

**¿Consumimos violencia? Fase III.  
Proceso Colaborativo de  
Aprendizaje y Creación de  
Conocimiento sobre las Violencias  
Machistas y los Consumos.**

**RESUMEN EJECUTIVO**

## 1. ANTECEDENTES

SETEM Hego Haizea inició en 2015 un proceso de aprendizaje y conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos, buscando visibilizar la relación entre estas violencias y el consumo capitalista, proponiendo alternativas desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT).

En la primera fase de la investigación analizamos cuatro ámbitos donde se generan violencias machistas: alimentación, estética, movilidad y consumo energético. El trabajo realizado quedó plasmado en dos documentos:

- El informe de investigación: SETEM Hego Haizea (2015): *¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos*<sup>1</sup>.
- La guía para la reflexión para un consumo libre de violencias machistas: SETEM Hego Haizea (2015): *¿Consumimos Violencia?. Guía para la reflexión para un consumo libre de violencias machistas*<sup>2</sup>.

Tras un intensa socialización de resultado, en 2017, profundizamos en nuevos ámbitos del consumo reproductores de violencias machistas: las series de ficción, la telefonía móvil y el consumo energético. Este trabajo quedó recogido en una nueva publicación:

- SETEM Hego Haizea (2017): *¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos (II fase)*<sup>3</sup>.

La socialización de los resultados de las investigaciones llevadas a cabo en 2015 y en 2017 se desarrolló a través de la elaboración de los documentales *Fabricando mujeres* y *Fabricando mujeres 2.0* de la mano de Al Borde films<sup>4</sup> así como de otros materiales como: la docuweb interactiva [www.fabricandomujeres.org](http://www.fabricandomujeres.org), como herramienta participativa para recoger denuncias y alternativas de consumo libre de violencias machistas y talleres participativos vivenciales sobre violencias machistas y consumo.

---

<sup>1</sup> Disponible en la siguiente página web: [https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/consumimosviolencia_estudio.pdf)

<sup>2</sup> Disponible en la siguiente página web: [https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/consumimosviolencia\\_guia.pdf](https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/consumimosviolencia_guia.pdf)

<sup>3</sup> Disponible en la siguiente página web: <https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/ConsumimosViolenciaII.pdf>

<sup>4</sup> Al Borde films es una cooperativa productora independiente que nace en Bilbao en el año 2015. Cuentan historias que contribuyen a construir identidades, llegando a diferentes realidades con las que compartir, aprender y transformar. Forma parte de REAS-Red de Economía Alternativa y Solidaria

En 2023, identificamos la necesidad de seguir profundizando en el vínculo entre consumo capitalista y violencias machistas, y en continuidad con el proceso iniciado en 2015, planteamos una nueva fase de esta investigación que, en esta ocasión, aborda **el análisis de cómo se reproducen las violencias machistas en el consumo de ocio.**

## 2. PROCESO DE TRABAJO Y METODOLOGÍA

Este proceso de reflexión y aprendizaje colectivo sobre las violencias machistas y el consumo de ocio y tiempo libre se ha estructurado en torno a las siguientes fases:

**a) Definición de las estructuras de desarrollo y seguimiento del proyecto,** que se han concretado en:

- GRUPO MOTOR, conformado por SETEM Hego Haizea y Laura Modonato y encargado de impulsar y facilitar el proceso.
- GRUPO ASESOR, conformado por SETEM Hego Haizea, Altekio, Mugarik Gabe, *Pikara Magazine* y Laura Modonato, a las cuales se añadió Tatiana Romero en esta nueva fase, con el objetivo de incorporar nuevas miradas y de profundizar en el enfoque de interseccionalidad. El grupo asesor se ha encargado de asesorar teórica y metodológicamente durante el proceso.

**b) Definición de criterios para la selección del ámbito de estudio.**

Conscientes de que la temática abordada es amplia, tanto en contenidos como en enfoques, la primera tarea fue identificar qué queríamos analizar, cómo lo íbamos a hacer y qué instrumentos íbamos a utilizar. Para responder a estas preguntas fue necesario definir una serie de criterios que nos ayudaron a identificar el ámbito de estudio así como las preguntas de investigación.

**c) Preselección del ámbito de estudio y la metodología.** Con base en los criterios definidos anteriormente, el grupo asesor realizó una preselección de distintos ámbitos de estudio, entre los cuales destacamos: consumo de estupefacientes con un foco en las adicciones y su vínculo con las violencias machistas; consumo de redes sociales; consumo de cultura, vinculado especialmente al ocio nocturno; consumo de ocio y tiempo libre o consumo de deportes, entre otros. Estos temas se discutieron en una sesión de trabajo y con base en una reflexión colectiva, centrada en analizar la relevancia y el interés del tema, se preseleccionó el ámbito de **consumo de ocio y tiempo libre.**

**d) Selección definitiva del ámbito de estudio:** tras esta primera preselección, el grupo asesor llevó a cabo una revisión de la bibliografía más

relevante sobre el consumo de ocio y tiempo libre desde diversas perspectivas. La revisión bibliográfica enriqueció esta primera aproximación y, a continuación, se estructuraron diversos espacios de trabajo encaminados a delimitar el campo de estudio y que permitieron finalmente consensuar el análisis del ocio y tiempo libre y su vínculo con las violencias machistas como el ámbito de estudio de esta nueva fase de la investigación.

**e) Adaptación del marco teórico:** se llevó a cabo una tarea de revisión y adaptación del marco teórico en el que incorporamos nuevas miradas y enfoques de análisis y en el que incluimos un análisis conceptual del consumo de ocio y tiempo libre desde la crítica feminista y la mirada interseccional.

**f) Trabajo de campo:** al igual que las investigaciones realizadas en 2015 y en 2017 una pieza fundamental del proceso ha sido el estudio exploratorio sobre las violencias machistas y el consumo capitalista que se ha llevado a cabo en Euskadi con dos objetivos: (i) conocer la percepción de la ciudadanía vasca sobre la relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista y (ii) caracterizar el nexo/relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista. Para ello, se ha contado con la cooperativa feminista Errotik, que se ha encargado de llevar a cabo el siguiente trabajo de campo:

● **Encuesta** a pie de calle en las capitales de los tres territorios históricos de la CAV, y también distribuida de forma online a través de entidades sociales de diversa índole, seleccionadas teniendo en cuenta diferentes variables sociológicas. A través de esta herramienta se ha querido profundizar en: cómo las personas consultadas entienden el ocio y el tiempo libre, la influencia de los ejes de opresión en las oportunidades y el disfrute de ocio y la relación entre consumo de ocio y violencias machistas. En total han contestado 446 personas con los siguientes perfiles:

- Género: el 69% mujeres cis, el 28% hombres cis y el 3% personas no binarias. Ninguna de las personas encuestadas se ha definido como hombre o mujer trans. En el informe hemos intentado profundizar en la realidad de las mujeres y de las personas que se identifican como no binarias, por lo que en cada caso se especifica con claridad cómo afecta el disfrute del ocio y el tiempo libre, según el género de las personas consultadas.
- Edad: el 41% entre 18-37 años, el 55% entre 38-67 y el 4% con más de 67 años.
- Racialización: el 10% del total se han definido como no blancas, y el 82% como blancas.
- Carga de cuidado: el 40% con carga de cuidados.

- Nacionalidad: el 83% con nacionalidad española, el 7% de nacionalidad extranjera y el 6% con doble nacionalidad
  - Nivel de ingresos: el 75% con un nivel de ingresos inferior a los 2.000 euros mensuales.
  - Situación sentimental: el 65% con pareja y el 5% se consideran poliamorosas
  - Situación laboral: el 70% con empleo por cuenta ajena con contrato.
  - Diversidad funcional: el 6,7% con diversidad funcional.
- **Grupos de discusión:** se realizaron 3 grupos de discusión con mujeres y personas no binarias con el objetivo de profundizar en sus opiniones y vivencias personales e identificar el impacto de las violencias machistas en su ocio y tiempo libre. Con el objetivo de profundizar en la perspectiva interseccional, los grupos se han constituido con base en distintas variables:
- o Grupo de mujeres migradas y racializadas: participaron 8 mujeres no blancas de edades comprendidas entre los 23 y los 42 años. Una de ellas con responsabilidades de cuidados, la mayoría con nacionalidad extranjera y la mitad empleadas sin contrato.
  - o Grupo de mujeres mayores de 27 años: participaron 8 mujeres blancas de edades comprendidas entre los 36 y los 71 años; 3 con responsabilidades de cuidado y 4 con diversidad funcional.
  - o Grupo de mujeres y personas no binarias menores de 27 años: participaron 9 personas de edades comprendidas entre los 19 y los 26 años, 2 de ellas no blancas y con nacionalidad extranjera; una con responsabilidades de cuidados y una con diversidad funcional.
- **Entrevistas en profundidad:** se ha entrevistado a un total de 5 mujeres expertas con el objetivo de profundizar en el análisis de cómo el ocio genera violencia machista según ejes de opresión:
- o Ana M. Poveda Boj, perteneciente a EHGAM Gorbeialdea+, para el eje de diversidad sexual y de género
  - o Zaira Garcia Dafonte, consultora en feminismos y LGTBI+, para el eje de diversidad sexual y de género.
  - o Itxi Guerra, activista anticapacitista, para el eje de diversidad funcional.
  - o Mónica Gortayre, activista feminista antirracista, para el eje de racialización y procesos migratorios.
  - o Matxalen Legarreta-Iza, Universidad del País Vasco UPV/EHU, para el eje de cuidados y usos del tiempo.

**g) Elaboración del informe de investigación y socialización de resultados:** la última fase del proceso ha previsto la elaboración de este documento final que recoge el marco teórico así como los principales resultados del trabajo de campo.

En relación a la metodología empleada, es importante resaltar que también en esta ocasión hemos priorizado la reflexión y el aprendizaje colectivo, incorporando distintas miradas y enfoques. En este sentido, volvemos a puntualizar que este proceso está íntimamente ligado a la acción, es decir, los resultados del mismo deben servir para elaborar propuestas y recomendaciones concretas para la construcción de un modelo de consumo que realmente haga frente a las violencias machistas. Por este motivo, SETEM Hego Haizea socializará los resultados con organizaciones feministas, ecologistas y antirracistas del tercer sector de la CAE a través de talleres y la metodología de Foro Abierto<sup>5</sup> para construir propuestas conjuntas de un ocio libre de violencias machistas.

### 3. MARCO TEÓRICO

Tal y como hemos comentado anteriormente, el objetivo de este estudio es visibilizar la relación entre violencias machistas y consumo capitalista, proponiendo alternativas desde el consumo crítico responsable y transformador (CCRT). Para ello, elaboramos un marco teórico que denuncia al capitalismo como un sistema de opresión que se sostiene en el heteropatriarcado, perpetuando desigualdades de género y violencias machistas.

El marco teórico que presentamos a continuación es una ampliación del que ya se elaboró en 2015 y que se actualizó en 2018, ya que en esta ocasión hemos querido analizar cómo el consumo de ocio y tiempo libre pueden generar violencias machistas incorporando nuevas miradas, reflexiones y aprendizajes.

Antes de explicar los conceptos clave en los que se fundamenta este estudio, queremos recordar varias cuestiones que ya explicitamos en la primera parte de la investigación:

- El marco teórico se centra en el análisis de las violencias machistas en el consumo capitalista. Dado el contexto de desigualdad actual deberemos mantener esta mirada crítica en todos los ámbitos u

---

<sup>5</sup> Un Foro Abierto es una metodología de la Democracia Profunda y el Trabajo de Procesos que reúne a personas para tener un diálogo más profundo sobre asuntos particulares dentro de la comunidad y para procesar las polaridades y los conflictos. Así, un Foro abierto busca: crear un diálogo participativo entre personas o grupos, notar aspectos más invisibles y profundos de realidades cotidianas, prestar atención a dinámicas de poder, gestionar conflictos, valorar la opinión de todas las personas, crear relaciones más sostenibles y crear comunidad entre las personas.

organizaciones, incluso en aquellos que se definen como transformadores.

- El marco teórico se centra en la realidad de Euskadi ya que, por un lado, se ha elaborado a partir de un proceso de reflexión colectiva integrado por diversas entidades ubicadas en este territorio. Por otro lado, este marco teórico se nutre de un trabajo de campo cuantitativo y cualitativo realizado en Euskadi y centrado en la relación de las violencias machistas y el consumo capitalista.

### 3.1 CONCEPTOS CLAVES

*¿Qué entendemos por violencia machista?*<sup>6</sup>

En el marco de este proceso de investigación, desde su primera fase, retomamos el concepto de violencias machistas entendiéndolo de manera amplia y desglosándolo en violencia simbólica, estructural y directa para poder afinar en los debates sobre su relación con los modelos de consumo actuales.

Decidimos hablar de violencias machistas por ser un concepto utilizado por el movimiento feminista y por otros movimientos sociales y porque con este nombre se visibilizan varios elementos.

Hablar de violencias machistas hace énfasis en la **causa de las violencias y en el impacto de las mismas, no sólo en las mujeres por el hecho de serlo**, sino también en quienes *“desafían el orden social establecido sobre el binarismo sexo-género-sexualidad desde sus conductas, sus relaciones, sus aspectos, sus expresiones amorosas, sus disonancias genéricas, sus formas de resistencia, en resumen, desde la rebeldía de sus cuerpos insumisos”*<sup>7</sup>.

Además, este concepto nos habla de **violencias en plural**, por recoger los avances logrados en el reconocimiento de la diversidad de formas de violencia, no sólo en su tipología e intensidad, sino también en los lugares que se produce, superando la comprensión de la violencia como una realidad principalmente del ámbito privado.

Remarcar los diferentes ámbitos de la violencia ha sido uno de los ejes claros de análisis de este proceso de investigación: violencia estructural, simbólica y directa.

La **violencia estructural** focaliza el análisis en la existencia de la violencia contra las mujeres en todo el mundo, no como un hecho aislado, sino que se

<sup>6</sup> Este apartado ha sido elaborado por María Viadero, Mugarik Gabe. Abril 2023

<sup>7</sup> [Posicionamiento en la lucha contra las violencias machistas](#). Alianza por una Cooperación Feminista Global. 2017

sustenta en una clara estructura de desigualdad de género, mantenida por estructuras políticas, sociales y económicas. La violencia estructural necesita de propuestas y normativas integrales para darle respuesta.

La **violencia simbólica** se concreta en los mensajes culturales y simbólicos que *legitiman formas de relación, restricciones, mandatos y comportamientos que limitan los derechos de las mujeres y que niegan, naturalizan, normalizan, justifican y/o minimizan la violencia estructural*<sup>8</sup>. En el caso del consumo, la publicidad, los lenguajes, los patrones de consumo... son ejemplos habituales de este tipo de violencia.

La **violencia directa** es la más visible; se expresa en diversas formas (física, psicológica, económica, sexual...) y espacios con el objetivo de mantener el control sobre las mujeres por el hecho de serlo y someterlas, dañarlas y castigarlas. En el proceso de la investigación, este tipo de violencia se hacía menos evidente, pero fuimos encontrando diversidad de ejemplos de cómo se concretaba, como impactos en la salud física y mental de muchos de los ámbitos de consumo analizados.

### *¿Qué entendemos por consumo?*

Desde la primera fase de la investigación hemos hablado de consumoS (en plural) para referirnos a (1) el consumo capitalista y (2) el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT). Cuando hablamos de consumo capitalista aludimos al consumo a ultranza, depredador, ecocida y generador de desigualdades. Un consumo acrítico presente en nuestra cotidianidad, que responde a la lógica de acumulación y maximización del beneficio del capitalismo y que planteamos reconocer y sustituir por un CCRT. Cuando hablamos de un consumo crítico, responsable y transformador (CCRT) en SETEM Hego Haizea, entendemos que es cuando la acción de compra o no compra promueve una transformación social y elige los productos o servicios no sólo con base en su calidad y precio, sino también según criterios éticos, culturales, sociales y medioambientales, potenciando la adquisición de aquellos más justos y sostenibles. El proceso colectivo ha mirado a ambos tipos de consumo para, desde ese análisis, orientar la reflexión y acción de las entidades que trabajan desde el CCRT.

Así, tanto el marco teórico como el trabajo de campo realizados en Euskadi se han centrado en la relación de las violencias machistas y el consumo capitalista, sin poder explorar en profundidad su relación con el CCRT, que apuesta por otro modelo socioeconómico para cubrir las necesidades humanas.

---

<sup>8</sup> Ibidm. Pág. 11.

### 3.2 ALIANZA ENTRE EL SISTEMA CAPITALISTA Y EL SISTEMA HETEROPATRIARCAL: VIOLENTANDO LA VIDA

Las violencias machistas no son un fenómeno aislado, sino que se dan en el marco de estructuras políticas, económicas, culturales, sociales y familiares que las justifican, legitiman y perpetúan. El sistema capitalista es una de ellas porque ejerce y perpetúa las desigualdades de género (nutriéndose de ellas y siendo estas clave para sostenerlo), sostiene el heteropatriarcado y posibilita las violencias. Y lo hace a través del conflicto capital-vida y a través de distintos dispositivos como es el consumo.

#### El conflicto capital-vida

El sistema capitalista ha sido identificado por muchas corrientes de pensamiento y acción como un sistema que explota y destruye vida, animal y vegetal, y que irrumpe con todos sus dispositivos en cualquier esfera de la vida donde intuye potencial ganancia. Desde la economía feminista y el ecofeminismo crítico se ha denunciado la contradicción entre la lógica de acumulación del beneficio económico propio del capitalismo con la lógica del cuidado de la vida animal y de la naturaleza. Más concretamente, denuncian cómo el sistema capitalista se apoya en una supuesta supremacía de lo humano, y en concreto de lo masculino (antropocentrismo y androcentrismo), para poner en marcha un modelo de desarrollo que obvia la vulnerabilidad de la vida y nuestra interdependencia y ecodependencia.

Se trata de un sistema tremendamente injusto a muchos niveles, en el que el desarrollo de una minoría está basado en la exclusión o la precariedad de una gran parte de la población global. En este sentido, una de las críticas fundamentales desde los feminismos se dirige hacia el estilo de vida occidental basado en el consumismo<sup>9</sup>, el cual alimenta la necesidad constante de aumentar la producción y el crecimiento económico a niveles no sostenibles en detrimento del bienestar de grandes sectores de la población global.

Todo ello es posibilitado por la alianza con el sistema heteropatriarcal que delega el cuidado de la vida a las esferas invisibilizadas, feminizadas y racializadas de la economía. Siendo el mercado lo importante, se excluye todo aquello que quede fuera de ese ámbito y de las transacciones monetarias. Es en esa lógica que el trabajo doméstico y de cuidados es

---

<sup>9</sup> Hemos optado por hablar en este marco de consumo capitalista, que está relacionado con la idea de consumismo, ya que ambos sustentan el capitalismo. Según Fernández Miranda (2015) el consumismo es un modelo que hace del consumo un fin en sí mismo; la necesidad percibida, más que con el objeto de que se compra, se relaciona con el propio acto de comprar. Para este autor, detrás de estas prácticas existe un sistema de ideas y de valores de la sociedad de consumo que las dota de sentido: todo es susceptible de convertirse en mercancía y de ser tratado como tal.

absolutamente necesario para el sostenimiento de la vida, pero queda oculto, si bien, como sabemos, la existencia del propio sistema depende directamente del trabajo gratuito y no reconocido de las mujeres.

En este sentido, el sistema capitalista se construye sobre la desigualdad de poder entre diversas esferas (pública-privada/doméstica), trabajos (productivos-reproductivos/cuidados), personas (hombres-mujeres/otros sujetos no heteronormativos), racialización (blanco/no-blanco); y también entre diversos territorios, como por ejemplo las desigualdades existentes entre países del norte global y países del sur global. De esta manera, el sistema capitalista y el sistema heteropatriarcal están íntimamente imbricados y ambos se sostienen gracias a la violencia y la explotación de la naturaleza y las personas, y en concreto de las mujeres.

### 3.3 LA RELACIÓN ENTRE VIOLENCIAS MACHISTAS Y EL CONSUMO DEL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

Debemos aclarar que en este proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento nos hemos centrado en el eslabón del consumo, aunque reconocemos que el consumo forma parte de una cadena más amplia de producción, comercialización, distribución, consumo y desecho que lo contiene, explica y complejiza. Se trata de una cadena en la que se dan y reproducen desigualdades, y que entendemos que esconde violencias machistas en todas sus etapas.

Entendemos por tanto que este vínculo entre consumo y violencias machistas puede y debe ser completado también desde el análisis de estos otros eslabones de la cadena que en nuestro proceso no hemos abordado.

Desde el enfoque amplio de las violencias machistas que manejamos en nuestro proceso colectivo de reflexión y aprendizaje, el ocio y el tiempo libre constituyen dispositivos del consumo capitalista que posibilitan y/o perpetúan las violencias machistas.

En este apartado del marco teórico queremos nombrarlos y visualizarlos para facilitar su desvelamiento y análisis de los resultados del trabajo de campo que abordaremos en el siguiente capítulo.

#### Aproximación conceptual: el ocio, el tiempo libre y el tiempo liberado

El término "ocio" tiene sus raíces en el latín *otium*, que significa descanso<sup>10</sup>. En la sociedad del bienestar, el ocio se considera fundamental para la

---

<sup>10</sup> Fundación iberoamericana Down21. Sección para profesionales de Ocio y tiempo libre - Concepto del ocio. Disponible en: <https://www.down21.org/desarrollo-personal/110-ocio-y-tiempo-libre/847-seccion-para-profesionales-de-ocio-y-tiempo-libre.html?start=1>.

calidad de vida, pero ha experimentado transformaciones significativas en el siglo XXI.

Para comprender el concepto de ocio en la sociedad actual, es importante abordar otros dos conceptos: el tiempo libre y el tiempo liberado, todos ellos en conexión con el trabajo productivo.

**El tiempo libre es el período en el que las personas no están obligadas a cumplir con responsabilidades laborales.** Sin embargo, durante este tiempo libre, las personas desarrollamos un conjunto de actividades cotidianas no opcionales que son necesarias tanto para el sostenimiento de la vida humana (hacer la compra o conseguir alimentos u otros bienes necesarios, dormir, tareas domésticas o de cuidados) como para el empleo productivo (desplazarse al lugar de trabajo, por ejemplo).

**El tiempo liberado se refiere a un periodo en el que la persona no está obligada a llevar a cabo ninguna actividad específica y tiene la libertad de elegir cómo desea emplearlo.** Las dimensiones de este tiempo liberado varían según las circunstancias individuales de cada persona. Manuel Cuenca define el ocio como el tiempo libre fuera de las obligaciones habituales, destacando que es elegido libremente, gratificante y autotélico<sup>11</sup>.

Sin embargo, es importante señalar que el análisis del ocio y el tiempo libre debe abordarse en el marco del sistema capitalista y heteropatriarcal dominante para identificar cómo las estructuras de poder influyen en nuestras percepciones y prácticas relacionadas con el tiempo y las actividades recreativas.

Por lo tanto, al hablar sobre el acceso a actividades de ocio y el tiempo liberado, es necesario hacer hincapié en la diversidad de opciones disponibles y en la importancia de valorar formas de ocio que fomenten el bienestar emocional, la creatividad y la conexión social, independientemente de su utilidad económica- productivista. De esta manera, el análisis del ocio y el tiempo libre permite desafiar la narrativa capitalista que privilegia el trabajo productivo y el consumo como formas exclusivas de realización personal, y reconocer la importancia de cuidar nuestra salud mental y emocional a través de actividades de ocio significativas y gratificantes.

---

<sup>11</sup> El concepto de ocio autotélico, propuesto por la Cátedra de Ocio y Minusvalía de la Universidad de Deusto, se refiere a actividades que tienen un fin en sí mismas y no son realizadas con propósitos terapéuticos. Este ocio autotélico abarca dimensiones como lo lúdico, deportivo, festivo, creativo, ecológico y solidario.

## El ocio en la sociedad de consumo<sup>12</sup>

Durante el siglo XX, el reconocimiento y la práctica del ocio han avanzado significativamente, impulsados por tres aspectos principales:

1. **Disponibilidad de tiempo liberado:** factores como las condiciones socioeconómicas, el mercado laboral, el aumento de la esperanza de vida y el desarrollo tecnológico han proporcionado a las personas más tiempo libre.
2. **Diversificación de actividades:** la amplia oferta de actividades de ocio ha llevado a las personas a buscar experiencias que refuercen su identidad y satisfagan sus intereses. Sin embargo, esta diversificación también ha generado la necesidad de tomar decisiones sobre cómo emplear el tiempo libre, influenciadas por factores internos y externos.
3. **Ocio como consumo:** cada vez más, el ocio se asocia con el gasto económico, con prácticas de consumo que son parte integral de muchas actividades de ocio. Esta tendencia ha contribuido a la comercialización del ocio y a la creación de estilos de vida basados en el consumo de productos y servicios relacionados con el ocio.

La transición hacia la sociedad post-industrial, especialmente en los años 60, ha transformado la percepción y el acceso al ocio. Se ha observado una creciente tendencia hacia la centralidad del consumo como un proceso social, económico y cultural fundamental, impulsado por la globalización del capitalismo.

Sin embargo, el simple hecho de consumir más no garantiza una mayor satisfacción. La proliferación de la oferta de ocio y el incremento en las posibilidades de consumo han generado preocupación sobre la pérdida del significado último de la experiencia de ocio, ya que se ve amenazada por la transformación del individuo de actor a mero consumidor.

Es importante tener en cuenta que el ocio está inserto tanto en estructuras capitalistas como heteropatriarcales, lo que exige que los estudios sobre el ocio y el tiempo libre consideren las relaciones de poder y las desigualdades de género en las experiencias de diversas personas.

---

<sup>12</sup> Este apartado se ha elaborado tomando de referencia el artículo de Idurre Lazcano y Aurora Madariaga (2016): "El valor del ocio en la sociedad actual. Instituto de Estudios de Ocio". Universidad de Deusto. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6149004>

## **Críticas feministas sobre los estudios de ocio y nuevos enfoques de análisis<sup>13</sup>**

De hecho, según Tania Mérelas y Belén Caballo, la incorporación de la perspectiva de género como una categoría de análisis en los estudios de ocio ha permitido desarrollar una profunda reflexión sobre cómo las experiencias de ocio están moldeadas por las estructuras sociales y de poder. Anteriormente, las investigaciones sobre ocio no incluían el estudio de cómo las desigualdades de género influyen en el tiempo libre y en las experiencias de ocio de las mujeres, lo que ofrecía una lectura muy sesgada de la realidad:

“Las desigualdades en el campo laboral y en la esfera doméstica, entre otras posibles, dificultan la construcción de una identidad emancipada en el caso de las mujeres; pues como indica Rosemary Deem (1986), ellas tienen dificultades para evadirse de los diversos roles asignados socialmente. Esta situación supone una cierta limitación en la construcción que las mujeres realizan de sí mismas como sujetos de derecho en relación al ocio, y por lo tanto también sus actitudes hacia este tiempo” (Aitchison, 2003; Henderson y Bialeschki, 1991; Wearing y Wearing, 1988; Deem, 1986).

**Una de las principales críticas que mencionan las autoras, se centra en la forma en que se conceptualizaba el ocio en relación con el trabajo.** La visión tradicional del ocio como un tiempo liberado del trabajo remunerado ignoraba las múltiples responsabilidades no remuneradas que las mujeres asumían (y siguen asumiendo) en el hogar y en la comunidad:

“La experiencia de los tiempos está influida por la estructura patriarcal de la sociedad, lo cual implica una mayor fragmentación y complejidad de los tiempos femeninos como resultado de los roles sociales -madre, hija, esposa, y otros- a los que se adscribe su identidad. Cara Aitchison (2003) afirma que cuando analizamos el ocio de las mujeres, este suele presentarse en forma combinada con otras tareas y experiencias, dando origen a una mayor presencia de actividades simultáneas que aumentan la complejidad del estudio y, por lo tanto, su categorización en actividades concretas”

También la **noción de ocio como un espacio de libertad y autonomía ha sido objeto de crítica.** Si bien el ocio ofrece oportunidades para la expresión personal y el desarrollo individual, estas posibilidades no siempre

---

<sup>13</sup> Este apartado se ha elaborado tomando de referencia el artículo de Tatiana Merelas y Belén Caballo (2018): Enfoques feministas sobre los tiempos de ocio de las mujeres. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6817379>

están disponibles para todas las personas de la misma manera. Las desigualdades de género, junto con otros factores como la clase social, la racialización, la edad o la diversidad funcional, pueden restringir la capacidad de las mujeres para disfrutar plenamente de su tiempo libre y participar en actividades de ocio que les brinden satisfacción y empoderamiento.

Por último, **la idea de ocio como actividad se ha cuestionado por su limitación a la hora de abarcar la diversidad de experiencias de las mujeres**. Muchas de las actividades que las mujeres realizan en su tiempo libre, como el cuidado de las demás o las tareas domésticas, no se consideran tradicionalmente como ocio, a pesar de que pueden proporcionar placer y satisfacción personal. Este enfoque restrictivo del ocio excluye las experiencias cotidianas de las mujeres y refleja una comprensión estrecha y limitada de lo que constituye el ocio en realidad:

“La actividad de cocinar puede tener una connotación lúdica o ser experimentada como una carga de trabajo, la diferencia vendrá marcada por el sentido que la propia actividad adquiere para quien la realiza, pues no es lo mismo disponer de tiempo para hacer una comida con personas queridas disfrutando del proceso de elaboración, que cocinar con el tiempo justo porque es necesario alimentarse. Lo mismo sucede con los tiempos compartidos con las criaturas, pues a pesar de las responsabilidades existentes, en el desarrollo de los cuidados también hay momentos para el juego y la diversión. En cualquier caso, esta situación pone de manifiesto la necesidad de tener en cuenta en las investigaciones sobre ocio los significados que las mujeres atribuyen a ciertas experiencias y la simultaneidad de acciones”

Frente a estas críticas, surgieron con el tiempo nuevas investigaciones que las autoras Tania Mérelas y Belén Caballo, resumen en tres líneas principales:

- **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 1. EL ENFOQUE DE LA DESIGUALDAD SOCIAL: FACTORES QUE LIMITAN O DIFICULTAN LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EXPERIENCIAS DE OCIO.**

Las investigaciones que se han realizado en esta línea se han centrado en analizar los factores que obstaculizan las experiencias de ocio de las mujeres, habiendo identificado principalmente 3: el **tiempo disponible, los recursos económicos y los servicios de ocio disponibles en la comunidad**.

Empezando por el tiempo disponible, numerosos estudios han evidenciado que, a pesar de los cambios sociales, la persistente división sexual del trabajo y los roles de género impiden una distribución equitativa del trabajo productivo y reproductivo. Las mujeres continúan asumiendo una mayor

carga, lo que se traduce en una menor disponibilidad de tiempo libre y, por ende, en menos oportunidades para disfrutar del ocio.

Siguiendo con los recursos económicos, es importante destacar que la capacidad económica influye en las oportunidades de participación en actividades de ocio. Por ejemplo, la menor disponibilidad de recursos económicos afecta especialmente a la movilidad de las mujeres, ya que tienden a optar por el transporte público o a pie en comparación con el uso predominante del coche por parte de los hombres, lo que se traduce en desigualdades en el acceso a las oportunidades de ocio, culturales y deportivas, así como en el tiempo disponible para realizar estas actividades.

En cuanto a los recursos de ocio disponibles en la comunidad, se ha identificado principalmente la escasez de programas y servicios dirigidos específicamente a las mujeres, especialmente en el ámbito deportivo.

Además de los tres factores que acabamos de mencionar, no debemos olvidar que el espacio en el que se desarrollan las actividades de ocio juega un papel crucial, ya que puede favorecer o inhibir el ocio femenino según la percepción de seguridad. Por ejemplo, estudios realizados en áreas urbanas han mostrado que el temor a la violencia sexual puede limitar la participación de las mujeres en actividades deportivas.

Estos obstáculos también han sido analizados en esta investigación sobre consumo de ocio y violencias machistas, lo que nos ha permitido establecer un vínculo directo entre algunas violencias estructurales (división sexual del trabajo, precariedad económica, etc.) y violencias directas (inseguridad, estigmatización, etc.) y el consumo de ocio. Además, hemos podido ahondar en las experiencias de ocio de mujeres y personas no binarias con base en variables como la edad, la racialización o si se tiene o no alguna diversidad funcional que nos han ayudado a identificar cómo determinadas estructuras de opresión dan lugar a manifestaciones concretas de violencia.

## ● **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 2. EL ENFOQUE DE LA REPRODUCCIÓN SOCIAL: LAS EXPERIENCIAS DE OCIO AL SERVICIO DE LOS ROLES Y LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.**

Esta línea, incluye las investigaciones que se han centrado en analizar cómo los estereotipos de género influyen en las experiencias de ocio.

Al respecto, la ideología heteropatriarcal establece arquetipos de feminidad y masculinidad hegemónicos, así como relaciones de poder desiguales, que no solo operan a escala individual, sino que también están arraigados en las estructuras sociales. En el ámbito del ocio, los estereotipos de género condicionan de forma clara las actitudes y comportamientos de las personas en su tiempo libre.

El impacto de los estereotipos de género en las experiencias del ocio también ha sido analizado en el marco de esta investigación, lo que ha permitido visibilizar distintas violencias simbólicas que limitan las experiencias de ocio de las mujeres y las personas no binarias. De nuevo, este análisis se hace desde una mirada interseccional que ha ayudado a identificar cómo determinados ejes de opresión condicionan y dificultan el tiempo y la calidad del ocio de determinados colectivos.

### ● LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 3. EL ENFOQUE DE LA RESISTENCIA

Los enfoques anteriores presentan una perspectiva crítica del ocio, ya sea al visibilizar los factores que limitan las experiencias lúdicas o al cuestionar el propio ocio como un escenario que refuerza estereotipos de género. Sin embargo, las investigaciones que adoptan **la perspectiva de la resistencia consideran el ocio como un espacio con potencial para transformar las relaciones de poder patriarcales**. A pesar de que las ideologías dominantes influyen en el acceso al ocio, se reconoce que el ocio puede favorecer la capacidad de resistencia de las mujeres y de los sujetos no normativo.

Desde este enfoque, el ocio no solo representa un escenario de limitaciones y barreras para las mujeres, sino también se configura como un espacio para la resistencia y el empoderamiento. El ocio, por tanto, puede contribuir a generar nuevas identidades y discursos, al proporcionar espacios individuales y colectivos para el ejercicio de la autoexpresión, la creatividad, la cohesión social, etc.

La investigación sobre violencias machistas y consumo de ocio que aquí presentamos, también aporta reflexiones que pretenden contribuir a este enfoque de la resistencia. En lo concreto, en el último capítulo avanzamos unas propuestas para disfrutar de un ocio libre de violencias machistas, organizadas según los tres poderes que hemos referenciado en este documento: el poder individual, el poder de la fuerza colectiva y el poder de cambiar las reglas del juego.

## 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 OBJETIVO E HIPOTESIS

Desde el **objetivo general de analizar cómo el consumo de ocio y tiempo libre reproduce violencias machistas**, la investigación se ha organizado en torno a cuatro objetivos específicos y a ocho hipótesis.

En primer lugar analiza qué se entiende por ocio y tiempo libre, buscando averiguar cómo conceptualizan este tema las personas consultadas y cómo vivencian el ocio y el tiempo libre (objetivo específico 1.). En segundo lugar, se ha querido explorar cómo los ejes de desigualdad influyen en el ocio y el

tiempo libre. Los ejes de opresión analizados principalmente han sido la racialización, la clase social y la división sexual del trabajo (objetivo específico 2).

A continuación, mediante el objetivo específico 3, se ha profundizado en el análisis de las violencias machistas que reproduce el ocio mercantilizado, organizándolas en violencias estructurales, simbólicas y directas. Por último, con base en los análisis realizados anteriormente, el objetivo específico 4 ha puesto el foco en identificar propuestas para avanzar hacia un ocio libre de violencias machistas.

## 4.2 OBJETIVO 1: CÓMO SE ENTIENDE EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

### *Hipótesis 1. Las personas consultadas mezclan el ocio y el tiempo libre*

Aunque en los tres grupos de discusión realizados se aprecia ambigüedad a la hora de diferenciar el ocio y el tiempo libre, es importante destacar que **la variable racialización parece jugar un papel diferenciador en su definición.**

De hecho, debemos recordar que los resultados del trabajo cualitativo realizado indican que, el concepto de ocio tiene un enfoque eurocéntrico y para las mujeres racializadas, pueden estar interpretando el concepto de ocio desde otro lugar, que tiene que ver con el proceso colonial y de evangelización:

*"La palabra ocio durante un largo periodo fue atizada por la religión católica como el tiempo profano, inútil, pecaminoso y peligroso en manos de los jóvenes, de los hombres y las mujeres que no mostraban arraigo hacía la congregación"*<sup>14</sup>.

En este sentido, en el grupo de mujeres migradas y racializadas se parte de la idea de que estos términos son construcciones sociales elaboradas sobre un modelo de sociedad que *organiza* la vida en torno a lo productivo, y en donde el resto de aspectos –los vínculos humanos, los cuidados o el ocio y el tiempo libre– también se ven supeditados a esta lógica productiva.

Al respecto, en el grupo de discusión se señala que **este modelo de ocio no encaja con muchas de las vidas de las personas migradas y racializadas**, hecho que plantea la necesidad de abordar una reflexión urgente sobre **quiénes realmente tienen tiempo libre para disfrutar, para así visibilizar cómo el ocio y el tiempo libre parecen estar**

---

<sup>14</sup> Salazar C., C. M., & Arellano Ceballos, A. C. (2015). El concepto ocio en la vida moderna de Latinoamérica: revisión y apuntes para una ingeniería sociocultural | review and notes for a sociocultural engineering : leisure in modern life in Latin America concept. *Razón Y Palabra*, 19(2\_90), 223-232. Recuperado a partir de <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/153>

**convirtiéndose cada vez más en un privilegio de unas pocas personas en lugar de un derecho humano fundamental.**

*Hipótesis 2. La intencionalidad de esta confusión entre ocio y tiempo libre la crea el sistema capital/colonial/hetero patriarcal.*

Los datos analizados durante el proceso de investigación nos permiten decir que el **ocio dentro de una lógica capitalista, productivista y heteropatriarcal se convierte en un factor que contribuye a la generación de desigualdades y violencias machistas.** Además, **la intersección de factores como la racialización o la diversidad funcional acentúan las dificultades para acceder a espacios y momentos de calidad para el descanso y el disfrute.**

Lo que acabamos de mencionar subraya la importancia de adoptar **un enfoque interseccional en el análisis de los tiempos de ocio, para visibilizar cómo ciertas variables afectan el acceso al tiempo de ocio de las mujeres.** Asimismo, este enfoque nos acerca a la importancia de organizar estos tiempos de manera inclusiva, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias, necesidades y preferencias.

*Hipótesis 3. Las personas consultadas entienden el ocio desde una lógica consumista*

El **ocio más practicado para las personas encuestadas es charlar con amistades o familia (23%), seguido por practicar deporte (18%) y pasear (12%).** Las personas no binarias prefieren realizar deporte y charlar con amistades y familiares, aficiones que comparten también con las mujeres.

El deporte es popular entre jóvenes, mientras que salir a comer es más común en edades mayores. Las personas blancas priorizan charlar, pero las racializadas prefieren deporte, entretenimiento y lectura. Aquellas con diversidad funcional realizan en mayor medida actividades artísticas o recreativas.

Los **lugares donde mayoritariamente se realizan las actividades del ocio son la casa, la naturaleza y el espacio público. Estas actividades suelen realizarse principalmente con las amistades (47%) pero también con la pareja y en soledad (44% en ambos casos).**

**El 38% de las personas encuestadas declara no haber gastado nada para realizar sus actividades de ocio,** con una disminución en los porcentajes a medida que aumenta el monto gastado. Respecto al sexo-

género, **los hombres tienden a reportar menos gastos que las mujeres o personas no binarias. Las mujeres muestran una inclinación hacia categorías de gasto moderado a elevado.**

**En resumen, para las personas consultadas el ocio tiene una función importante a la hora de construir o reforzar vínculos personales con otras personas, al priorizar el desarrollo de actividades que implican experiencias compartidas (charlar o pasear con amistades, por ejemplo).** El ocio compartido es especialmente importante para las mujeres y personas no binarias menores de 27 años, pero subrayan cierta dependencia de las relaciones de amistad y de pareja para llevar a cabo actividades que socialmente tienen mayor aceptación si se realizan junto a otras (ir a un bar a tomar algo, ir al cine, etc.).

En cuanto a **la percepción sobre el ocio y el tiempo libre**, los resultados del trabajo de campo cualitativo apuntan a una **percepción de que, efectivamente, el ocio y el tiempo libre se organizan con base en una lógica capitalista y mercantilista que genera exclusión.** Los discursos analizados se pueden resumir en “ejes de tensión” que ayudan a explicar cómo las decisiones de ocio están influidas simultáneamente por decisiones personales y por mandatos sociales que, a menudo, ejercen presión y condicionan las formas en las que decidimos disfrutar de nuestro tiempo de ocio.

**Así, en la capacidad de decidir cómo disfrutar del tiempo libre influye a menudo el ocio autoimpuesto; frente a las posibilidades de ocio inclusivo y gratuitas, adquieren más valor las propuestas de ocio exclusivo y de pago; insertado en una lógica capitalista, el tiempo de ocio se transforma en un instrumento adicional al servicio de la productividad.**

#### 4.3 OBJETIVO 2: DE QUÉ MANERA LOS EJES DE DESIGUALDAD INFLUYEN EN EL DISFRUTE DEL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

*Hipótesis 1. La ley de extranjería impide disfrutar del espacio público a la población migrada en Euskadi*

El impacto de la ley de extranjería en las personas migradas y racializadas se manifiesta de diversas maneras y en todos los ámbitos de la vida **al restringir su disfrute del espacio público, incluso para aquellas personas que están “regularizadas”.** Esta ley opera de manera **violenta en ámbitos privados y públicos**, perpetuando la división entre personas en situación administrativa irregular y regular y generando una sensación de no pertenencia entre las personas migradas y racializadas, lo cual afecta a sus posibilidades de disfrutar de espacios y de momentos de ocio.

En una encuesta realizada, **hasta el 9% de las personas han indicado sentir incomodidad en espacios de ocio debido a la presencia policial, siendo más común entre aquellas con nacionalidad extranjera (18%).**

Para las mujeres migradas y racializadas, **el impacto de la ley de extranjería se identifica además en la estigmatización de la que son objeto, la cual genera violencias (vigilancia, incomodidad, sensación de “sentirse fuera de lugar”) que influyen en sus posibilidades de disfrutar de momentos de ocio.** Además, la intersección de distintas opresiones (mujer migrada, racializada, en situación irregular y madre soltera, por ejemplo) **incrementa este estigma, generando experiencias de rechazo y soledad que perpetúan la desigualdad, discriminación y violencia de las que son objeto.**

Los resultados señalan **la urgencia de crear espacios comunitarios de seguridad desde una perspectiva antipunitivista y antirracista.** Estos espacios deberían ser concebidos además como lugares de cuidado, destinados a mitigar el impacto de las violencias generadas por la intersección de las distintas opresiones que afectan a la realidad de las mujeres migradas y racializadas, y que también ayuden a fomentar sentimientos de integración, seguridad y pertenencia a la comunidad.

*Hipótesis 2. A mayor poder adquisitivo, mayor capacidad de disfrute del modelo BBVA<sup>15</sup>*

El concepto de **ocio según modelo BBVA que hemos manejado en esta investigación se refiere a actividades costosas y exclusivas, poco sostenibles y orientadas por valores de productividad, racistas y heteropatriarcales, en contraste con las actividades más accesibles (pasear, charlar, hacer deporte, etc.) que realizan las personas encuestadas.** Aunque estas últimas son las que se realizan de forma más habitual, la encuesta revela que las actividades deseadas, pero no realizadas por las personas encuestadas, incluyen principalmente viajar (37%) y actividades de crecimiento personal (23%).

Es importante señalar que, en Euskadi, socializar en bares y terrazas es una práctica arraigada, lo que implica que muchas actividades de ocio se llevan a cabo en estos lugares. Sin embargo, esta forma de socialización puede excluir a personas con recursos económicos limitados, lo que fomenta una dinámica de exclusión basada en la capacidad económica individual, lo que

---

<sup>15</sup> Amaia Pérez de Orozko, en su libro “Subversión feminista de la economía” (Traficantes de sueño, 2014) cita a María José Capellín, que en “su participación en el seminario de lanzamiento de la campaña organizada por colectivos de mujeres y sindicatos por una Ley Vasca de Atención a la Dependencia (Bilbao, 13 de mayo de 2005), habló del BBVA: blanco, burgués, varón, adulto”

puede dejar fuera a ciertos colectivos y contribuir a la desigualdad en el acceso al ocio.

En los **obstáculos para realizar las actividades de ocio que se desea inciden principalmente las siguientes variables:**

- La **edad**: las personas jóvenes citan la falta de dinero, tiempo y red social como principales obstáculos.
- **Capacitismo**: las personas con diversidad funcional identifican la falta de red social, oferta cultural diversa y barreras arquitectónicas como principales obstáculos para su ocio deseado.

En los grupos de discusión, **se destaca la falta de dinero como el principal obstáculo para el ocio deseado.** Esta **limitación económica afecta a todas las mujeres consultadas, especialmente a las racializadas y a las madres solteras, lo que refuerza la idea de que el modelo de ocio BBVA es excluyente para los perfiles más precarios, y subraya cómo la intersección de diversas variables influye en las oportunidades de ocio y tiempo libre de las mujeres.**

Asimismo, tanto en la encuesta como en los grupos de discusión, se ha identificado que, **lo aspiracional es encajar con el modelo de ocio BBVA.** Las personas consultadas mencionan en varias ocasiones “viajar” o “ir de compras” como actividades deseables que no pueden realizar por distintos motivos, lo que nos permite concluir que el **ocio deseable que se nos transmite desde los medios de comunicación, la publicidad y otras agencias, está calando e influenciando nuestras aspiraciones y deseos.**

Estas aspiraciones y deseos son fácilmente alcanzables en la medida en que el ocio insertado en una lógica capitalista, está organizado para que todas las personas, sea cual sea su clase social y condición económica, puedan satisfacerlas mínimamente.

De ahí que exista una oferta muy variada de ocio *“para todos los bolsillos”*, ya que, por ejemplo, es posible satisfacer el deseo de ir de compras según los recursos económicos del que se dispone: yendo a una boutique o una tienda de ropa *low cost*.

El ocio, por tanto, insertado en una lógica capitalista se convierte en un instrumento para que las personas sigamos consumiendo, y en ello se refuerza el modelo capitalista, patriarcal y racista.

*Hipótesis 3. El modelo de ocio BBVA beneficia a perfiles concretos con más privilegios*

**El modelo de ocio BBVA es un modelo excluyente, compartimentado, insertado en un sistema heteropatriarcal y capitalista que no está estructurado desde propuestas inclusivas adaptadas a la diversidad humana.**

En el caso de las personas **LGTBIQA+** la mayoría de las actividades de ocio están diseñadas desde una perspectiva cisheteronormativa, que limita sus opciones de ocio y además pone sobre la mesa la necesidad de contar con espacios propios de resistencia y reafirmación.

La falta de propuestas inclusivas de ocio y dirigidas a toda la comunidad también afecta a las personas con diversidad funcional, las cuales además tienen mayores dificultades a la hora de contar con una red social con las que realizar este tipo de actividades.

Las responsabilidades de cuidados que asumen mayoritariamente las mujeres, junto con las desigualdades de género que las hacen más vulnerables a la precariedad y la violencia, merman sus posibilidades de ocio. Además, viven el tiempo que tienen para sí mismas desde la culpa y la falta de legitimidad.

Las mujeres migradas y racializadas, experimentan el ocio desde un modelo de sociedad que no sienten propio y en el que no se reconocen. Asimismo, factores como la precariedad económica y la estigmatización, afectan a su capacidad de disfrutar del ocio y el tiempo libre.

Por último, no debemos olvidar que, a menudo, estos ejes de opresión (la racialización, la diversidad sexual y de género, etc.) no operan de forma aislada si no que se interseccionan, generando situaciones que acentúan las dificultades para acceder a espacios y momentos de calidad para el descanso y el disfrute.

*Hipótesis 4. La división sexual del trabajo y el concepto de amor romántico, disminuyen el ocio de las mujeres y el uso que hacen de él.*

Los datos recopilados a través de la encuesta y mediante los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad nos permiten **concluir que la división sexual del trabajo influye en las posibilidades de ocio y tiempo libre**, ya que:

- En el análisis de las horas de ocio durante la semana laboral se observa un mayor porcentaje de mujeres (8%) que no dedican ninguna hora al ocio frente a los hombres (5%). También las personas cuidadoras tienen mayor representatividad en los rangos con menos horas de ocio, con un 61% indicando entre 0 y 5 horas, en contraste con el 29% de las personas sin cargas de cuidado.
- En cuanto al ocio los fines de semana, las mujeres siguen destacando en los rangos de menor dedicación de horas, con el 25% dedicando entre 1 y 5 horas, frente al 13% de hombres. Las personas cuidadoras también dedican menos tiempo al ocio, con un 41% dedicando entre 0 y 5 horas los fines de semana, en comparación con el 14% de las personas sin carga de cuidados.
- El 18% de las personas encuestadas identifica el cuidado de otras personas como un obstáculo para realizar actividades de ocio, siendo más prevalente entre las mujeres cuidadoras (44%) que entre los hombres (40%).
- También se observa una sensación de culpabilidad entre las personas cuidadoras a la hora de disfrutar del ocio sin las personas dependientes, especialmente entre las mujeres de 58-67 años, sentimiento que posiblemente esté relacionado con la socialización de género.
- Por último, el 19% de las personas cuidadoras indica no tener alternativas de cuidado.

Los resultados también nos permiten **concluir que el tener o no tener pareja, sobre todo en las relaciones heterosexuales, influye en el ocio y el tiempo libre de las mujeres.**

En la encuesta, se preguntó sobre el nivel de identificación con la frase "**tengo que negociar siempre mis opciones de ocio con mi pareja**", revelando diferencias en las respuestas de hombres y mujeres cis. **Las mujeres cis muestran una identificación más fuerte con la idea de tener que negociar sus opciones de ocio con sus parejas en comparación con los hombres.** Además, se observa que **la carga de cuidados influye en la necesidad de negociar las opciones de ocio con la pareja**, siendo más prevalente entre las personas con carga de cuidados que entre las que no la tienen. Esto sugiere que la responsabilidad de cuidar puede complicar la autonomía en las decisiones de ocio, requiriendo más negociaciones con la pareja.

En cuanto al ocio nocturno, **se percibe para las mujeres jóvenes una presión social hacia el ligoteo, donde tener pareja ofrece un sentido de alivio y tranquilidad que permite evitar situaciones incómodas.** Además, se destaca que las mujeres jóvenes priorizan pasar tiempo con sus parejas por encima de sus amigas o el ocio propio, reflejando la **influencia del amor romántico** en la priorización de las relaciones de pareja.

#### 4.4 OBJETIVO 3. LAS VIOLENCIAS MACHISTAS QUE REPRODUCE EL OCIO MERCANTILIZADO

*Hipótesis 1. El modelo consumista “BBVA” de ocio mercantilizado produce y reproduce violencias machistas (estructurales, simbólicas y directas)*

Empezando por las **violencias estructurales en el ocio mercantilizado**, la investigación concluye que:

- **En el ocio y en el tiempo libre influye la división sexual del trabajo y, en lo concreto, las responsabilidades de cuidado que las mujeres siguen asumiendo mayoritariamente.** Ello hace que el tiempo para este tipo de actividades sea para ellas menor y de peor calidad. Las mujeres migradas y racializadas además enfrentan una carga adicional al sostener el entramado de cuidados tanto en su país de origen como en su país de residencia actual, lo que limita sus posibilidades, no solo para acceder al ocio, sino que también para disfrutar de actividades de autocuidado, lo que hace que este último sea considerado un privilegio reservado para las personas blancas y de clase alta. Asimismo, se ha identificado que la alta tasa de inactividad entre las mujeres con diversidad funcional también limita su participación plena en actividades de ocio.
- **El ocio está estructurado en torno a una lógica consumista y productiva que excluye a ciertos grupos, especialmente a mujeres y personas en situación de precariedad económica.** La limitaciones económicas en el caso de las mujeres migradas y racializadas afectan tanto a las actividades de ocio de pago como gratuitas. De hecho, algunas actividades gratuitas como el senderismo necesitan toda una estructura para poder ser llevadas a cabo: tiempo, descanso previo, ropa adecuada y apoyo para el cuidado de hijos e hijas. Esta situación se agrava aún más para las **mujeres con diversidad funcional**, ya que el acceso al ocio también implica costes adicionales para quienes las acompañan.
- **El modelo de ocio mercantilizado es normativo, lo que hace que no haya una oferta social y cultural diversa.** Los resultados indican que hasta el 14% de las personas encuestadas consideran que no hay una oferta social y cultural diversa para realizar actividades de ocio. Las personas no binarias, las mayores de 67 años y las mujeres con diversidad funcional son las que más afirman encontrar obstáculos en este sentido. En las entrevistas se menciona que la falta de representación y diversidad en películas y otras

formas de entretenimiento dificulta la identificación de comunidad LGTBIQA+, con los personajes y temas presentados. También se ha identificado falta de ocio inclusivo para mujeres con diversidad funcional, lo que además plantea la necesidad de abordar una reflexión sobre hasta qué punto estas mujeres tienen capacidad de decidir sobre el ocio que desean.

Siguiendo con las **violencias simbólicas**, los datos de la investigación arrojan los siguientes resultados:

- **Los mensajes patriarcales y racistas limitan el ocio y el tiempo libre de las mujeres.** En el grupo de discusión con mujeres y personas no binarias menores de 27 años se aborda la influencia del patriarcado en las oportunidades de ocio y tiempo libre. El mensaje patriarcal implícito para las mujeres es vivir el ocio nocturno desde el miedo. Para las mujeres migradas y racializadas, la influencia del patriarcado se une con el racismo, lo que hace que su ocio se vea afectado por actitudes machistas y racistas que sexualizan a las mujeres y generan incomodidad y violencias "sutiles" pero significativas.
- **Los espacios de ocio como espacios para la erotización y la sexualización de las mujeres.** La erotización y sexualización de las mujeres en los espacios de ocio es un tema recurrente en los grupos de discusión, manifestándose de diversas formas. Las **mujeres migradas y racializadas** se convierten en objeto de erotización al salir de fiesta o bailar, enfrentándose a una concepción blanca de "ligoteo" ligada a la idea de "salir de caza". Esta situación lleva a que prefieran evitar espacios de ocio de personas blancas y opten por lugares latinos donde se sienten más seguras, lo que conduce a una segregación de los espacios de ocio. Las **personas LGTBIQA+** mencionan la erotización de relaciones lésbicas de parte de los hombres, mientras que las mujeres con diversidad funcional plantean un debate sobre el derecho al placer. En este último caso destaca la desigualdad de género en el disfrute del sexo como parte del ocio, con estereotipos y limitaciones para las mujeres con diversidad funcional.
- **El ocio mercantilizado reproduce los estereotipos de género y los ideales de feminidad y masculinidad hegemónicos.** La violencia simbólica en el ocio mercantilizado también se manifiesta a través de la publicidad, la cual utiliza los estereotipos de género para vender productos relacionados con estándares estéticos dirigidos principalmente a mujeres. Estos anuncios refuerzan la presión social sobre la apariencia física de las mujeres, contribuyendo a la percepción de que ciertos productos (maquillaje, ropa,

complementos, etc.) son necesarios para ser aceptadas en determinados entornos de ocio.

La incidencia de los estereotipos de género también se identifica en la masculinización en algunas actividades de ocio, como las fiestas populares, donde se exalta un tipo de masculinidad alejada de la vulnerabilidad y se expresan comentarios homófobos, reflejando la persistencia de normas culturales excluyentes.

Por último, en cuanto a la **violencia directa** podemos destacar las siguientes conclusiones:

- **Los espacios de ocio generan incomodidad en las mujeres y en los colectivos LGTBIQA+.** El análisis de la encuesta revela conclusiones importantes sobre la incomodidad en los espacios de ocio:
  - **Incomodidad por ser mujer:** el 20% de las mujeres encuestadas señala sentirse incómoda en los espacios de ocio simplemente por ser mujer, porcentaje que es significativamente más bajo en las personas no binarias (8%).
  - **Incomodidad por no estar a gusto con el cuerpo:** el 11% señala que evitan ciertos espacios de ocio porque no están a gusto con su cuerpo. Este sentimiento es más pronunciado entre personas no binarias (15%), lo que sugiere que los problemas de autoimagen y la presión social relacionada con la apariencia física, como la gordofobia, afectan desproporcionadamente a ciertos grupos, especialmente a aquellos que no se identifican con las normas tradicionales de género.
  - **Incomodidad en gimnasios y discotecas:** en los grupos de discusión se destaca la incomodidad percibida por las mujeres en lugares como gimnasios y discotecas, que son considerados no seguros. Esta percepción de inseguridad puede llevar a modificar las pautas de ocio y evitar estos lugares, lo que limita la libertad y el disfrute de ciertos espacios para ciertos grupos de personas.
- **La amenaza de la agresión física o la violación en los espacios de ocio afecta en mayor medida a las mujeres y a las personas no binarias:** los resultados nos permiten concluir que existe una percepción de inseguridad en los espacios de ocio nocturno para las mujeres, sobre todo para las menores de 27 años. Esta percepción de inseguridad también se ha identificado para las personas no binarias, ya que es en estos espacios donde se pueden propiciar agresiones en mayor medida, debido a la sensación de impunidad y legitimidad de que gozan los agresores. Asimismo, se ha podido identificar que las mujeres con diversidad funcional enfrentan dificultades adicionales para denunciar

agresiones sexuales, debido a la percepción errónea de que son "sexualmente inactivas" lo que puede aumentar el riesgo de desprotección cuando se den casos de abuso sexual o violación.

- **La culpa derivada del "no hacer nada"**. Hasta el 53% de las personas encuestadas afirma sentirse culpable cuando no hace nada en su tiempo de ocio. Las mujeres jóvenes menores de 27 años son quienes más refieren este sentimiento, posiblemente debido a las expectativas sociales de género que las presionan para equilibrar múltiples roles y responsabilidades, incluso en los tiempos de ocio. Esta presión del "hacerismo" puede afectar negativamente a la salud mental y emocional de las mujeres, llevándolas a situaciones de agotamiento y estrés y ansiedad, y dificultando su capacidad para disfrutar plenamente de momentos de descanso y diversión.
- **La estigmatización tiene un impacto directo en la experiencia de ocio de las mujeres migradas y racializadas, tanto en términos sociales (fomenta la exclusión) como emocionales (afecta a la autoestima, sentido de pertenencia etc.).**

#### 4.5 OBJETIVO 4: CLAVES PARA DISFRUTAR DE UN OCIO QUE NO REPRODUZCA VIOLENCIAS MACHISTAS

Las propuestas para disfrutar de un ocio que no reproduzca violencias machistas se han organizado actuando en base a tres poderes

- El poder personal: qué decisiones y actuaciones podemos llevar a cabo desde lo personal para consumir de forma más crítica, responsable, sostenible y que sirva como herramienta de transformación.
- El poder de la fuerza colectiva: cómo nos articulamos colectivamente para generar otro modelo de consumo respetuoso con la vida humana y el planeta.
- El poder de cambiar las reglas del juego: cuáles son las responsabilidades políticas y económicas a la hora de modificar las estructuras sobre las que se asienta y descansa el consumo capitalista.

##### *Poder individual*

Las propuestas en este ámbito incluyen aquellas relacionadas con la necesidad de llevar a cabo procesos de reflexión personal y colectiva que nos permitan identificar prácticas de ocio que estén alejadas del consumo y se basen en nuestras necesidades, deseos y aspiraciones individuales. Se

trata entonces de cuestionar las dinámicas de consumo impuestas por la sociedad y buscar alternativas que nos permitan disfrutar de nuestro tiempo de manera más auténtica y significativa.

Es importante también buscar momentos en los que podamos desconectar de la productividad y conectarnos con nuestra parte más íntima y creativa. Estos momentos de ocio pueden ser espacios sagrados para explorar nuestra identidad, expresarnos libremente y nutrir nuestra salud mental y emocional.

Desde el CCRT se ha realizado un importante trabajo en concienciar sobre el impacto ambiental del ocio. Sería beneficioso incluir en esas reflexiones y propuestas la perspectiva de un ocio inclusivo, decolonial y antipatriarcal. Esto implica considerar cómo nuestras prácticas de ocio pueden reproducir y perpetuar estructuras de opresión y discriminación, y trabajar hacia la creación de espacios de ocio que sean acogedores y accesibles para todas las personas, independientemente de su género, racialidad, orientación sexual, capacidades o condición socioeconómica.

### *Poder de la organización colectiva*

Las propuestas para articularnos colectivamente y generar otro modelo de ocio no basado en lógicas productivistas son diversas y pueden abordarse desde diferentes enfoques: ampliar la oferta de actividades de ocio para personas con diversidad funcional, involucrándolas en su planificación; promover el acceso de la juventud a espacios autogestionados como Gaztetxes; realizar concursos para diseñar actividades de ocio inclusivas; llevar a cabo procesos de análisis feministas decoloniales sobre modelos de ocio; realizar campañas de sensibilización sobre ocio y violencias machistas; organizar actividades en espacios públicos para reclamar más lugares de ocio colectivos, etc.

### *Poder cambiar las reglas del juego*

Las propuestas para modificar las estructuras del ocio mercantilizado desde una perspectiva política y económica son las siguientes: incidir políticamente en aspectos que garanticen el derecho al ocio, como la accesibilidad de los espacios y el establecimiento de un sistema público de cuidados; solicitar que las acompañantes de personas con diversidad funcional estén exentas del pago de actividades de ocio; incentivar propuestas inclusivas e interseccionales en los Gaztelekus municipales; generar manuales de calidad de atención en igualdad e inclusión para establecimientos de ocio; establecer certificados de inclusividad e igualdad para el sector público y privado vinculado al ocio; promover el uso de distintivos contra la discriminación en establecimientos de ocio; elaborar y aplicar protocolos ante agresiones en establecimientos de ocio; fomentar una propuesta de actividades participativa y adaptada a la diversidad de la

comunidad; habilitar espacios de ocio no capacitistas, inclusivos para todas las edades; elaborar propuestas de prevención de agresiones machistas y racistas en espacios de ocio nocturnos y diurnos, etc.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Agenjo Calderón, A. (2016): Repensando la economía feminista desde las propuestas de(s)coloniales. Revista de economía crítica, nº 22.

Alianza por una Cooperación Feminista Global (2017): Posicionamiento en la lucha contra las violencias machistas. Disponible en: <https://alianzaporunacooperacionfeministaglobal.files.wordpress.com/2019/09/posicionamiento-violencias-machistas-alianza.pdf>

Altamira Basterretxea, F. (2017): Bailando con el deseo. Algunas claves para incorporar la diversidad sexual y de género en las ONGD. Cuadernos de investigación en procesos de desarrollo, Nº 19.

Amaia Perez de Orozko (2014):Subversión feminista de la economía. Traficantes de sueño. Disponible en: [https://traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Subversi%C3%B3n%20feminista%20de%20la%20econom%C3%ADa\\_Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf](https://traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Subversi%C3%B3n%20feminista%20de%20la%20econom%C3%ADa_Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf)

AWID (2004): Interseccionalidad: una herramienta para la justicia de género y la justicia económica en Revista Derechos de las mujeres y cambio económico, nº 9.

Diputación Foral de Gipuzkoa (2014): Documento sobre la violencia machista, la terminología utilizada por la Diputación Foral de Guipúzcoa y el análisis que la sustenta. Donostia

Fundación iberoamericana Down21. Sección para profesionales de Ocio y tiempo libre - Concepto del ocio. Disponible en: <https://www.down21.org/desarrollo-personal/110-ocio-y-tiempo-libre/847-seccion-para-profesionales-de-ocio-y-tiempo-libre.html?start=1>

Idurre Lazcano y Aurora Madariaga (2016): El valor del ocio en la sociedad actual. Instituto de Estudios de Ocio - Universidad de Deusto. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6149004>

Nahia (2013): Los deseos olvidados. La perspectiva de género y de diversidad sexual en la Cooperación al Desarrollo, en la Educación para la Ciudadanía Global y en la promoción y defensa de los DDHH de las personas inmigrantes y refugiadas. Diputación Foral de Bizkaia

Organización mundial del Ocio: Carta sobre el Ocio. Disponible en: [https://www.worldleisure.org/wlo2019/wp-content/uploads/2021/07/Charter-for-Leisure\\_es.pdf](https://www.worldleisure.org/wlo2019/wp-content/uploads/2021/07/Charter-for-Leisure_es.pdf)

Pikara Magazine (2023): Monográfico Delitos de odio contra las Mujeres.

Salazar C., C. M., & Arellano Ceballos, A. C. (2015). El concepto ocio en la vida moderna de Latinoamérica: revisión y apuntes para una ingeniería sociocultural | review and notes for a sociocultural engineering : leisure in modern life in Latin America concept. *Razón Y Palabra*, 19(2\_90), 223-232. Recuperado a partir de <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/153>

SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos. Marco teórico: pág. 34-66. Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_estudio.pdf)

Tatiana Merelas y Belén Caballo (2018): Enfoques feministas sobre los tiempos de ocio de las mujeres. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6817379>

Yolanda Lázaro, Aurora Madariaga, Idurre Lazcano y Joseba Doistua (2012). Ponencia “El derecho al ocio: un derecho humano en ocasiones desconocido”.