenidas por la realización de la misma. En el contexto del ocio, la motivación intrínseca hace referencia al ideal del ocio en sentido clásico: una actividad realizada por sí misma, mientras que la conducta motivada extrínsecamente tiene menos “sabor a ocio”, y que por ende puede no ser percibida como una conducta enteramente libre, lo que significaría una pérdida en la percepción de libertad. Neulinger (1974, 17) menciona que estudios recientes al estudio que él realiza establecen que las recompensas extrínsecas promueven una reducción de la conducta espontánea, lo cual tendría severas implicaciones en la percepción de lo que es o no es el ocio.

² Neulinger establece que las dos dimensiones son vistas como continuas, pero que, para propósitos explicativos, las desarrolla como si fuesen dicotómicas.

La tercera dimensión a ser considerada en la elaboración de la calidad del ocio es el objetivo por el cual se realiza la actividad, distinguiendo entre el objetivo instrumental y el objetivo final. Una actividad con un objetivo instrumental es aquella que busca otro objetivo final, como por ejemplo escalar una montaña para mejorar la condición física. En este caso, escalar la montaña se convierte en el objetivo instrumental de un objetivo final que es la mejora de la condición física. Una actividad que se realiza con un objetivo final representaría subir la montaña por alcanzar su cima y/o disfrutar de la misma.

Con dichos elementos John Neulinger establece en 1974 “Paradigma del Ocio” compuesto por un total de 12 celdas: 1 al 6 consideradas *ocio* y 7 al 12 consideradas *no ocio*. Dicho paradigma es revisado por el autor y en 1981 estableciendo el modelo paradigma con mayor divulgación en la actualidad:

Figura 1. El Paradigma de Ocio (Neulinger, 1981,18)

Libertad					
Libertad percibida			Restricción percibida		
Motivación			Motivación		
Intrínseca	Intrínseca y Extrínseca	Extrínseca	Intrínseca	Intrínseca y Extrínseca	Extrínseca
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ocio Puro	Ocio Trabajo	Ocio Ocupación	Trabajo Puro	Trabajo Ocio	Trabajo-Ocupación
Ocio			No ocio		

← Estado de la mente →

De acuerdo con Neulinger (1981,18) la tabla ilustra como usamos las dos dimensiones para clasificar la conducta en varios tipos de ocio y no ocio, destacándose la “libertad percibida” como la primera dimensión que los diferencia e integrando tres tipos de motivación: intrínseca, intrínseca-extrínseca y extrínseca. Bajo este planteamiento el autor menciona que la conducta esta multideterminada y que ciertas actividades estarán influidas tanto intrínseca como extrínsecamente. De esta manera la celda 1 representa la conducta más pura de ocio, una actividad en la que el sujeto se engancha libremente y que realiza por un objetivo en sí misma, mientras que la celda 6 representa una conducta totalmente opuesta al ocio, una actividad realizada por necesidad y bajo condicionamientos, sin recompensa alguna para el *self* o sí mismo, no obstante, Neulinger destaca la dificultad para encontrar en la vida real situaciones similares a las de expuestas en cada casilla, planteando posibles transiciones entre uno y otro estado de la mente en el transcurso de una actividad.

Bibliografía

- BISHOP, D.W., y WITT, P.E. (1970) Sources of behavioral variance during leisure time. Journal of Personality and Social Psychology No. 16 p, 352-360 E.U.A.
- GORBEÑA, S., y MARTÍNEZ, S. (2006) Psicología del Ocio. En Manuel Cuenca Cabeza (Coord.) Aproximación multidisciplinar a la investigación del Ocio. Documentos de Estudios de Ocio No. 31, Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto, Bilbao, España. ISBN 84-9830-038-X
- ISO-AHOLA, SEPPO. (1980) Social Psychology of Leisure and Recreation. Wm. C. Brown Company Publishers, E.U.A. ISBN 0-697-17167-7
- KAPLAN, M. (1972) Leisure: theory and policy. En Society and Leisure No. 2 p. 123 - 188. E.U.A.
- KELLY, J. (1972) Work and Leisure: a simplified paradigm. Journal of Leisure Research No 4, p 50 - 62
- NEULINGER, J. (1974) "The Psychology of Leisure" Research Approaches to the study of leisure. Charles C. Thomas Publisher, Springfield, Illinois, U.S.A. ISBN. 0-398-03106-1
- PARKER, S. (1971). The future of work and Leisure. Praeger Publisher, Nueva York, E.U.A. ISBN 76-173834