

Orientaciones para favorecer el disfrute de la cultura: reflexiones desde los Estudios de Ocio

Guidelines to promote the enjoyment of culture. Reflexions from the Leisure Studies

Maria Luisa Amigo Fernández de Arroyabe¹

Macarena Cuenca Amigo²

Resumen

Desde finales de los años ochenta, el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, en España, desarrolla la investigación en el ámbito del ocio y la recreación. El horizonte del ocio humanista es el fundamento teórico de la labor docente e investigadora que se realiza en diversas áreas temáticas, siendo el ocio creativo uno de los núcleos fundamentales de trabajo. Partiendo de este contexto, en este artículo nos proponemos reflexionar sobre la dimensión del ocio creativo y, en concreto, sobre su vertiente re-creativa, con el objetivo de apuntar algunas orientaciones que puedan ayudar a las organizaciones culturales a favorecer el disfrute de la cultura entre sus públicos. La metodología seguida es la propia de la investigación en el marco del discurso teórico, y consiste principalmente en la revisión bibliográfica del campo de estudio y el análisis de contenido de las obras de referencia.

Palabras clave: Ocio creativo. Ocio cultural. Formación cultural. Disfrute de la cultura.

Abstract

Since the late eighties, the Institute of Leisure Studies at the University of Deusto, Spain, conducts research in the field of leisure and recreation. The horizon of humanist leisure is the theoretical foundation of the teaching and research work carried out in various subject areas,

¹ Catedrática. Imparte clases en Filosofía y en el Instituto de Estudios de Ocio desde su inicio, del que forma parte del equipo de investigación. En él es coordinadora académica de los programas Aprender viajando y Disfrutar las artes. Es autora de algunas publicaciones en las áreas de Historia de la filosofía griega, Estética y Ocio estético. Email: mlamigo@deusto.es

² Profesora de Análisis Estratégico de la Empresa en el campus de Bilbao de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto, donde también coordina el Programa de Prácticas Académicas. Es doctoranda del programa "Ocio y Desarrollo Humano" y ha centrado el área de investigación de su tesis doctoral en la creación y desarrollo de públicos operísticos. Email: macarena.cuenca@deusto.es

being creative leisure one of the core work areas. From this context, in this article we propose to deepen in the dimension of creative leisure and, in particular, on his re-creative side, in order to offer some guidelines that can help cultural organizations to promote the enjoyment of culture among their audiences. The methodology used is the appropriate for a research framed within the theoretical discourse, and consists mainly of a literature review of the field of study and a content analysis of works of reference.

Keywords: Creative leisure. Cultural leisure. Cultural education. Enjoyment of culture.

Introducción

Desde finales de los años ochenta, el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, en España, desarrolla la investigación en el ámbito del ocio y la recreación. El horizonte del ocio humanista es el fundamento teórico de la labor docente e investigadora que se realiza en diversas áreas temáticas, siendo el ocio creativo uno de los núcleos fundamentales de trabajo.

Partiendo de este contexto, en este artículo nos proponemos reflexionar sobre la dimensión del ocio creativo y, en concreto, sobre su vertiente recreativa, con el objetivo de apuntar algunas orientaciones que puedan ayudar a las organizaciones culturales a favorecer el disfrute de la cultura entre sus públicos. La metodología seguida es la propia de la investigación en el marco del discurso teórico, y consiste principalmente en la revisión bibliográfica del campo de estudio y el análisis de contenido de las obras de referencia.

La reflexión teórica que abordaremos en las próximas páginas se desarrollará desde lo general a lo específico. Así, partirá del concepto de ocio creativo y de los valores asociados a éste para, posteriormente, centrarse en el terreno de la recepción cultural.

Ocio creativo ¿De qué estamos hablando?

Desde la segunda mitad del siglo XX, existe un amplio consenso en los Estudios de Ocio sobre la necesidad del ocio en la existencia humana. Sin embargo, la percepción del ocio ha ido cambiando a lo largo del tiempo sustancialmente. En la sociedad laboralista, por ejemplo, el ocio tenía una función compensatoria y se concebía como descanso o premio del trabajo (Franklin, 1964). Esta concepción ha ido variando a lo largo de los años y hoy,

en la sociedad vivencial en la que vivimos (Schulze, 2005), estamos muy lejos de aquellas ideas primitivas del ocio. El proceso de democratización del lujo que se ha producido a lo largo del siglo XX (Sloterdijk, 2004), gracias a los avances científicos, ha supuesto una vida más cómoda y una mayor disponibilidad de tiempo libre. La diversión y el descanso, que eran el centro de atención en tiempos pasados, se dan ahora por supuestas y el ocio se torna de un significado más intrínseco, donde la propia actividad de ocio tiene sentido en sí misma. Las personas, de forma consciente y querida, buscan ámbitos de autorrealización, que posibiliten el camino para un desarrollo personal.

Esta forma de entender el ocio, como la vivencia de una experiencia satisfactoria, querida y libremente elegida (Cuenca, 2000; Kleiber, 1999; Sue, 1980), es lo que algunos autores denominan ocio autotélico³. Se trata de un ocio desinteresado desde el punto de vista económico que “proporciona autorrealización y calidad de vida” (Cuenca, 2006: 14). Csikszentmihalyi (2008), que ha investigado durante años los aspectos de la experiencia humana, también habla de la experiencia autotélica y afirma que el elemento clave de la experiencia óptima que conduce a la felicidad es, precisamente, que tenga un fin en sí misma.

Son muchos los autores que consideran que la naturaleza de la experiencia de ocio es multidimensional (Kelly, 1987; Tinsley y Tinsley, 1986). En este sentido, Cuenca (2000) considera que el concepto de ocio autotélico se manifiesta en cinco dimensiones diferentes: lúdica, creativa, festiva, ambiental-ecológica y solidaria. De todas ellas, centraremos nuestra atención en la creativa, puesto que constituye nuestro objeto de estudio.

La dimensión creativa del ocio se concreta en la experiencia de las creaciones y recreaciones culturales y hace referencia a un ocio formativo, reflexivo, cultural, creativo y de crecimiento personal. Nos sitúa en experiencias relacionadas con la creatividad y hace alusión al disfrute vinculado a los procesos de creación o de re-creación cultural (Cuenca, 2010). Destaca por su carácter consciente, de apertura y encuentro, relacionándolo con la autorrealización, subrayando el aprendizaje y la formación. Y, se corresponde con las vivencias

³ Autotélico significa que tiene un fin en sí mismo. La palabra deriva de dos palabras griegas “auto”(en sí mismo) y “telos” (finalidad).

culturales de ocio unidas al desarrollo de prácticas musicales, dramáticas, literarias, artesanales, pictóricas, folklóricas etc.

Concretando más estas ideas podemos reconocer un nivel creativo o productivo, que supone la producción de realidades previamente no existentes, y otro nivel recreador, capaz de acoger aquellas y recrearlas (Amigo, 2000). El primero hace referencia a la creación de objetos culturales y obras artísticas, a la creación de *imágenes* en un espacio de ficción. El segundo alude a experiencias de recreación de esos objetos y obras. En él se da también la dimensión creativa en la medida en que aquellos objetos y, especialmente, las obras de arte culminan en la apropiación que realiza el receptor. La creatividad no se comprende, en exclusiva, para el artista creador y se desplaza al horizonte de la recepción de las propuestas culturales. Los receptores son creadores, en la medida en que acogen las propuestas, las completan o desarrollan (Eco, 1979; López Quintás, 1998). Así podemos concretar que bajo el binomio de ocio creativo comprendemos las experiencias creativas y receptoras. Las primeras nos conducen, primariamente, al ámbito de la creación y las segundas a la recreación. Pero en ambas hay una dimensión de creatividad, de participación y de recepción y recreación (Jauss, 1986; Gadamer, 1996).

Valores del ocio creativo

Para avanzar en nuestra reflexión consideramos relevante aludir, en siguiente lugar, a algunos valores del ocio creativo, tanto desde el punto de vista creador como recreador.

En relación al primero, quizás, el más evidente es el valor propio de la creación, el valor de crear. La acción creadora de un artista o un artesano configura una obra que resulta ser algo nuevo. Las obras de creación no pueden comprenderse sólo en clave de soportes materiales y cualidades sensibles. Son portadoras de un sentido, de un valor, que unas veces anuncia algo radicalmente nuevo –como las obras de arte- y otras condensa un mundo de valores comunitarios- como las obras artesanales. ¿Cómo podemos concretar los factores de esta riqueza? Sin intentar agotarlos apuntamos los siguientes:

Exaltación de lo sensible: Toda obra creada tiene una materia que no es sólo un medio indispensable para su configuración, sino también un fin; vale por sus cualidades y porque éstas se ofrecen a la percepción estética, mostrando la dimensión sensible de la obra.

Valor de la interrogación y del descubrimiento: Los creadores realizan formas en las que encarnan su visión de las cosas y su experiencia del mundo. Esa labor de encarnación es una acción primordial de búsqueda y clarificación de la forma, especialmente para los artistas, ya que el arte requiere la forma creada.

Valor del nuevo significado: La obra creada condensa nuevas significaciones que se comprenden mejor si pensamos en ellas como símbolos. Las creaciones culturales son portadoras de una multiplicidad de sentidos y se caracterizan por su riqueza inagotable (Dufrenne, 1982) y por su carácter ambiguo (Eco, 1979). No se consumen, ni se agotan.

Desde el punto de vista recreador, el disfrute de las creaciones culturales es en sí mismo valioso porque genera estados de satisfacción y armonía, al tiempo que ayuda al desarrollo personal. Desde el punto de vista del ocio y de la recreación, podemos entenderlo como experiencia autotélica de ocio. Apuntamos someramente algunos valores de esta experiencia, en correspondencia con los valores esbozados para la obra creada.

El valor de renovar nuestra percepción: La recreación de la obra creada renueva nuestra percepción. Destacábamos antes que las obras hacen presente y exaltan la riqueza sensible. Pues bien, si ahora observamos la recepción de esta experiencia en una persona que las recrea, descubriremos que las obras potencian la renovación de la percepción (Arnheim, 1986, 1993). Nos permiten enriquecer la mirada, con las formas y los colores.

Valor de la interrogación y el descubrimiento: Significa que las creaciones no sólo nos hacen gozar sensiblemente, sino que nos invitan a interrogarnos y a descubrir el mundo que encierran. Las creaciones culturales tienen la capacidad de transfigurar, enriquecer, ahondar la realidad y hacernos partícipes de ello. En muchos casos son formas alternativas que iluminan nuevas posibilidades para el ser humano, sus relaciones con el mundo y con los otros. Como espectadores, nos adentramos en ellas y bien podemos decir que son un desafío para nuestra mente (Goodman, 1976).

Valor del entrenamiento simbólico: La experiencia recreadora se produce en relación con las obras, por lo que la aportación del sujeto receptor es clave. Se establece un diálogo entre éste y la obra, que induce a buscar significados, a dar sentido, de modo que las creaciones desplieguen su riqueza en ese encuentro (Gardner, 2011). En este horizonte de interrelación con las creaciones culturales

descubrimos nuevas facetas de la realidad y, a la vez, nuestra comprensión de ellas se renueva con la experiencia.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el siguiente apartado concretamos nuestra reflexión en el ámbito cultural.

Goce y disfrute de la cultura

La cultura ofrece un gran abanico de posibilidades de disfrute. Subrayamos esta dimensión de gozo y disfrute, porque hemos interiorizado la necesidad de cuidar y salvaguardar el patrimonio, pero, quizá, hemos dejado en segundo lugar la riqueza que nos proporciona experimentarlo. La reflexión del ocio nos ayuda a valorar esta dimensión. Podemos vivir momentos muy ricos recreando la cultura, teniendo experiencias de ocio culturales. Ahora bien, estas experiencias requieren actitudes de participación, de apropiación, que posibiliten el goce y el disfrute.

Tanto desde el punto de vista del creador como desde el recreador, la experiencia es gozosa. En el primer caso, el gozo va acompañando la acción de crear, de configurar algo nuevo, de dar forma a algo interior, quizá, meramente esbozado. En la experiencia recreadora el disfrute acoge un arco de gradación que iría del simple agrado al goce de gran intensidad. Muchas experiencias se caracterizarán por un estado de complacencia que nos hace sentirnos a gusto ante un paisaje o un paseo por un entorno que cautiva nuestra mirada. Otras experiencias nos provocarán un goce más pasional en el que estemos totalmente involucrados.

Este goce no es un placer solitario, ni una mera autosatisfacción. La actitud, la voluntariedad y conciencia de la experiencia, así como el autotelismo nos proporcionan el marco para comprender este goce. Supone una relación con el objeto que nos permite su despliegue y en él encontramos la causa del disfrute (Gardner, 2011). Puede darse en diferentes niveles y grados de intensidad, abarcando desde el agrado que nos proporciona la visión de un mercado artesanal a la apropiación y participación del receptor en una experiencia de sentido del mundo que le ofrece una obra de arte.

Dentro del gran abanico de posibilidades de disfrute que ofrece la cultura, quisiéramos destacar que la satisfacción surge en la vivencia actualizada de las obras y no en un hipotético regreso al tiempo en que fueron creadas. El recreador, -cualquiera de nosotros como persona que vive la cultura- experimenta el disfrute

en relación con él, como persona en el mundo que le ha tocado vivir. Puede gozar con obras realizadas hace mucho tiempo, pero la lectura que hace de ellas debe llevarla a cabo desde su presente. Este es un primer aspecto que se debe tener en cuenta. En segundo lugar, el goce se intensifica al observar el placer de la comprensión que el objeto proporciona. Esta comprensión se realza en el arte. En este caso el arte ofrece un mundo condensado que el autor ha configurado intencionalmente en forma. Esto vale tanto respecto a una obra tradicional como a una propuesta cultural de vanguardia. La recepción es una tarea compleja y, a veces, difícil, que conduce a adentrarse en los valores sensibles, formales y de sentido. Las obras son microcosmos que invitan a participar. Esta participación es, sin duda, una fuente específica de placer, como ya señaló en la antigüedad Aristóteles y, recientemente, Jauss (1986).

De todo ello se desprende que una mayor participación satisfactoria de la cultura está relacionada con la formación y, por tanto, con la educación comunitaria. La educación comunitaria del ocio hace referencia a acciones en las que el objetivo no es cada persona, sino la comunidad, en sus diversos ámbitos: escolar, universitario, local, regional, etc. (Cuenca, 2010: 129). Se pretende cambiar actitudes y hábitos comunitarios en beneficio de una paulatina implantación del derecho al ocio, de los cauces para realizarlo y también para aumentar la calidad de vida en la comunidad. Estas acciones requieren objetivos a largo plazo y unas estrategias de realización en políticas culturales.

La Administración pública tiene un papel clave para potenciar el ocio creativo en los diferentes niveles de su ámbito de gestión. En muchas ciudades se han incrementado las infraestructuras culturales, pero estas acciones no se han acompañado de programas educativos orientados a la integración y el disfrute de los ciudadanos. Las grandes inversiones por si solas no aseguran la participación de los ciudadanos. Se hace necesaria una atención a las demandas y, al mismo tiempo, el desarrollo de nuevos cauces que inciten al descubrimiento, la apropiación y el disfrute de las creaciones culturales. Formar y abrir el gusto debería ser un objetivo claro de los proyectos educadores de la ciudad.

Principios básicos para los programas de formación cultural

Llegados a este punto, parece claro que el disfrute de la cultura puede ser incrementado desde la formación. Pero, ¿qué principios deben tener en cuenta los programas de formación cultural para que, efectivamente, estos conduzcan a

un mayor disfrute? Bajo nuestro punto de vista, es necesario partir de principios relacionados con la recepción cultural, pero estos debieran construirse sobre la base de los principios de la experiencia de ocio, puesto que es en este horizonte de ocio en el que estamos situando el disfrute de la cultura. Comenzamos desarrollando estos últimos.

Entendemos que una experiencia de ocio es una *vivencia* que promueve un ocio activo y recreador en todas sus dimensiones y, por lo tanto, también en la creativa. Esta dimensión vivencial lleva consigo un predominio emocional. Así, será interesante promover experiencias de aprendizaje diversas, globales y relacionadas con el sentido de la vida y los valores de cada uno.

La segunda nota clave es la *libertad*. La experiencia de ocio se desarrolla en un ámbito de libertad, en ausencia de coacción y, en un sentido positivo, de elegir en cada momento el modo de obrar que se considere mejor entre las distintas posibilidades que la situación ofrece. En este sentido, la formación orientada a incrementar el disfrute de la cultura debiera estimular y abrir caminos de desarrollo sin coacción ni direccionismo.

La tercera nota es la *satisfacción*. La experiencia de ocio se fundamenta en la acción gustosa, satisfactoria, que no está reñida con el esfuerzo y se materializa cuando se produce un ajuste entre las expectativas de la persona y su vivencia de ocio real. En relación con lo anterior, las experiencias de aprendizaje cultural deben ser gratificantes tanto en el proceso de aprendizaje como en sus resultados y deben tender a ajustar las expectativas de los participantes y la realidad.

Finalmente, entendemos que la experiencia de ocio es *autotélica*, es decir, que no busca otro fin que su propia vivencia. Por ello, la formación en torno la experiencia de ocio debe ser considerada valiosa en sí misma y debe suponer un reto de autosuperación respecto experiencias anteriores.

Para llevar a cabo estos principios son necesarios unos objetivos, unas estrategias y unas acciones. Se concretan en políticas culturales, programas educativos y otras acciones encaminadas a potenciar el desarrollo y la participación de la comunidad, en beneficio de una paulatina implantación del derecho al ocio y el aumento de la calidad de vida de la comunidad (San Salvador del Valle, 2000). Cualquier propuesta educativa de ocio comunitario debe ser inclusiva, implicando a las instituciones culturales locales, a los propios agentes y favoreciendo la participación de modo que se potencie un

desarrollo comunitario desde los propios ciudadanos y no desde la imposición o la limitación a determinados segmentos de la población. La cooperación de las instituciones culturales de la comunidad es un eje clave para facilitar la participación y aunar objetivos: “Museos, bibliotecas, centros de educación de adultos, centros musicales, deportivos, recreativos, deberían coordinar más acciones con el fin de promover un ocio formativo de mayor calidad, encuadrado en los planteamientos del desarrollo comunitario” (Cuenca, 1999: 105).

La finalidad sería el logro de experiencias de ocio valiosas en sí mismas, que generen la continuidad de un ocio serio. El horizonte ya no es el ámbito escolar sino la formación a lo largo de la vida (Kleiber, 2002).

La educación del ocio se enriquece cuando se comprende como un proceso continuo, a lo largo de la vida. Ello significa que debe encauzarse hacia acciones educativas no casuales, sino proyectadas en el tiempo. Este proceso a largo plazo, junto con la inclusión y la solidaridad han sido destacados en diferentes documentos, especialmente, en la Carta Internacional para la Educación del Ocio (Cuenca, 2004: 315 y ss).

El disfrute de la cultura se incrementa cuando se favorece una actitud de participación activa. Esta nota ha sido reiterada en la reflexión estética y puede ser proyectada al horizonte más amplio del disfrute cultural. Una integración interactuante involucra plenamente a los participantes. Son estos los que tienen que ayudar a crear su propia experiencia, desplegando su creatividad. Esta apropiación es fuente de disfrute (Jauss, 1986; Gadamer, 1996). La participación se condensa en lo que podríamos denominar un *descubrimiento*, es decir, el reconocimiento de un mundo cultural, con los valores que ofrece y que el participante puede descubrir, enriqueciendo su vida mental y sensitiva. Este proceso significa, por tanto, *comprensión*, es decir, la integración de los elementos descubiertos y su actualización en el presente. El disfrute, la satisfacción, es una nota característica de esta experiencia, como ya hemos apuntado reiteradamente.

A modo de resumen, podríamos destacar lo siguiente:

Disfrute de la cultura	ACTITUD ABIERTA Disposición libre de las personas abiertas propuestas culturales.	Promover experiencias de aprendizaje: Que favorezcan la atención centrada en las propuestas culturales Que faciliten una relación empática
	PARTICIPACIÓN Proceso de coejecución y apropiación de las propuestas culturales .	Promover experiencias de aprendizaje: Que potencien la implicación activa de los participantes Que inciten al discernimiento y la valoración
	DESCUBRIMIENTO Reconocimiento de los valores, y de los elementos sensibles, formales y de sentido mediante la participación.	Promover experiencias de aprendizaje: Que faciliten la atención hacia los factores sensibles, formales o estructurales, de significado o sentido Que transmitan el patrimonio que supone la propuesta cultural
	COMPRENSIÓN Proceso de integración de los elementos descubiertos y de actualización en el presente.	Promover experiencias de aprendizaje: Que favorezcan la actualización de la propuesta y su integración en el participante Que converjan en la valoración

Fuente: Elaboración propia a partir de Cuenca (2004: 251-260) y Amigo (2008).

Orientaciones para favorecer el disfrute de la cultura

Finalmente, tras la reflexión realizada, en este apartado pretendemos dar respuesta a la pregunta que nos planteábamos al inicio: ¿Cómo pueden las organizaciones culturales favorecer el disfrute de la cultura entre sus públicos? Nuestra respuesta apunta claramente a los programas de educación para el disfrute de la cultura. A nuestro modo de ver, este tipo de programas debieran tener en cuenta las siguientes orientaciones:

1ª Educar para el disfrute de la cultura lleva consigo favorecer el desarrollo integral de las personas, fomentando la educación de la sensibilidad y de la inteligencia. Requiere abrir el gusto de los participantes a nuevas formas y propuestas, así como ayudar a dar nuevos significados a las formas tradicionales. Quedaría resumido en dos palabras: *Ayudar a ver*, entendiendo por *ver*, no sólo la mirada sensible, sino también la mirada de nuestra mente, la comprensión.

2º Educar para el disfrute de la cultura lleva consigo favorecer el desarrollo de la conciencia. La experiencia de las formas culturales tiene un predominio estético, pero esta dimensión no está reñida con la ética, al contrario, la reclama. Nos enseña la riqueza del *otro* diferente y a descubrir otros modos de vida. Quedaría resumido en dos palabras: *Ayudar a comprender*, entendiendo la comprensión no sólo en el sentido intelectual de comprensión de la realidad, sino también en un sentido ético como mirada *al otro*.

3º La educación para el disfrute de la cultura debe ser para todas las personas de la comunidad, incluyendo a todos y reconociendo los aspectos multiculturales. La relación de este aspecto con el primero significa que la apertura de miras, el abrir el gusto, es una condición importante para el reconocimiento de todas las formas culturales.

4ª Por último, quisiéramos destacar lo que sería la base de todas estas acciones: el valor de la experiencia. Educar para el disfrute de la cultura requiere una dimensión experiencial, vivencial, en suma, una experiencia de ocio. Las instituciones no pueden garantizar estas experiencias, pero sí pueden favorecer las condiciones de posibilidad para que las personas de la comunidad las lleven a cabo. De modo que la educación comunitaria para el disfrute de la cultura debería tener en cuenta proyectos experienciales de ocio.

En resumen, la educación comunitaria del ocio para el disfrute de la cultura tiene en los principios de ocio, de la educación y del disfrute cultural unas guías apropiadas para desarrollar programas que favorezcan la realización de un ocio creativo, inclusivo, participativo y gozoso.

Referencias

AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M. L. *El arte como vivencia de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000.

AMIGO FERNÁNDEZ DE ARROYABE, M. L. La experiencia de ocio estético. In: MONTEAGUDO SÁNCHEZ, M. J. (Ed.). *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2008. p. 111-135.

ARNHEIM, R. *Consideraciones sobre educación artística*. Barcelona: Paidós Estética, 1993.

ARNHEIM, R. *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós Estética, 1986.

CSIKSZENTMIHALYI, M. *Fluir: una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós, 2008.

CUENCA CABEZA, M. Las artes escénicas como experiencia de ocio creativo. In: CUENCA CABEZA, M.; LAZCANO, I.; LANDABIDEA, X. (Ed.). *Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2101. p. 13-48.

CUENCA CABEZA, M. *Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000.

CUENCA CABEZA, M. *Ocio y formación: hacia la equiparación de oportunidades mediante la Educación de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1999.

CUENCA CABEZA, M. *Pedagogía del ocio: modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2004.

CUENCA CABEZA, M. Pedagogía del ocio: una aproximación global. In: CUENCA CABEZA, M. (Ed.). *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2006. p. 83-101.

DUFRENNE, M. *Fenomenología de la experiencia estética*. Valencia: Fernando Torres, 1982.

ECO, U. *Obra abierta*. Barcelona: Ariel, 1979.

FRANKLIN, B. *El libro del hombre de bien*. Madrid: Espasa-Calpe, 1964.

GADAMER, H. G. *Estética y hermenéutica*. Madrid: Técnos, 1996.

GARDNER, H. *Verdad, belleza y bondad reformuladas*. Barcelona: Paidós, 2011.

GOODMAN, N. *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Seix Barral, 1976.

JAUSS, H. R. *Experiencia estética y hermenéutica literaria: ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid: Taurus. 1986.

KELLY, J. R. *Freedom to be: a new sociology of leisure*. New York: Mac-Millan, 1987.

KLEIBER, D. A. La intervención para el desarrollo y la educación del ocio: una perspectiva/visión a lo largo de la vida. In: DE LA CRUZ AYUSO, C. (Ed.), *Educación del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2002. p. 69- 83.

KLEIBER, D. A. *Leisure experience and human development: a dialectical interpretation*. New York: Basic Books, 1999.

LÓPEZ QUINTÁS, A. *Estética de la creatividad*. Madrid: Rialp, 1998.

SAN SALVADOR DEL VALLE, ROBERTO. *Políticas de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2000.

SCHULZE, G. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. 2. Auflage ed. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2005.

SLOTERDIJK, P. *Schäume. Sphären III*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2004.

SUE, R. *Le Loisir*. París: Presses Universitaires de France, 1980.

TINSLEY, H. E. A.; TINSLEY, D. J. A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, v. 8, p.1-45, 1986.