

Setem



FASE III

# ¿Consumimos VIOLENCIA?

Proceso Colaborativo de Aprendizaje y Creación de Conocimiento sobre las Violencias Machistas y los Consumos

**Sistematización y Redacción:**

Laura Modonato (consultora independiente en feminismos, migraciones y desarrollo).

**Estudio de campo:**

ERROTİK cooperativa feminista (Gisela Bianchi y Savina Lafita).

**Consejo Editorial:**

Mugarik Gabe (María Viadero), Empresa Social Altekio, Iniciativas hacia la Sostenibilidad (Conchi Piñeiro y Laura Lucio González), Pikara Magazine (Teresa Villaverde), Tatiana Romero Reina (investigadora feminista independiente), ONGD SETEM Hego Haizea (Magda López Gorritxo, Ainhoa Bilbao Arkotxa, Iratxe Arteagoitia Recalde y Laura Castresana Martínez).

**Diseño y maquetación:**

Labox Marketing y Comunicación.

Puedes encontrar esta investigación en formato digital en <https://ww.setem.org/euskadi/campanas/consumo-y-violencias-machistas/>

Esta obra está sujeta a una licencia Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 3.0 España de Creative Commons.



Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo económico de la Agencia Vasca de Cooperación y Solidaridad.

El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva de SETEM Hego Haizea.

Con apoyo de:

# ÍNDICE

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| > AGRADECIMIENTOS                                                                                 | 7  |
| > INTRODUCCIÓN                                                                                    | 8  |
| <b>1   PROCESO DE TRABAJO Y METODOLOGÍA</b>                                                       | 10 |
| <b>2   MARCO TEÓRICO</b>                                                                          | 15 |
| <b>1. Conceptos claves</b>                                                                        | 17 |
| > ¿Qué entendemos por violencia machista?                                                         | 17 |
| > ¿Qué entendemos por consumo?                                                                    | 20 |
| <b>2. Ámbitos del consumo objeto de estudio y criterios de selección</b>                          | 21 |
| <b>3. Desde dónde miramos la realidad</b>                                                         | 24 |
| <b>4. Alianza entre el sistema capitalista y el sistema heteropatriarcal: violentando la vida</b> | 27 |
| 4.1 El conflicto capital-vida                                                                     | 29 |
| 4.2 Consumo capitalista: perpetuando desigualdades e imposibilitando una vida sostenible          | 30 |
| <b>5. La relación entre violencias machistas y el consumo del ocio y el tiempo libre</b>          | 31 |
| 5.1 Aproximación conceptual: el ocio, el tiempo libre y el tiempo liberado                        | 32 |
| 5.2 El ocio como un derecho humano                                                                | 34 |
| 5.3 El ocio en la sociedad de consumo                                                             | 35 |
| 5.4 Críticas feministas sobre los estudios de ocio y nuevos enfoques de análisis                  | 36 |

|                                                                                                                                   |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3   RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>                                                                                         | <b>41</b> |
| <b>1. Objetivos e hipótesis</b>                                                                                                   | <b>42</b> |
| <b>2. Objetivo 1: Cómo se entiende el ocio y el tiempo libre</b>                                                                  | <b>44</b> |
| Hipótesis 1. Las personas consultadas mezclan el ocio y el tiempo libre                                                           | 45        |
| > En resumen                                                                                                                      | 48        |
| Hipótesis 2. La intencionalidad de esta confusión entre ocio y tiempo libre la crea el sistema capital/colonial/hetero patriarcal | 49        |
| > En resumen                                                                                                                      | 52        |
| Hipótesis 3. Las personas consultadas entienden el ocio desde una lógica consumista                                               | 53        |
| > Qué tipo de actividades de ocio se realizan                                                                                     | 53        |
| > Con quién se realizan las actividades de ocio                                                                                   | 58        |
| > Dónde se realizan las actividades de ocio                                                                                       | 60        |
| > Cuánto se gasta en las actividades de ocio                                                                                      | 61        |
| > Percepción en torno al modelo de ocio                                                                                           | 63        |
| > En resumen                                                                                                                      | 67        |
| <b>3. Objetivo 2: De qué manera los ejes de desigualdad influyen en el disfrute del ocio y el tiempo libre</b>                    | <b>68</b> |
| Hipótesis 1. La ley de extranjería impide disfrutar del espacio público a la población migrada en Euskadi                         | 69        |
| > En resumen                                                                                                                      | 72        |
| Hipótesis 2. A mayor poder adquisitivo, mayor capacidad de disfrute del modelo BBVA                                               | 73        |
| > Los resultados de la encuesta                                                                                                   | 74        |
| > Los resultados de los grupos de discusión y de las entrevistas en profundidad                                                   | 80        |
| > En resumen                                                                                                                      | 82        |
| Hipótesis 3. El modelo de ocio BBVA beneficia a perfiles concretos con más privilegios                                            | 83        |
| > En resumen                                                                                                                      | 87        |

|                                                                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 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.        | 88  |
| > Horas de ocio de lunes a viernes                                                                                                              | 88  |
| > Horas de ocio fines de semana                                                                                                                 | 91  |
| > Personas con parejas                                                                                                                          | 94  |
| > En resumen                                                                                                                                    | 96  |
| <b>4. Objetivo 3: Las violencias machistas que reproduce el ocio mercantilizado</b>                                                             | 97  |
| Hipótesis 1. El modelo consumista “BBVA” de ocio mercantilizado produce y reproduce violencias machistas (estructurales, simbólicas y directas) | 98  |
| > Los diagramas de la interseccionalidad                                                                                                        | 99  |
| > En resumen                                                                                                                                    | 101 |
| Violencia estructural                                                                                                                           | 102 |
| Violencia simbólica                                                                                                                             | 107 |
| Violencia directa                                                                                                                               | 112 |
| > En resumen                                                                                                                                    | 118 |
| <b>5. Objetivo 4: Claves para disfrutar de un ocio que no reproduzca violencias machistas</b>                                                   | 121 |
| 3.5.1 Debates necesarios para la articulación de propuestas para disfrutar de un ocio libre de violencias machistas                             | 122 |
| 3.5.2 Propuestas                                                                                                                                | 127 |
| > Poder del cambio personal                                                                                                                     | 127 |
| > Poder de la fuerza colectiva                                                                                                                  | 127 |
| > Poder de cambiar las reglas del juego                                                                                                         | 128 |
| <b>4   CONCLUSIONES</b>                                                                                                                         | 130 |
| <b>5   ALGUNOS RECURSOS DE REFERENCIA</b>                                                                                                       | 138 |

*“La sociedad de consumo tiene como misión  
proveer de placeres sin tregua y como destino  
esencial la diversión hasta morir”  
Vicente Verdú (2005)*

## AGRADECIMIENTOS

Magda López Gorritxo, Ainhoa Bilbao Arkotxa, Laura Castresana Martínez e Iratxe Arteagoitia Recalde (ONGD SETEM Hego Haizea), Conchi Piñeiro y Laura Lucio González (Empresa Social Altekio, Iniciativas hacia la Sostenibilidad), María Viadero Acha (ONGD Mugarik Gabe), Teresa Villaverde (*Pikara Magazine*), Tatiana Romero Reina (investigadora feminista independiente), Laura Modonato (consultora independiente en feminismos, migraciones y desarrollo), Gisela Bianchi y Savina Lafita (Errotik kooperatiba feminista), Ana M. Poveda Boj (perteneciente a EHGAM Gorbeialdea+), Zaira García Dafonte (consultora en feminismos y LGTBI+), Itxi Guerra (activista anticapacitista) Mónica Gortayre (activista feminista antirracista), Matxalen Legarreta-Iza (Universidad del País Vasco UPV/EHU), Nadia Domínguez Pascuales, Paz Antolin, Sara Andrés Antón, Eztitxo Larrea Tena, Marta Lorenzana Gámez, Leire Indurain Martín, Eneida Olaizola, Hodei Herreros Rodríguez, Marta Díez Arce, Luna Latorre Álvarez, Sandra Garzón, Daniela Sisa Rodríguez, Daniela Moreno y Matilda Noriega.

# INTRODUCCIÓN

Este proceso colectivo de aprendizaje y conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos, promovido por SETEM Hego Haizea, se inicia en el año 2015 con el objetivo de visibilizar el nexo entre las violencias machistas y el consumo capitalista, y de proponer alternativas para transformar la realidad desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT). Para ello, elaboramos un marco teórico que denuncia el capitalismo como uno de los sistemas de opresión que se sostiene en el heteropatriarcado y perpetúa las desigualdades de género en general y las violencias machistas en particular. También realizamos un trabajo de campo que nos permitió identificar cuatro ámbitos concretos del consumo capitalista generador de violencias machistas: alimentación y productos del hogar (ámbito doméstico); estética (ámbito personal) y movilidad en los municipios (ámbito público).

- 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 la publicación de estos dos documentos en 2016, en SETEM Hego Haizea realizamos un intenso trabajo de socialización de los resultados obtenidos dirigido a entidades del tercer sector y a la ciudadanía en general. Fruto de ese trabajo y del feedback recibido pudimos identificar la necesidad de seguir abordando nuevos ámbitos de estudio en los que profundizar en la relación entre las violencias machistas y los consumos. En lo concreto analizamos la relación entre violencias machistas y el consumo en la series de ficción (ámbito de ocio audiovisual), la telefonía móvil (ámbito tecnológico) y el consumo energético en los hogares (ámbito doméstico). Asimismo, la investigación permitió avanzar propuestas para caminar hacia un modelo de consumo crítico, responsable y transformador, actuando desde el poder a tres niveles:

- El poder del cambio personal: qué decisiones y actuaciones podemos llevar a cabo desde lo personal para consumir de forma más crítica, responsable, sostenible y que sirvan como herramienta de transformación.

---

1. 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)

2. 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)

- 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.

Esta segunda fase se materializó en la publicación del documento: SETEM Hego Haizea (2017): *¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos (Fase II)*<sup>3</sup>.

La socialización de los resultados de ambas publicaciones 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.

En 2023, SETEM Hego Haizea identificó la necesidad de seguir profundizando en el vínculo entre consumo capitalista y violencias machistas, y en continuidad con el proceso iniciado en 2016, planteó una nueva fase de esta investigación que, en esta ocasión, **analiza cómo se reproducen las violencias machistas en el consumo de ocio**.

Este documento comienza presentando en su primer capítulo la metodología empleada. En el segundo capítulo se expone el marco teórico y conceptual de la investigación, adaptado al nuevo ámbito de estudio. El tercer capítulo detalla los resultados del trabajo de campo realizado con base en los objetivos y las hipótesis de investigación. En este tercer capítulo, además, tras el análisis de cada hipótesis se presentan las principales conclusiones.

El contenido que exponemos a continuación es fruto de las reflexiones de los colectivos que forman parte del grupo asesor que hemos configurado para este proceso (Mugarik Gabe<sup>5</sup>, Altekio<sup>6</sup>, SETEM Hego Haizea, Tatiana Romero<sup>7</sup>, *Pikara Magazine*<sup>8</sup> y Laura Modonato<sup>9</sup>) y de las aportaciones realizadas por Errotik Cooperativa Feminista<sup>10</sup>, (encargada del trabajo de campo cuantitativo y cualitativo de la investigación).

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

4. 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.

5. Mugarik Gabe, es una ONGD asamblearia, feminista, ecologista, de izquierdas e internacionalista. Desde hace tiempo viene abordando el trabajo por una vida libre de violencias machistas, además de tener una apuesta por las vidas sostenibles con experiencias conectadas con el decrecimiento y el consumo consciente y transformador, donde ha trabajado muchos años en alianza con Setem HH.

6. Altekio es una cooperativa de iniciativa social que trabaja para volver a poner el cuidado de la vida en el centro de nuestras sociedades y economías. Practica el arte de hacernos preguntas para explorar soluciones a retos, la curiosidad de indagar el por qué de las cosas. Apuesta por conectar, regenerar y crear nuevas relaciones desde una conciencia eco-social que busca el bien común. De esta manera, transformar la sociedad para que sea más sostenible, resiliente, integradora y justa.

7. Tatiana Romero Reina es una investigadora feminista independiente que aplica el enfoque decolonial y la teoría interseccional a la realidad. Perteneció al tejido antirracista y a los feminismos antirracistas. Colabora con medios como *Pikara Magazine*, *Feminopraxis*, *La Cadera de Eva* y *El Salto*.

8. *Pikara Magazine* es una revista nacida en 2010 en Bilbao. Practica un periodismo de calidad, con perspectiva feminista, crítico, transgresor y disfrutón. Además, imparte talleres y charlas sobre lenguaje inclusivo, periodismo y comunicación feminista, violencias machistas en medios de comunicación o ciberfeminismo.

9. Laura Modonato es consultora independiente en feminismos, migraciones y desarrollo.

10. Errotik Kooperatiba está conformada por un equipo interdisciplinar compuesto por personas que vienen de diferentes ámbitos como la sociología, la educación y el trabajo social, la pedagogía, el teatro, el movimiento expresivo y la comunicación. Trabajan y se relacionan desde el feminismo.



1

# 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, que ya habían participado en ediciones anteriores, a las cuales se sumó 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 (complementariedad con las investigaciones previas, posibilidades de incidencia política posterior con los resultados) que nos ayudaron a identificar el ámbito de estudio así como las preguntas de investigación. Explicaremos con mayor detalle estos criterios en el capítulo de marco teórico.

**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: usos del tiempo, enfoques feministas sobre los tiempos de ocio, condicionamiento por la intersección de opresiones en las vivencias de ocio, etc. 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 2016 y en 2018 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% mayor 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:
- 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.
  - 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.
  - 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:

- Ana M. Poveda Boj, perteneciente a EHGAM Gorbeialdea+, para el eje de diversidad sexual y de género.
- Zaira García Dafonte, consultora en feminismos y LGTBI+, para el eje de diversidad sexual y de género.
- Itxi Guerra, activista anticapacitista, para el eje de diversidad funcional.
- Mónica Gortayre, activista feminista antirracista, para el eje de racialización y procesos migratorios.
- Matxalen Legarreta-Iza, Universidad del País Vasco UPV/EHU, para el eje de cuidados y usos del tiempo.

Se presenta en el anexo I el perfil completo de las personas consultadas durante el proceso de investigación.

- 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>11</sup> para construir propuestas conjuntas de un ocio libre de violencias machistas.

<sup>11</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.



# 2

## Marco teórico

Desde la primera fase de esta investigación el **objetivo de este proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos es visibilizar el nexo entre las violencias machistas y el consumo capitalista, y proponer alternativas para transformar la realidad desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT).**

Para ello, elaboramos un marco teórico que denuncia el capitalismo como uno de los sistemas de opresión, el cual se sostiene en el heteropatriarcado, ejerciendo y perpetuando las desigualdades de género en general y las violencias machistas en particular.

En este sentido, este marco teórico 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 puede generar violencias machistas incorporando nuevas miradas, reflexiones y aprendizajes.

Para su elaboración se ha contado con las integrantes de los colectivos que forman parte del grupo asesor que hemos configurado para este proceso y con las reflexiones individuales y colectivas de las personas que han sido consultadas principalmente a través de los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad.

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 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.

# 1 | CONCEPTOS CLAVES

## ¿QUÉ ENTENDEMOS POR VIOLENCIA MACHISTA?<sup>12</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.

Desde el inicio dimos una gran importancia a los conceptos que decidimos utilizar, entendiendo su carga política, simbólica y pedagógica en un proceso de investigación como este.

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>13</sup>. Pensamos que esta apuesta sigue siendo clave en un contexto de mucho debate social sobre las identidades de género y su impacto en el reconocimiento de los derechos políticos e incluso jurídicos de muchas personas.

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. Más aún estando el consumo no tan directamente relacionado, al menos a primera vista, con la violencia directa y sí más claramente con la violencia simbólica o estructural.

---

<sup>12</sup>. Este apartado ha sido elaborado por María Viadero, Mugarik Gabe. Abril 2023.

<sup>13</sup>. *Posicionamiento en la lucha contra las violencias machistas*. Alianza por una Cooperación Feminista Global. 2017.



## 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 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.



## 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>14</sup>. En el caso del consumo, la publicidad, los lenguajes, los patrones de consumo... son ejemplos habituales de este tipo de violencia.



## 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.

En la actualidad, los conceptos utilizados desde la primera fase de la investigación siguen teniendo una clara vigencia, por lo que sería estratégico mantenerlos, por ser adecuados y ayudar a la continuidad con las fases anteriores. Aunque, en muchos momentos, los límites o definición de cada uno de los tipos de violencia en los ámbitos de estudio no son del todo claros y tienen matices que incluso van evolucionando junto con los debates actuales dentro de los feminismos y otras agendas políticas y académicas.

---

14. Ibidm. pág. 11.

Sí que debemos hacer notar cómo algunos cambios, tanto de contexto como normativos de los últimos años, nos obligan a abordar el análisis de las violencias machistas en este proceso de investigación prestando atención a algunos elementos:

- En estos momentos en los que se reproducen discursos que fomentan el odio y los retrocesos en los avances logrados por el movimiento feminista, los conceptos son más importantes que nunca, más aún cuando escuchamos “la violencia no tiene género” u otros debates conectados con ideas como que la violencia de género es contra las mujeres, solo “las de verdad”<sup>15</sup>.
- Es necesario revisar e incluir nuevas tipologías de violencia, dentro de los ámbitos ya definidos: violencia de género digital, violencia institucional<sup>16</sup> (violencias producidas por la inacción y omisión de las autoridades públicas), criminalización de movimientos feministas, post-machismo y violencia simbólica (discursos de odio, redes, organizaciones de hombres...).
- Es imprescindible contar con una mirada amplia de los sujetos que la enfrentan: colectivos LGTBIQA+<sup>17</sup>, defensoras de derechos humanos, personas migradas y racializadas, etc., en la apuesta por encarnar la mirada interseccional.

En el momento de construcción de este marco, debatimos sobre la pertinencia de incluir el concepto violencia patriarcal por la conexión estratégica de este concepto con una mirada interseccional, ya que las violencias patriarcales abarcan todo tipo de violencias ejercidas desde el orden patriarcal, que es el origen de la violencia machista. Finalmente, decidimos mantener violencias machistas por la apuesta estratégica por priorizar los impactos en las mujeres cis, trans y otros cuerpos no heteronormativos y por la continuidad con las fases anteriores.

---

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

16. La Plataforma de Beijing (A/CONF.177/20, 17 de octubre de 1995) la define como aquella “violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra” (113. c).

17. Las siglas LGTBIQA+ se refieren a Lesbiana, Gay, Trans, Bisexual, Intersexual, Queer, Asexual y +

## ¿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.

## 2 | ÁMBITOS DEL CONSUMO OBJETO DE ESTUDIO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

Desde esta crítica central al sistema capitalista y desde el enfoque feminista de sostenibilidad de la vida como alternativa para el desarrollo de un modelo socioeconómico democrático y equitativo, hemos analizado 8 ámbitos (cuatro en 2015, tres en 2018 y uno en la actualidad) del consumo capitalista generadores de violencias machistas:



**TABLA 01** ÁMBITOS DEL CONSUMO CAPITALISTA OBJETO DE ESTUDIO GENERADORES DE VIOLENCIAS MACHISTAS

| Cuándo | Ámbitos de estudio                                                                                                                                                                                            |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2016   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ámbito doméstico: alimentación y productos del hogar</li><li>✓ Ámbito personal: estética</li><li>✓ Ámbito público: movilidad</li></ul>                                |
| 2018   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ámbito de ocio audiovisual: series de ficción</li><li>✓ Ámbito de tecnología: telefonía móvil</li><li>✓ Ámbito doméstico: consumo energético en los hogares</li></ul> |
| 2023   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ámbito de ocio y tiempo libre</li></ul>                                                                                                                               |

Estos ámbitos del consumo capitalista tienen varios aspectos en común que queremos visibilizar para dotar de coherencia a todo el proceso:

- a. Desde los inicios del proceso hemos incidido en qué entendemos por consumo en la medida en que las decisiones de compra no dependen únicamente de las decisiones individuales, sino que responden a cuestiones de carácter estructural que influyen en las capacidades y posibilidades que las personas tenemos a la hora de consumir. En este sentido, nos hemos centrado en reflexionar no sólo sobre qué consumimos, sino sobre cómo consumimos, sobre cuáles son los factores y mecanismos que influyen en las decisiones de compra, de dónde vienen, cómo se producen y se distribuyen los productos que consumimos y sobre cuáles son los beneficios que el sistema capitalista obtiene a través del consumo.

Fruto de estos análisis previos, hemos podido constatar que en el consumo existen cuestiones estructurales que es necesario analizar y poner sobre la mesa para entender el entramado de intereses y beneficios que obtiene el sistema capitalista a través del consumo y que genera, como señalamos en este documento, múltiples violencias machistas.

Desde esta perspectiva, entendemos que, para avanzar hacia un modelo de CCRT, es importante actuar desde el poder a tres niveles<sup>18</sup>:

- ✓ **El poder del cambio personal:** qué decisiones y actuaciones podemos llevar a cabo desde lo personal para consumir de forma más crítica, responsable, sostenible y que sirvan 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 cuales se asienta y descansa el consumo capitalista.

Aunque los ámbitos de estudio escogidos en este proceso se sitúan en diferentes niveles de concreción, todos ellos tienen un impacto claro en la vida de las personas y refuerzan la lógica capitalista de acumulación de bienes.

---

<sup>18</sup>. Esta forma de enmarcar los tres poderes en el consumo procede de la revista *Opciones*, especializada en consumo consciente y transformador. Este análisis del poder tiene su origen en la propuesta de las dimensiones del empoderamiento de Jo Rowlands (1997): a) la personal, como desarrollo del sentido del yo, de la confianza y la capacidad individual; b) la de las relaciones próximas, como capacidad de negociar e influir en la naturaleza de las relaciones y las decisiones, y c) la colectiva, como participación en las estructuras políticas y acción colectiva basada en la cooperación.

**b.** Por otro lado, la **elección del consumo de ocio y tiempo libre como ámbito de estudio de esta nueva fase del proceso se ha realizado a partir de cuatro criterios bien definidos:**

- ✓ **Relación entre violencias machistas y consumo capitalista:** hemos seleccionado un ámbito de estudio que nos permitiera avanzar hipótesis sobre cuáles son las violencias machistas que el modelo capitalista perpetúa a través del consumo en este ámbito. Son hipótesis que hemos querido validar en el trabajo de campo realizado posteriormente.
- ✓ **Transversalización del enfoque interseccional:** hemos escogido un ámbito de estudio que nos permitiera identificar pautas de consumo diferenciadas según identidad sexual y de género, edad, capacidad, origen, racialización y condición socio-económica, con el fin de detectar mecanismos de opresión y violencias machistas concretas.
- ✓ **Enfoque de Derechos Humanos:** con el fin de establecer procesos de incidencia política y social, era importante analizar un ámbito del consumo que permitiera identificar con claridad a titulares de derechos, titulares de responsabilidades y titulares de obligaciones.
- ✓ **Evitar duplicidad:** hemos escogido un ámbito de estudio que, si bien se ha analizado desde la perspectiva de género, carece de un análisis vinculado a las violencias machistas desde la mirada al consumo capitalista, tal y como las entendemos en el marco de este proceso.

### 3 | DESDE DÓNDE MIRAMOS LA REALIDAD

- Desde el **feminismo, sí, pero adoptando enfoques y conceptos que pertenecen a diferentes corrientes dentro del feminismo (o los feminismos, en plural)**. Aunque algunos de ellos pudieran entrar incluso en contradicción hemos preferido evidenciar la diversidad de enfoques y conceptos que manejamos entre las entidades que hemos participado en este proceso, apostando por los matices que nos aportan unas y otras corrientes, siendo flexibles; saltándonos, en muchos casos, las fronteras entre una corriente u otra. Desde esta perspectiva, queremos rescatar las aportaciones dadas desde los feminismos decoloniales que, a través de corrientes de pensamiento y movimientos diversos y múltiples, recuperan las aportaciones y conocimientos de pensadoras feministas silenciadas y abordan su invisibilidad dentro del feminismo hegemónico. En este sentido, el proceso conecta con los feminismos decoloniales desde una doble vertiente: por un lado, porque planteamos un proceso de construcción colectiva de conocimientos desde otros saberes que no sean exclusivamente el académico euroblanco, intentando recoger miradas diversas desde su planteamiento y marco teórico, pasando por la definición de un proceso participativo y un análisis que está aprendiendo a incorporar diversidad de enfoques; por otro lado, porque es un proceso que quiere aplicar una mirada interseccional al análisis feminista.
- Desde el **enfoque de diversidad sexual y de género** que constituye una valiosa herramienta para superar el binarismo sexo-género, que limita el género a dos categorías únicas y contrapuestas: mujeres y hombres. En concordancia con lo expuesto por el Grupo Nahia<sup>19</sup>, entendemos este enfoque como una alternativa al modelo dominante, que denuncia la heteronormatividad como única forma de vivir la sexualidad y la identidad, y la sitúa en el plano de la elección. Este enfoque, por tanto, no sólo reivindica los derechos de las personas y los colectivos LGTBIQA+, sino que plantea la necesidad de avanzar hacia un concepto de ciudadanía que explicita derechos y deberes también en lo relativo al sexo, al género, a la identidad de género y la orientación sexual. Por otra parte, nos ha resultado de interés incorporar en este marco teórico el concepto de “tríada de la exclusión”, acuñado por Fernando Altamira<sup>20</sup>, en un proceso de investigación con dos entidades involucradas en este proceso: SE-

---

19. 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.

20. 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.

TEM Hego Haizea y Mugarik Gabe. Para este autor, el modelo dominante es neoliberal, heteronormativo y etnocéntrico. Estas tres características del modelo dominante confluyen entre sí y dan lugar a la “tríada de la exclusión”, concepto que hace referencia a cómo cualquier sujeto, práctica, modelo, pensamiento o alternativa a “lo dominante” queda excluido de lo “hegemónico” y sujeto a múltiples formas de opresión y violencia. En nuestro proceso queremos visibilizar cómo estas tres características se encuentran ancladas al modelo de consumo capitalista y cómo todo ello produce múltiples opresiones que tienen consecuencias, no sólo en las mujeres, sino en todas las personas que no encajan en la norma como por ejemplo, las personas transexuales o lesbianas.

- Desde la **interseccionalidad**, definida por primera vez en 1989 por Kimberlé Crenshaw, como “el fenómeno por el cual cada individuo sufre opresión u ostenta privilegio en base a su pertenencia a múltiples categorías sociales”. El su artículo “Cartografiando los márgenes Interseccionalidad, políticas identitarias, y violencia contra las mujeres de color”<sup>21</sup>, Crenshaw presenta la interseccionalidad como un marco para comprender las interacciones entre raza y género en el contexto de la violencia contra las mujeres. Argumenta que la interseccionalidad es crucial para abordar las experiencias de las mujeres negras que se encuentran en los márgenes tanto del feminismo como del antirracismo, y que las categorías de raza y género aunque son socialmente construidas tienen consecuencias sociales y materiales, por lo que las políticas identitarias deben reconocer las múltiples dimensiones de la identidad. De ahí que aboga por una comprensión interseccional de la identidad, reconociendo las múltiples dimensiones de la experiencia y la necesidad de abordar las exclusiones y marginaciones internas dentro de los grupos identitarios.
  
- Desde la **sostenibilidad de la vida**, que es una perspectiva que permite vislumbrar un nuevo modelo de sociedad centrado en la satisfacción de las necesidades humanas y de otros seres vivos dentro de los límites biofísicos del planeta. Dentro de los diferentes enfoques que integran esta corriente de pensamiento, y como novedad con respecto a la primera fase del estudio (2015), queremos visibilizar los aportes de la economía política feminista<sup>22</sup>, cuyo objetivo principal es identificar cómo la lógica mercantil/productiva se sostiene sobre procesos desligados de lo que se considera “económico”. Para ello, esta disciplina apuesta por: i) la inclusión de la perspectiva ética<sup>23</sup> en el análisis económico y centrada en el cuidado de la vida; y ii) la interdisciplinariedad con otros saberes/ramas de pensamiento. En este sentido la economía política feminista se conecta con este proceso porque analizamos el consumo capitalista desde la sostenibilidad de la vida humana y del planeta, y lo hacemos vinculando ámbitos/disciplinas como la economía social y solidaria y el análisis feminista para no reproducir violencias machistas en los consumos.

---

21. Crenshaw K. (1991): Cartografiando los márgenes Interseccionalidad, políticas identitarias, y violencia contra las mujeres de color. Disponible en: <https://www.uncu-vo.edu.ar/transparencia/upload/crenshaw-kimberle-cartografiando-los-margenes-1.pdf>

22. Agenjo Calderón A. (2016): Repensando la economía feminista desde las propuestas de(s) coloniales. Revista de Economía Crítica, n° 22.

23. “La aplicación de la dimensión ética en el análisis socioeconómico se basa (entre otros) en los siguientes principios: el desuniversalismo, la heterogeneidad de las sociedades, la diversidad humana, las diferencias entre género, clase, raza, etnia, etc.” (Agenjo, 2016).

- Desde los **derechos humanos**, ya que las violencias machistas en todas sus manifestaciones constituyen una violación de los mismos. La progresiva incorporación de los derechos de las mujeres y de los colectivos LGTBIQA+ en el marco internacional ha sido posible gracias a las reivindicaciones de colectivos feministas de todo el mundo y ha sido clave para visibilizar la naturaleza colectiva y política de las violencias y para reclamar la responsabilidad del Estado en la erradicación de este fenómeno (Mugarik Gabe, 2017). En este sentido, el enfoque de derechos humanos dentro de este proceso nos ofrece un marco internacional que permite dotar de legitimidad al ámbito escogido, ya que el derecho al ocio se encuentra recogido en distintos instrumentos normativos.

Por último, conviene destacar que, en un ejercicio de honestidad, el grupo asesor que ha diseñado las hipótesis de este estudio (8 personas) y que también ha analizado sus resultados, ha querido averiguar qué factores personales han influido en la mirada a través de la cual ha abordado esta investigación. Para ello, hemos analizado colectivamente qué tipo de ocio llevamos a cabo cada una y cómo influyen las variables de opresión que tenemos cada una en el grado de comodidad en los espacios de ocio elegidos.

Según este análisis podemos decir que el género (el hecho de ser mujeres), la diversidad sexual y de género, la edad, la raza y la maternidad son las variables que mayoritariamente influyen en el grado de comodidad de los espacios de ocio elegidos para las personas participantes en el grupo asesor de esta investigación.

## 4 | 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.

Desde la economía social y solidaria se visibiliza el conflicto capital-vida en relación a las siguientes dimensiones que diferencian esta propuesta de la economía capitalista:



**TABLA 02** DIFERENCIAS ENTRE LA ECONOMÍA CAPITALISTA Y LA ECONOMÍA SOLIDARIA

| Economía solidaria                         | Economía capitalista                              |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| ✓ Economía al servicio de las personas     | ✓ Personas al servicio de la economía             |
| ✓ Igualdad y horizontalidad                | ✓ Desigualdad y verticalidad                      |
| ✓ Cooperación e inclusión                  | ✓ Competencia y exclusión                         |
| ✓ Concepto amplio y diverso de progreso    | ✓ Concepto único de progreso                      |
| ✓ Beneficio social                         | ✓ Beneficio financiero                            |
| ✓ Colectivismo                             | ✓ Individualismo                                  |
| ✓ Compromiso con el entorno social         | ✓ Desvinculación con el entorno social            |
| ✓ Compromiso con el entorno medioambiental | ✓ Desvinculación con el entorno medioambiental    |
| ✓ Iniciativa y participación social        | ✓ Falta de responsabilidad y participación social |
| ✓ Pequeñas y medianas organizaciones       | ✓ Grandes empresas transnacionales                |

## EL CONFLICTO CAPITAL-VIDA

El sistema capitalista ha sido identificado por muchas corrientes de pensamiento y acción como un sistema que explota y destruye la 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 propia del capitalismo y 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>24</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 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 vs. doméstica), trabajos (productivos-reproductivos vs. cuidados), personas (hombres-mujeres vs. otros sujetos no heteronormativos), racialización (blanco vs. 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.

---

24. 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.

## CONSUMO CAPITALISTA: PERPETUANDO DESIGUALDADES E IMPOSIBILITANDO UNA VIDA SOSTENIBLE

Como se señala desde la Red ZarenSare-EnRedando<sup>25</sup>, el sistema capitalista en su etapa actual se sustenta sobre la sociedad de consumo, denominándolo algunas autoras y autores como capitalismo del consumo. La sociedad de consumo se basa, por un lado, en el ideal de que es posible cubrir las necesidades humanas a través del consumo de bienes y servicios y, por otro lado, en la tendencia a mercantilizar todas aquellas dimensiones susceptibles de convertirse en nicho de mercado, como aquellas relacionadas con el cuidado de la vida. A través de su mercantilización, lejos de romper con la división sexual del trabajo, la invisibilización y la falta de reconocimiento de la centralidad de los cuidados para el sostenimiento de la vida, lo que se está consiguiendo es adaptarlos a la lógica del capitalismo. Por un lado, da supremacía al beneficio económico en detrimento de la búsqueda equitativa y de calidad de las necesidades humanas y de otros seres vivos, y por otro, reproduce en el mercado las desigualdades existentes en el ámbito privado: menor valor, invisibilización, etc.

Estas dinámicas se sostienen y perpetúan gracias a una serie de valores como la producción y la acumulación sin límite, la independencia frente a la dependencia y la interdependencia, el individualismo hedonista, el etnocentrismo que invisibiliza y oprime otras cosmovisiones y valores, y la homogeneización frente a la supuesta valoración de las diferencias que vende la globalización. En última instancia, los bienes y servicios en sí pierden importancia ya que el objetivo no es responder realmente a las necesidades humanas a las que supuestamente se dirigen, sino que lo que se prima es el consumo en sí como vía para “un mayor bienestar y un grado superior de felicidad individual y colectiva” (Orellana, 2007); un consumo que viene cargado de valores muy cuestionables.

---

25. La red ZarenSare es una red internacional formada por las siguientes entidades: Mujeres que Crean y Penca de Sábila de Colombia; la fundación REDES y Mujeres Transformando de El Salvador; AFEDES de Guatemala; Kinal Antsetil de Chiapas-México y la ONGD vasca SETEM Hego Haizea. Esta red impulsa la transformación social a través de un cambio de consciencia y prácticas transformadoras desde una perspectiva feminista de justicia social y equidad que promuevan a nivel local e internacional una producción, distribución y consumo responsable, consciente y transformador, que cuestionen el modelo económico dominante (el capitalismo), el modelo político (democracia liberal) así como el modelo sociocultural (individualismo y heteropatriarcado) al que nos enfrentamos, con el fin de promover relaciones más equitativas y respetuosas entre grupos sociales, culturas y pueblos, y entre mujeres, hombres y otros/as y entre estos/as con la naturaleza.

## 5 | 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 el análisis de los resultados del trabajo de campo que abordaremos en el siguiente capítulo.

## 5.1 APROXIMACIÓN CONCEPTUAL: EL OCIO, EL TIEMPO LIBRE Y EL TIEMPO LIBERADO

El término ocio tiene sus raíces etimológicas en el latín otium, que significa descanso<sup>26</sup>.

En el contexto de la sociedad del bienestar<sup>27</sup>, el ocio se configura como un rasgo distintivo fundamental para asegurar la calidad de vida. Sin embargo, a lo largo del siglo XXI el fenómeno del ocio ha experimentado transformaciones significativas en términos sociales, económicos y políticos, que han redefinido su importancia y dimensión.

La asociación del ocio con el tiempo libre surge después de la revolución industrial, con la reducción de las horas laborales y la democratización del tiempo que ha propiciado el surgimiento de un ocio “cotidiano”, donde cada persona lo experimenta de manera única, participando en diversas actividades y experiencias según sus propias preferencias y recursos.

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.

---

26. 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>

27. Idurre Lazcano y Aurora Madañaga (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>

El ocio entonces surge cuando se realizan actividades satisfactorias y gratificantes en el tiempo liberado, de manera libre y autónoma. Manuel Cuenca define el **ocio como el tiempo libre fuera de las obligaciones habituales (tiempo liberado), destacando tres aspectos fundamentales:**

- Es elegido libremente.
- Es gratificante.
- Es autotélico<sup>28</sup>, al realizarse sin ningún propósito concreto.

El autor señalado anteriormente también ofrece una **visión multidimensional del ocio**, destacando diversas dimensiones:

- 1. COMPONENTE LÚDICO:** el ocio es diversión y juego. Es vital para el equilibrio físico y mental.
- 2. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL:** el ocio es influido por el contexto territorial y ecológico en el que se desarrolla.
- 3. DESARROLLO CREATIVO:** permite el autoaprendizaje y la adquisición de habilidades.
- 4. DIMENSIÓN FESTIVA:** incluye celebraciones y actividades comunitarias que fortalecen los lazos sociales.
- 5. CARÁCTER SOLIDARIO:** facilita la comunicación y la participación social, promoviendo la inclusión y el desarrollo comunitario.

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>28</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.

## 5.2 EL OCIO COMO UN DERECHO HUMANO

Como decíamos anteriormente, el ocio es crucial para el bienestar emocional, mental y físico de las personas.

La Organización Mundial del Ocio (WLO, World Leisure Organization), en su Carta sobre el ocio señala que: “comprende el tiempo libre, que es el tiempo relativamente libre de compromisos, como el trabajo remunerado o no remunerado o el mantenimiento personal, y las actividades de ocio, que tienen lugar durante ese tiempo libre”<sup>29</sup>.

La carta sobre el ocio se ha fundamentado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) de 1948, que establece en su artículo 24 que “toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”, y en el artículo 27 que “toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad [y] a gozar de las artes”.

Abordar el ocio y el tiempo libre desde la perspectiva de los derechos humanos, permite reconocer el ocio y el tiempo libre como elementos fundamentales para el desarrollo integral de las personas<sup>30</sup>. En este sentido, el ocio también ha de entenderse como una herramienta para avanzar hacia la inclusión social de todas las personas, sea cual sea su género, racialización, condición socio económica o clase social, independientemente de si tiene diversidad funcional, ya que participar en actividades recreativas, culturales o deportivas promueve la interacción social y ayuda a derribar barreras y estereotipos, fomentando la inclusión social desde la diversidad.

Entendido así, el ocio contribuye también al desarrollo comunitario, ya que fortalece los lazos sociales, promueve la cohesión social y genera un sentido de pertenencia a la comunidad.

---

<sup>29</sup>. 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>

<sup>30</sup>. Yolanda Lázaro, Aurora Mada-riaga, Idurre Lazcano y Joseba Doistua (2012). Ponencia “El derecho al ocio: un derecho humano en ocasiones desconocido”.

## 5.3 EL OCIO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO<sup>31</sup>

El siglo XX ha sido testigo de un importante avance en el reconocimiento y la práctica del ocio, impulsado 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 de tecnologías, han proporcionado a las personas más tiempo libre. Sin embargo, esta mayor disponibilidad de tiempo no siempre se ha traducido en un uso positivo del ocio.
- 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:** el ocio se ha vuelto cada vez más asociado al gasto económico, con prácticas de consumo (compras, adquisición de bienes y servicios) 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.

Al hilo de lo que acabamos de mencionar, es importante destacar que el auge del capitalismo y la transición hacia la sociedad post-industrial, especialmente en los años 60, han traído consigo una importante transformación en la forma en que se percibe y se accede 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 a través de las multinacionales.

Este aumento en el acceso al consumo de ocio ha sido considerado como una democratización del mismo. Sin embargo, el simple hecho de consumir más no garantiza necesariamente una mayor satisfacción o disfrute. La proliferación de la oferta de ocio durante los años 60, junto con el incremento en las posibilidades de consumo, ha generado preocupación sobre la pérdida del significado último de la experiencia de ocio, ya que la experiencia “se ve amenazada por la transformación del individuo de actor a mero consumidor”.

---

<sup>31</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>.

Tampoco podemos olvidar que el ocio no sólo está insertado en estructuras capitalistas, sino también heteropatriarcales, hecho que exige que los estudios sobre el ocio y el tiempo libre tengan en cuenta las relaciones de poder y las desigualdades de género en las experiencias y en el disfrute de este tiempo en diversos sujetos (mujeres, hombres y personas no normativas, de distintas clases sociales, edad, capacidad, racialización, etc.).

## 5.4 CRÍTICAS FEMINISTAS SOBRE LOS ESTUDIOS DE OCIO Y NUEVOS ENFOQUES DE ANÁLISIS <sup>32</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:

<sup>32</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>



“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 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 tres: 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 normativos.

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 del cambio personal, el poder de la fuerza colectiva y el poder de cambiar las reglas del juego.



3

## Resultados de la investigación

# 1 | OBJETIVOS E HIPÓTESIS

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 viven 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.



## TABLA 03 OBJETIVOS ESPECÍFICOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

| Objetivos específicos de la investigación                                                                                                                                                                                           | Hipótesis asociadas a los objetivos específicos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>OBJETIVO 1.</b> ANALIZAR QUÉ SE ENTIENDE POR OCIO Y TIEMPO LIBRE</p>                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O.1.H.1. Las personas consultadas confunden el ocio y el tiempo libre.</li> <li>✓ O.1.H.2 La intencionalidad de esta confusión entre ocio y tiempo libre la crea el sistema capital/colonial/heteropatriarcal (violencia simbólica).</li> <li>✓ O.1.H.3 Las personas consultadas entienden el ocio desde una lógica consumista.</li> </ul>                                                                                                                               |
|  <p><b>OBJETIVO 2.</b> EXPLORAR CÓMO LAS CONDICIONES MATERIALES/EJES DE DESIGUALDAD INFLUYEN EN EL TIEMPO LIBRE Y EL OCIO</p>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O.2.H.1. La ley de extranjería impide disfrutar del espacio público a la población migrada en Euskadi.</li> <li>✓ O.2.H.2. A mayor poder adquisitivo, mayor capacidad de disfrute del modelo BBVA<sup>33</sup>.</li> <li>✓ O.2.H.3. El modelo de ocio BBVA beneficia a perfiles concretos con más privilegios.</li> <li>✓ O.2.H.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.</li> </ul> |
|  <p><b>OBJETIVO 3.</b> ANALIZAR LAS VIOLENCIAS MACHISTAS QUE PRODUCE/REPRODUCE EL MODELO CONSUMISTA BBVA<sup>34</sup> DE OCIO MERCANTILIZADO</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O.3.H.1. El modelo consumista BBVA de ocio mercantilizado produce y reproduce violencias machistas (estructurales, simbólicas y directas).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|  <p><b>OBJETIVO 4.</b> IDENTIFICAR LAS CLAVES/CRITERIOS QUE DEBE TENER EL OCIO PARA NO REPRODUCIR LAS VIOLENCIAS MACHISTAS</p>                   | <p>Este objetivo no se ha abordado desde hipótesis concretas, sino que ha buscado identificar claves para avanzar hacia un ocio libre de violencias machistas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

La presentación de los resultados se ha organizado según los objetivos y las hipótesis arriba mencionadas. Al finalizar el análisis de cada hipótesis se presentan las principales conclusiones.

33. Amaia Pérez Orozco, en su libro "Subversión feminista de la economía" (Traficantes de Sueños, 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".

34. El modelo consumista BBVA acuñado por María José Capellín hace referencia al consumo como una herramienta de violencia hacia personas que no cumplen ciertas características (Blanco, Burgués, Varón, Adulto) es decir, las propias del sujeto privilegiado por el sistema económico dominante.



## **OBJETIVO 1**

CÓMO SE ENTIENDE EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

## 2 | OBJETIVO 1: Cómo se entiende el ocio y el tiempo libre

### HIPÓTESIS 1. LAS PERSONAS CONSULTADAS MEZCLAN EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

Para profundizar en esta primera hipótesis nos hemos centrado en analizar los discursos de las mujeres y personas no binarias que han participado en los grupos de discusión, a las cuales se ha preguntado cómo definirían el ocio y el tiempo libre. Podemos decir que, en general, **el tiempo libre se entiende como el tiempo de disfrute para una misma, mientras que el ocio se relaciona con actividades más “estructuradas” (ir al cine, quedar con amigas, etc.).**

Sin embargo, **los discursos se caracterizan por cierta ambigüedad y mezcla de ambos conceptos, aunque con matices diferentes según el perfil de las personas participantes:**

- Para las mujeres y las personas no binarias de menos de 27 años, los elementos diferenciadores tienen que ver principalmente con quién realiza estas actividades. Las actividades que se realizan en soledad se asocian al tiempo libre, mientras que las que se llevan a cabo en compañía de otras, se asocian al ocio:

“Para mí el tiempo libre lo relaciono más con el tiempo de reflexión que tengo para estar conmigo misma, sin nadie, en soledad, y luego el ocio lo compartes con tus amigas, conocidos, familiares, etc. Y al final son espacios que te sirven para evadirte de tus responsabilidades”.

Mujeres y personas no binarias menores de 27 años

“Yo asocio el ocio al disfrute, al hacer actividades, y el tiempo libre es cuando no estás trabajando y sin obligaciones, que puede ser en ocio y en otras cosas, por ejemplo, si me gusta cocinar me pongo a cocinar, pero eso no es ocio, el ocio lo asocio más a ir de fiesta o a quedar con tus amigas, o así”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

- Entre las mujeres migradas o racializadas, el ocio tiende a definirse más bien en términos monetarios, y el tiempo libre como un tiempo sin responsabilidades:

“Cuando hablamos de ocio lo relaciono a cosas que implican dinero, tiempo libre como que no implica tener que gastar dinero”.

**Mujeres migradas o racializadas**

“No sé qué es el ocio... Tiempo libre es el espacio que entendemos que no tengo responsabilidades, no es el trabajo productivo ni el reproductivo”.

**Mujeres migradas o racializadas**

- Entre las mujeres mayores de 27 años se percibe una mayor diversidad de discursos. Así como para algunas ambos conceptos no están diferenciados, otras expresan reflexiones que sí los distinguen:

“Es lo mismo, hacer en tu tiempo libre algo que te guste, por ejemplo, deporte, lectura, cocina, manualidades, etc.”

**Mujeres mayores de 27 años**

“El ocio es en el que hago lo que me da la gana y a veces el tiempo libre es que no tengo, no sé cómo explicarte. Pero el ocio hago lo que quiero y el tiempo libre a veces no se emplea para nada o a veces no lo tienes”.

**Mujeres mayores de 27 años**

“Yo diría que el tiempo libre es el tiempo que no está mercantilizado por el mercado ordinario laboral y el ocio es el espacio que tengo para disfrutar de las actividades que me gustan, que me resultan placenteras para mí (...) digamos que en este capitalismo salvaje en el que estamos (en el tiempo de ocio) no se está produciendo monetariamente porque se está dedicando para mí, que es mío”.

**Mujeres mayores de 27 años**

## EN RESUMEN...

Aunque, como decíamos anteriormente, en los tres grupos 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 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 hacia la congregación”<sup>35</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 convirtiéndose cada vez más en un privilegio de unas pocas personas en lugar de un derecho humano fundamental.**

35. 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>.

## HIPÓTESIS 2. LA INTENCIONALIDAD DE ESTA CONFUSIÓN ENTRE OCIO Y TIEMPO LIBRE LA CREA EL SISTEMA CAPITAL/COLONIAL/HETERO PATRIARCAL

Al hilo de lo que acabamos de mencionar, los discursos de las mujeres expertas entrevistadas indican varios elementos que influyen en la conceptualización del ocio y el tiempo libre.

Zaira García Dafonte parte de una idea de ocio entendido como un espacio físico, pero a la vez también **como un espacio vital que responde a una necesidad básica para el desarrollo del ser humano**. Asimismo, el ocio construye nuestra personalidad, porque es allí donde se dan una serie de vínculos afectivos básicos para el desarrollo humano o el desarrollo personal. Así, tal y como se organiza actualmente la sociedad, el ocio es fundamental para la salud mental, porque permite estar con iguales o conocer a iguales.

Sin embargo, según la experta citada anteriormente **esta visión choca con una realidad en la que el ocio se configura como una herramienta para el sistema capitalista muy funcional a la lógica productivista**, ya que:

la idea de ocio está muy limitada a: "generar o alimentar nuestro bienestar para poder seguir siendo productivas en el sistema capitalista como también para poder seguir ejerciendo todos los trabajos de cuidados y todo lo que son tareas de reproducción".

Zaira García Dafonte

Entonces, el ocio, insertado en una sociedad capitalista productivista en la que la vida se compartimenta en sectores establecidos -donde parece posible separar lo productivo de lo reproductivo-, choca con la realidad de interdependencia de la vida humana y con el valor central de los cuidados.

De hecho, según Matxalen Legarreta, las mujeres viven el trabajo remunerado y no remunerado como algo que las atraviesa cotidianamente, pero de forma difusa y simultánea. Los hombres tienen más capacidad de compartimentar, hecho que influye también en la dimensión de ocio. La base del triángulo la componen dos tipos de **violencia indirecta**, donde no se pueden identificar personas emisoras y receptoras individuales:

“Porque la metemos ahí pero la vivimos muchas veces como confusa y poco compartimentada. Por eso tenemos nuestras estrategias de apropiación de tiempo, para compaginar esferas, pero claro, se dan situaciones como que el metro sea tu momento del día libre. Si aprovechas esta media hora para leer, te estás apropiando de ese tiempo para tu propio ocio”.

**Matxalen Legarreta**

De ahí que podemos concluir que **la ambigüedad que se ha identificado en los grupos de discusión en relación a qué se entiende por ocio y tiempo libre, sea derivada del hecho que las mujeres no tienen un tiempo de ocio identificado y compartimentado por lo que “van robando tiempos para sí mismas cuando pueden”**.

Siguiendo con el análisis, Mónica Gortayre, -desde un punto de vista **feminista y antirracista**-, **considera que el concepto de ocio es problemático**:

“Porque cuando lo tuyo es un continuo de cuidados, la palabra ocio no aparece por ninguna parte. No hay tiempo de reposo, de desconexión”.

**Mónica Gortayre**

Desde esta lógica feminista y antirracista, para Mónica Gortayre la definición de ocio sería “descansar de cuidar a todos y a todas. Para que haya un trocito de autocuidado y otro espacio de ocio: para no pensar, para descansar, ser creativa y autorrealizarse”.

Sin embargo, **para las mujeres migradas y/o racializadas no existe una verdadera separación entre el trabajo remunerado, trabajo no remunerado y el ocio.** Aquellas que trabajan en el cuidado de personas en residencias, comedores, tiendas o limpiando oficinas -según Mónica Gortayre-, llevan consigo la mentalidad de cuidado constantemente. Cuando tienen tiempo para desconectar, dedican ese tiempo a atender las necesidades de sus seres queridos. Por lo general, priorizan el cuidado de los demás sobre el autocuidado, relegándose a un segundo plano. Y además:

“Este cuidado en los espacios privados no es un cuidado bonito y cuidadoso, sino que es un cuidado duro, porque cuidan con escasez material, con distancia territorial y muy violento emocionalmente, porque tienen que cuidar con reproche”.

Mónica Gortayre

Itxi Guerra incorpora a este análisis **la realidad de las personas con diversidad funcional**, argumentando que, en una sociedad capitalista productivista como la nuestra, el ocio está pensado como un momento de descanso y disfrute de las personas que trabajan, lo que en la práctica supone que **las personas con diversidad funcional no tienen derecho a descansar porque al no trabajar no se consideran productivas para el sistema.**

Además, el imaginario colectivo sobre el ocio de las personas con diversidad funcional está **plagado de estereotipos**, al basarse en la creencia de que todas las actividades que realizan deben estar encaminadas a la curación:

“Desde una lógica capacitista, se presupone que todo el ocio que realizamos está encaminado a curarnos. Todas las actividades que hacemos deben de ser actividades terapéuticas: no hacemos equitación, sino que hacemos equitación terapéutica, no hacemos fanzines, sino que hacemos fanzines sobre nuestra discapacidad; no vamos a bailar, sino que hacemos danza para gente en silla de ruedas, etc. Es decir, que nuestra condición de personas lisiadas va por delante y ocupa todo”.

Itxi Guerra

## EN RESUMEN...

Los datos señalados hasta el momento 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

Con el fin de identificar si las personas consultadas entienden el ocio desde una lógica consumista, en la encuesta se ha preguntado qué tipo de actividades de ocio realizan con más frecuencia, con quién y dónde realizan estas actividades, junto al gasto económico realizado para ello. Dicha información se ha completado con los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad.

### QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES DE OCIO SE REALIZAN

Empezando por los datos de la encuesta, la actividad de ocio que más desarrollan las personas encuestadas es “charlar o pasar el rato con amistades o familia” (23%), seguido de “practicar deporte” (18%), “pasear” (12%), “ver programas de entretenimiento, series o películas” (11%), “leer o escuchar música” (8%) y “salir a comer y beber” (7%).

Si observamos los datos por sexo-género, vemos que las mujeres cis destacan en actividades como charlar con la familia (23%), practicar deporte (19%) y pasear (13%), y tienen una mayor participación en actividades de activismo o voluntariado (4%) frente los hombres cis y las personas no binarias.

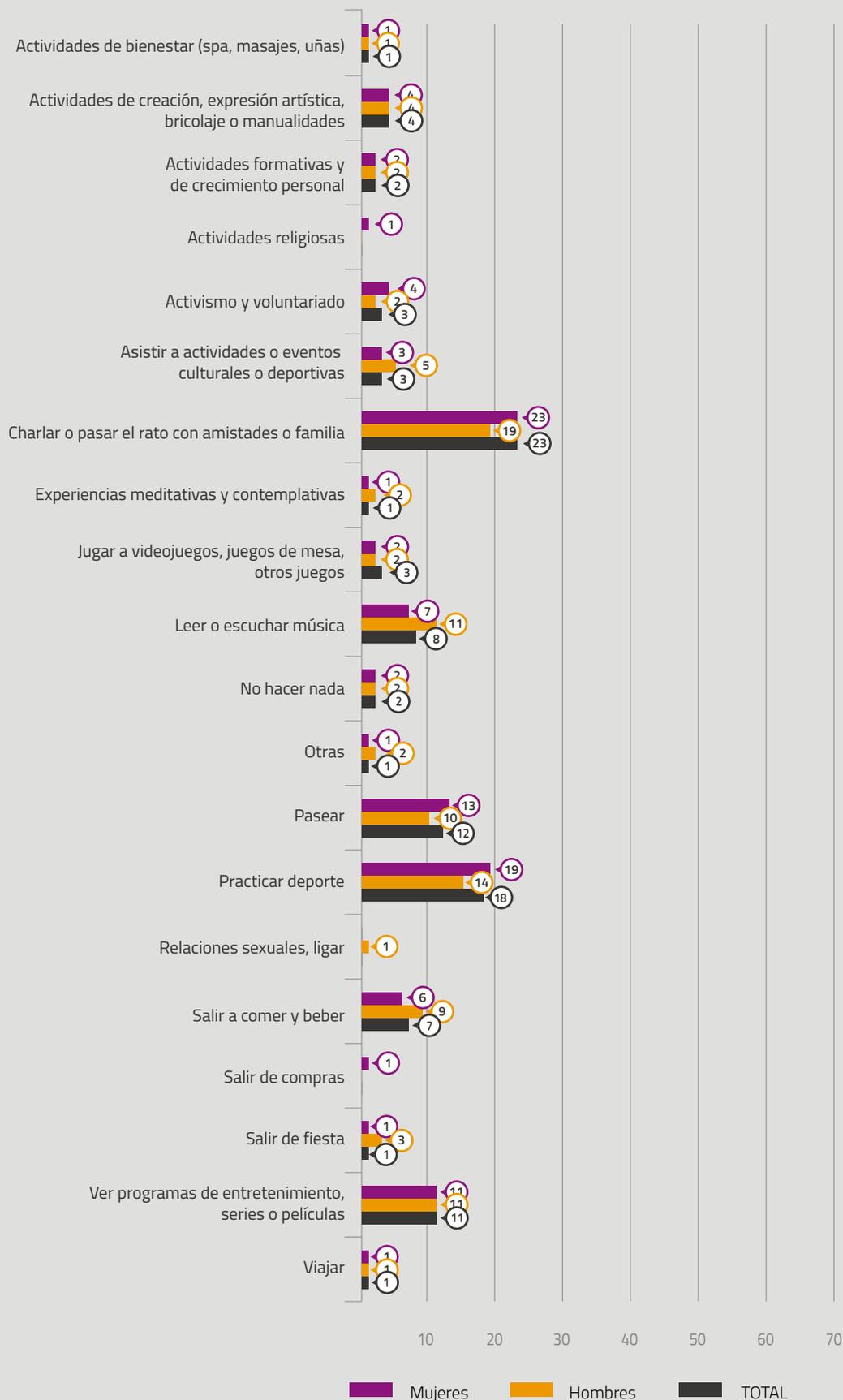
Las personas no binarias<sup>36</sup> dedican la mayor parte del tiempo a practicar deporte (38%) y a charlar con amistades o familia (31%).

En el caso de los hombres, si bien dedican mayor porcentaje de tiempo a charlar con amistades o familia (19%) y practicar deporte (15%), lo hacen en menor grado que las mujeres cis o las personas no binarias. Presentando porcentajes de manera más repartida entre varias actividades, destaca en los hombres cis una mayor participación en leer o escuchar música (11%), salir a beber y comer (9%), asistir a actividades o eventos culturales o deportivos (5%) y salir de fiesta (3%) que en las mujeres cis o personas no binarias.

---

<sup>36</sup>. Es importante destacar que ninguna de las personas que ha contestado a la encuesta se ha definido como hombre o mujer trans.

**GRÁFICO 1. ACTIVIDAD DE OCIO QUE SE DESARROLLA CON MÁS FRECUENCIA, SEGÚN SEXO-GÉNERO (%)**



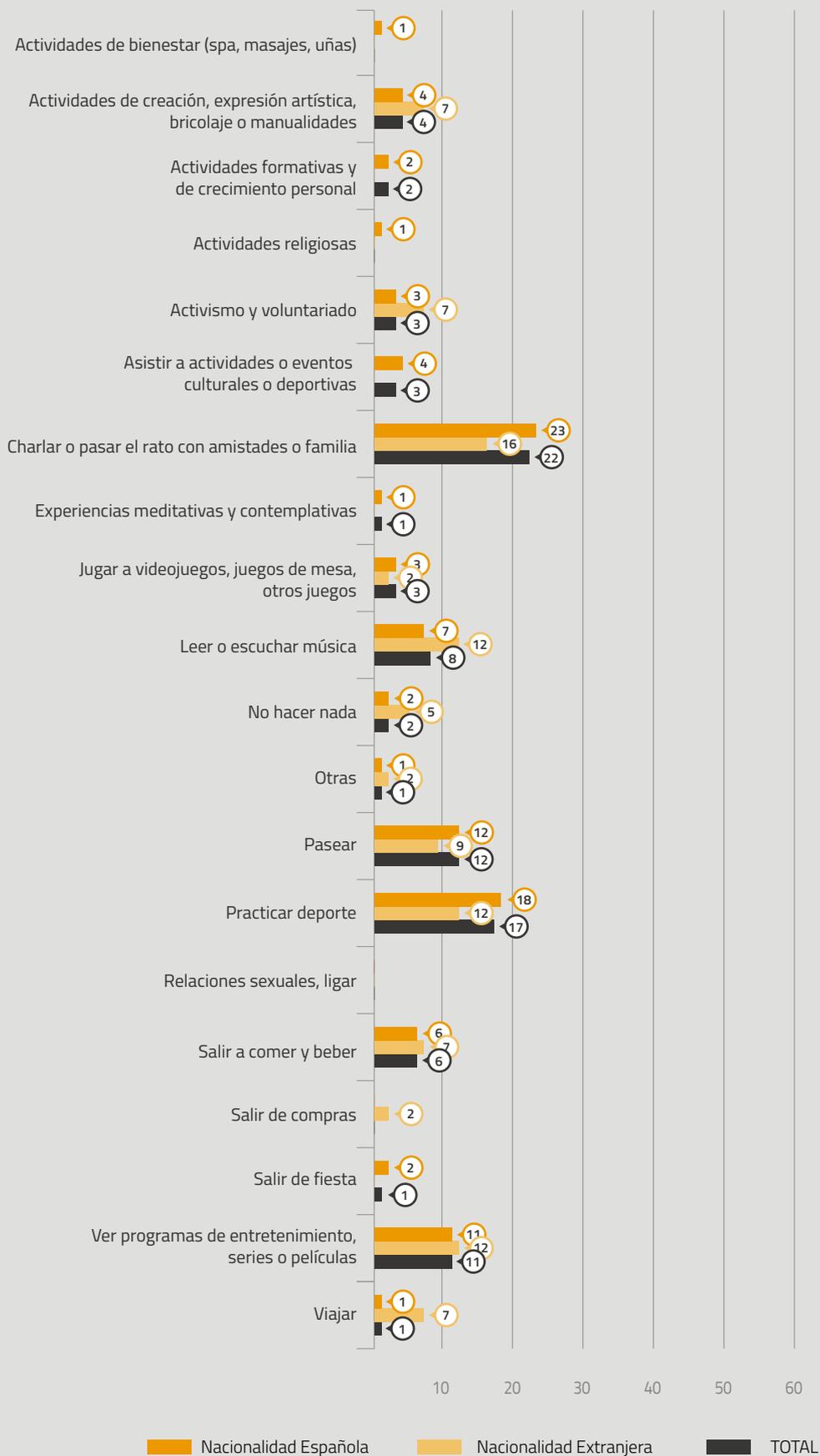
Las actividades de ocio varían según la edad. En el grupo de 18 a 27 años el deporte es la actividad principal, seguido por pasar tiempo con las amistades y familia y leer o escuchar música. Para el grupo de 28 a 37 años la prioridad es estar con las amistades o familia, seguido de hacer deporte y ver programas de entretenimiento. En edades mayores, salir a comer y beber adquiere importancia, mientras que salir a pasear se destaca en los grupos de 58 a 67 años y mayores de 67.

Si observamos los datos teniendo en cuenta la nacionalidad, vemos que, así como las personas con nacionalidad española mantienen la tendencia de la media, con un 23% que prioriza charlar o pasar el rato con amistades o familia, en el caso de las personas con nacionalidad extranjera el porcentaje para esta actividad baja al 16%, y le siguen “practicar deporte”, “ver programas de entretenimiento, series o películas” y “leer y escuchar música”.

En el grupo de discusión realizado a mujeres migradas y racializadas, también se mencionan principalmente actividades deportivas o actividades en casa. Las actividades en casa son las más populares por diversas razones: para algunas, la falta de tiempo o recursos económicos es un impedimento a la hora de realizar actividades en el exterior; otras no se sienten cómodas en espacios de ocio público y prefieren la seguridad de su hogar. Además, en algunas culturas el ocio entre amistades se disfruta en casa sin necesidad de salir. Por último, se destaca la falta de red social como un nuevo obstáculo a la hora de hacer planes fuera de casa.

Atendiendo a la variable de diversidad funcional, las personas que tienen algún tipo de diversidad funcional tiene porcentajes superiores, especialmente en actividades de creación, expresión artística, bricolaje, etc. que las que no tienen diversidad funcional.

## GRÁFICO 2. ACTIVIDAD DE OCIO QUE SE DESARROLLA CON MÁS FRECUENCIA, SEGÚN NACIONALIDAD (%)



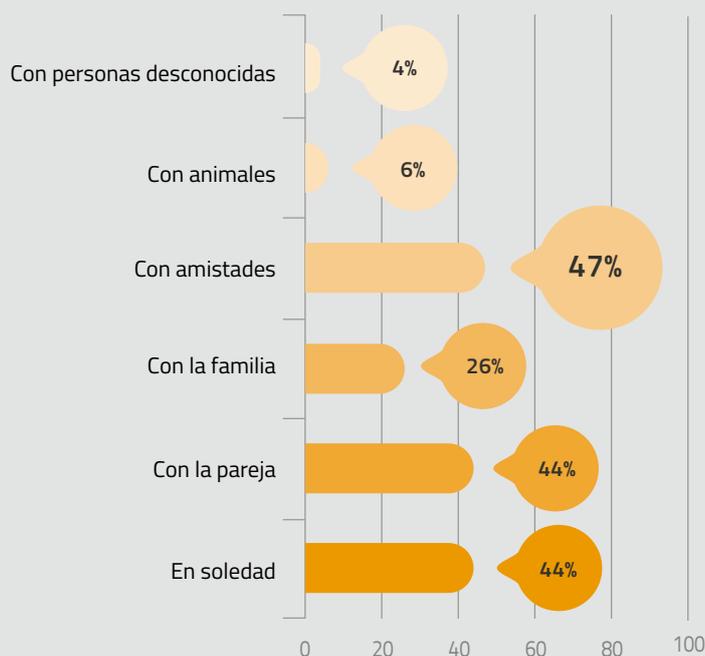
### GRÁFICO 3. ACTIVIDAD DE OCIO QUE SE DESARROLLA CON MÁS FRECUENCIA, SEGÚN DIVERSIDAD FUNCIONAL (%)



## CON QUIÉN SE REALIZAN LAS ACTIVIDADES DE OCIO

Con respecto a las personas con las que se realiza la actividad principal señalada en la pregunta anterior, el 47% de las personas encuestadas indican que lo hacen con amistades, un 44% lo hace con la pareja y otro 44% lo hace en soledad. Según sexo-género se evidencia una ligera diferencia en personas no binarias, que con respecto a hombres y mujeres cis tienen porcentajes mayores en compartir ocio con animales y con amistades.

**GRÁFICO 4.** PERSONAS CON LAS QUE SE REALIZA LA ACTIVIDAD PRINCIPAL (%)



Los resultados señalados hasta el momento nos permiten concluir que, si bien es cierto que el ocio en la sociedad actual se basa en una lógica productivista, los resultados de la encuesta sugieren que para las personas consultadas el **ocio sigue teniendo la función principal de generar vínculos afectivos significativos**. Dicha afirmación se fundamenta por el tipo de actividades que mayoritariamente se realizan (charlar y pasear con amistades) y por la compañía con la que se llevan a cabo (amistades y pareja).

El ocio concebido como tiempo compartido con otras personas es particularmente relevante para las personas jóvenes. En el grupo de discusión con mujeres y personas no binarias menores de 27 años se menciona que algunas actividades se perciben como “raras” si se realizan con la familia o incluso solas. Por ejemplo, hacer un viaje con familiares, tomar una cerveza sola en un bar o ir al cine sin compañía. En este sentido se destaca la **dependencia de las amistades y de las parejas para hacer cierto tipo de actividades que socialmente “hay que hacer” en compañía**:

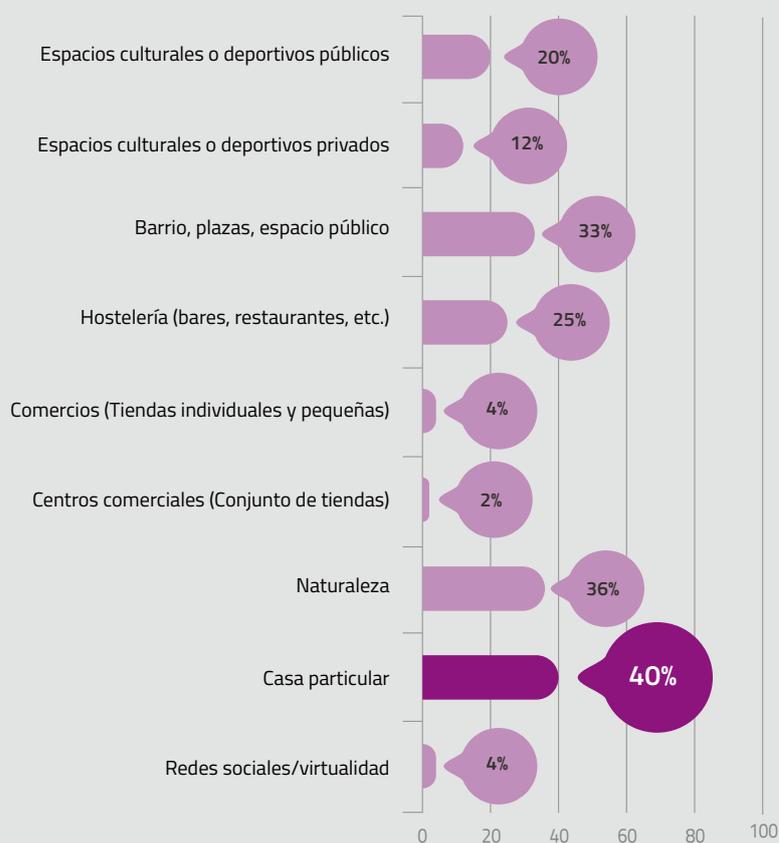
“Me gusta mucho viajar sola, como irme a Madrid un par de días, y estar yo sola y si me apetece tomarme algo, me voy a un bar, ahora tengo 26 años, antes cuando era más peque no lo hacía porque tenía esa cosa de “a ver si van a pensar que no tengo amigos, o qué raro”, y ahora que me da más igual, no sé si tiene algo que ver con la edad, con cierta independencia”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

## DÓNDE SE REALIZAN LAS ACTIVIDADES DE OCIO

Los espacios en los que las personas encuestadas desarrollan sus actividades de ocio son variados. El 40% indica que lo hace en la casa particular, el 36% en la naturaleza, el 33% en el espacio público como el barrio o plazas, el 25% en espacios de hostelería como bares o restaurantes y el 20% en espacios culturales o deportivos públicos.

**GRÁFICO 5.** ESPACIOS DONDE SE REALIZAN LAS ACTIVIDADES DE OCIO



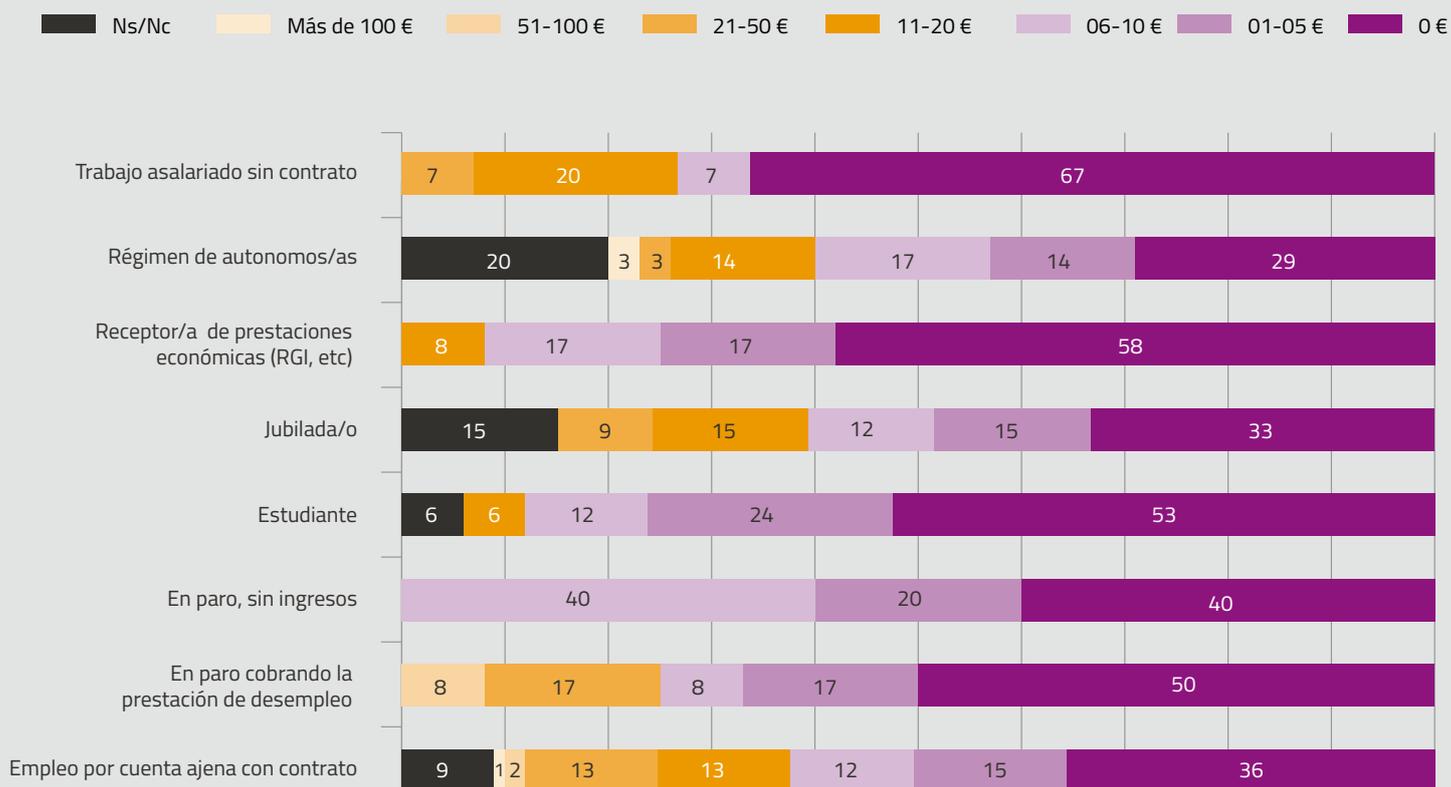
## CUÁNTO SE GASTA EN LAS ACTIVIDADES DE OCIO

En la encuesta se pregunta por **el dinero gastado cada vez que se realiza la actividad**. En este caso, el 38% de las personas encuestadas afirma que no gasta nada, el 15% gasta entre 1 y 5 euros, el 13% entre 6 y 10 euros, el 12% entre 11 y 20 euros, el 10% entre 21 y 50 euros.

En cuanto al sexo-género, los hombres indican, con mayor frecuencia que las mujeres y personas no binarias, que no gastan nada en ocio. Las mujeres se inclinan hacia categorías de gasto moderado a elevado, y es el único grupo con representación en el rango de entre 50 y 100 euros.

No vemos datos reseñables en cuanto a la nacionalidad o la racialización, pero sí en cuanto a la situación laboral. En este caso, las personas con trabajo asalariado sin contrato son las que indican que gastan 0 euros con más frecuencia (67%), seguidas de las que son receptoras de prestaciones económicas (58%) y en paro, cobrando prestación por desempleo (50%). Las personas dadas de alta como autónomas (29%), las personas jubiladas (33%) y las que tienen un empleo por cuenta ajena (36%) indican con menos frecuencia no gastar nada. También hay un porcentaje mayor de gasto (entre 21 y 50) para quienes están cobrando la prestación de desempleo (17%), seguidas de las empleadas por cuenta ajena (13%), y las jubiladas (9%).

## GRÁFICA 6. RELACIÓN ENTRE GASTO Y OCIO SEGÚN SITUACIÓN LABORAL (%)



En resumen, la situación laboral tiene una correlación evidente con el comportamiento de gasto. Quienes trabajan sin contrato y quienes reciben prestaciones económicas tienden a gastar poco o nada. Las personas estudiantes, con ingresos probablemente limitados, también tienden a gastar menos. Aquellas con empleo por cuenta ajena tienen una gama más amplia de comportamientos de gasto, mientras que las personas en paro sin ingresos se limitan a gastos moderados. Las dadas de alta como autónomas muestran una variabilidad significativa, posiblemente debido a la naturaleza fluctuante de sus ingresos.

## PERCEPCIÓN EN TORNO AL MODELO DE OCIO

En el trabajo de campo cualitativo se ha querido profundizar sobre la percepción que tienen las personas consultadas sobre el modelo de ocio. **La mayoría de los discursos apuntan a una percepción de que, efectivamente, el ocio y el tiempo libre se organizan en base a una lógica capitalista y mercantilista que genera exclusión.**

Para facilitar la comprensión y los matices de las reflexiones que se han socializado en los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad, hemos organizado la información con base en ejes de tensión. Nos referimos a **ejes de tensión para 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.**

### a. EJE DE TENSIÓN 1. Ocio para socializar: gratuito vs de pago

Nos referimos a la contradicción existente entre la función socializadora del ocio -y de su importancia a la hora de generar los vínculos significativos que hemos comentado anteriormente-, que contrasta con las dinámicas consumistas en las que está inserto.

De manera concreta, para explicarlo, en el grupo de discusión de mujeres mayores de 27 años se hace referencia a las dinámicas de socialización en las que se ven sumergidas las madres con criaturas, que viven la presión de participar en un tipo de ocio consumista para que la criatura pueda, a su vez, socializar:

“Cuesta relacionarse con la gente, yo muchas veces bajo con mi hijo pequeño al parque, sabiendo que estoy jodida de dinero y que en ese momento no me puedo gastar 10 euros en cañas. ¿Adónde vas? a una terraza, y claro no puedes estar las tres horas así sin consumir, ni quieres que todo el rato te inviten (...) voy al parque con mi hijo y al final no me siento en un banco, me siento en una terraza y estoy obligada a gastar”.

Mujeres mayores de 27 años

**b. EJE DE TENSION 2. Ocio para descansar vs ocio para seguir siendo productiva**

Este eje de tensión sirve para ilustrar la idea de cómo la función del ocio, relacionada con el descanso, la desconexión y el disfrute, en una lógica capitalista **adquiere principalmente una función instrumental necesaria para que sigamos produciendo**. Esta idea, expresada por Matxalen Legarreta, refuerza la concepción de un ocio ligada a ritmos de trabajo muy intensos y a la necesidad de desconexión para seguir el ritmo de productividad: “Por ejemplo, hacemos deporte para desahogar y no petar”.

Asimismo, este eje de tensión resulta útil para explicar cómo el ocio, para las personas consultadas, puede constituir un momento de reciclaje y aprendizaje para crecer profesionalmente. Es decir, en vez de priorizar el disfrute o el descanso sirve para aumentar la productividad. **El ocio es, por tanto, funcional a una sociedad que valora y pone en el centro lo productivo, y constituye una de las herramientas necesarias para que las personas podamos seguir siendo “beneficiosas” para el sistema:**

“Yo mi tiempo libre lo suelo utilizar para buscar información acerca de mi profesión, porque me gusta estar actualizada y me gusta dedicar tiempo en generar mi huella digital o profesional y luego el ocio es igual, salir con mis amigas a cenar y comer los fines de semana”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

“Yo lo que hago (en el tiempo libre y de ocio), como trabajo con un señor, hago la comida y eso, me pongo a ver tutoriales de cómo hacer la comida de acá, porque como somos de afuera”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

### C. EJE DE TENSION 3. Elección vs Imposición

Las reflexiones de Matxalen Legarreta también arrojan luz sobre la contradicción existente entre la autodeterminación a la hora de decidir cómo las personas queremos disfrutar de nuestro tiempo libre y de ocio, y la imposición (a menudo silenciosa, sutil y sibilina) de utilizar este tiempo para responder a mandatos sociales relacionados con la perfección, cuyo impacto es especialmente visible en la realidad de las mujeres.

Para ilustrar esta idea, Legarreta recuerda una cita de su tesis doctoral en la que una mujer decía que:

“Tenía que ser una mujer perfecta, ser una trabajadora perfecta, una madre perfecta y además hacer actividades de ocio concretas para ser también perfecta en ese sentido. Esa mujer decía que no le daba la gana ir a la piscina”.

Matxalen Legarreta

### d. EJE DE TENSION 4. Ocio exclusivo vs ocio excluyente

La lógica capitalista y consumista que atraviesa el ocio también tiene un impacto en cómo organizamos estas actividades. Al respecto, Mónica Gortayre argumenta que el ocio en nuestra sociedad está altamente estructurado, compartimentado con lugares, horarios y formas de participación muy específicas. Esta organización refleja una **influencia patriarcal y capitalista, donde hay espacios de ocio a los que solo se puede acceder si se cuenta con la vestimenta adecuada, lo que a su vez requiere cierto nivel de poder adquisitivo**. Esta forma de estructurar el ocio resulta excluyente.

En concreto, Gortayre destaca que las personas migrantes y racializadas no están habituadas a esta forma de experimentar el ocio. Para ellas, es crucial tener espacios donde puedan estar con sus familias extendidas, lo que incluye niños, niñas, padres, madres, abuelas y tías, y donde puedan realizar una variedad de actividades como comer, jugar al fútbol, hacer un asado, bailar o tejer, todo simultáneamente. Por esta razón, las mujeres migradas a menudo buscan espacios como naves industriales o parques alejados, donde puedan llevar a cabo estas actividades diversas en un mismo lugar.

Asimismo, **los espacios de ocio están muy fragmentados por edades y son capacitistas, ya que están diseñados para hombres y mujeres jóvenes, en buena forma física, y sin la responsabilidad de cuidados.** Por lo tanto, las mujeres latinoamericanas se ven excluidas, ya que *“si tienen la suerte de reagrupar a sus hijos, estos no podrán acompañarlas”*. Además, muchas de estas mujeres también han reagrupado a padres, madres o abuelas, quienes también necesitan espacios de ocio que no se limiten únicamente a estar con personas mayores.

**e. EJE DE TENSIÓN 5. Entre el valor que se atribuye al ocio gratuito y el valor que se atribuye al ocio de pago**

Otro eje de tensión que permite profundizar en el análisis del ocio en términos de consumo se refleja en la contradicción entre el ocio gratuito y el ocio de pago. A pesar de que los resultados de la encuesta sugieren que el ocio se entiende principalmente como una oportunidad para fortalecer vínculos afectivos y que las actividades que mayoritariamente se realizan no requieren un gasto excesivo, **en los grupos de discusión surge un discurso que pone de manifiesto una jerarquía entre el ocio de pago y el ocio gratuito, y que asigna mayor valor al primero.**

Según Mónica Gortayre, el relato capitalista del ocio promueve la idea de que el ocio más costoso es superior, lo que influye en la percepción general. Existe la creencia de que las actividades de ocio más caras son de mejor calidad, como por ejemplo, tomar clases de baile en una academia privada en lugar de en una escuela pública o asistir a un gimnasio privado en lugar de a uno municipal.

La experta señala, además, que el ocio más valioso es aquel al que se accede endeudándose como, por ejemplo, visitar parques temáticos, que requiere un considerable gasto económico. Sin embargo, esta percepción no implica que este tipo de ocio nos haga más felices, ya que puede generar empobrecimiento y no contribuir a nuestro desarrollo personal.

## EN RESUMEN...

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 el deporte, el entretenimiento y la lectura. Aquellas con diversidad funcional realizan en mayor medida actividades artísticas o recreativas.

Los lugares donde mayoritariamente se realizan las actividades de 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.



## **OBJETIVO 2**

DE QUÉ MANERA LOS EJES DE DESIGUALDAD INFLUYEN  
EN EL DISFRUTE DEL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

## 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 análisis de factores como la racialización resulta imprescindible para identificar cómo los ejes de desigualdad influyen en las posibilidades de ocio y tiempo libre. Y en el marco de este análisis no podemos dejar de considerar el impacto de la ley de extranjería como factor generador de exclusión social.

Según Mónica Gortayre, la ley de extranjería (Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social) impacta en las personas migradas de dos maneras: primero, al enviarlas a centros de internamiento de manera ilegal y, segundo, al restringir su capacidad de disfrutar del espacio público. Incluso si una persona migrante está regularizada, la ley le recuerda que sus derechos están condicionados y pueden ser revocados.

Esta **ley opera de manera violenta tanto en el ámbito privado como público**. Por ejemplo, las personas migradas o racializadas evitan llamar la atención en su hogar o en público, y son juzgadas de manera diferente por las autoridades:

La ley de extranjería perpetúa la división entre personas en situación administrativa regular e irregular, incluso cuando están “legalizadas”, lo que resulta en una constante sensación de ser “no española” a pesar de haber nacido en el país. Las acciones de las personas racializadas son interpretadas de manera diferente, lo que las expone a diversas formas de violencia, entre ellas tener que autolimitarse.

En la encuesta distribuida en el marco de esta investigación se incluyó una pregunta sobre si las personas encuestadas alguna vez habían experimentado incomodidad en los espacios de ocio. Aquellas que respondieron afirmativamente tuvieron la opción de indicar el motivo, y uno de ellos fue “por presencia policial”.

Los resultados de la encuesta nos permiten indicar que hasta el **9% de las personas señalaron la presencia policial como un motivo por el que evitan algunos espacios de ocio o sienten incomodidad**. La racialización no parece un factor que influya en el sentimiento de incomodidad por la presencia policial en el marco de esta encuesta. En cambio, la nacionalidad sí que presenta diferencias, ya que el **18% de las personas con nacionalidad extranjera indicaron este motivo para explicar su incomodidad en algunos espacios de ocio**.

Mónica Gortayre explica que la **presencia policial genera temor debido a la ley de extranjería**. En espacios de ocio con gran afluencia de personas, la presencia policial es necesaria para garantizar la seguridad o el aforo. Sin embargo, para las personas racializadas y migrantes, esta presencia se percibe de manera negativa, ya que puede representar un peligro para ellas. Esto resulta problemático, ya que excluye a estas personas de espacios donde la policía está presente.

Al respecto, Mónica Gortayre denuncia la **falta de capacidad para crear espacios seguros para la comunidad desde una perspectiva antipunitivista**. En España no existe un discurso elaborado contra el castigo que permita pensar en lugares donde la seguridad de las personas migrantes esté asegurada. Aunque están surgiendo prácticas de cuidado propio en entornos feministas, como el lema “no me cuida la policía, me cuidan mis amigas”, no existe una autodefensa en otros aspectos.

Al **ahondar en la realidad de las mujeres migradas y racializadas**, se observa que la ley de extranjería tiene un impacto a distintos niveles. En primer lugar, **incrementa la precariedad económica y social, lo que acentúa los obstáculos para realizar actividades de ocio como viajar**, como se relata a continuación:

“Cuando una persona migrante está en su casa, no pondrá la música muy alta para no llamar la atención, en el coche no podrá cometer ninguna infracción porque la policía no actuará de igual manera que con una blanca; si una cuadrilla de jóvenes hace escándalo en un autobús se les tilda de latin kings. El relato no es el mismo para unos y para otros...”

Mónica Gortayre

“Yo he viajado sin documentos con mi hijo en tren, hasta Italia, sin importarme nada, porque me encanta viajar y es lo que me gusta y sí que me limita el tema de no tener documentos, de no tener tanto dinero, en plan “no ticket no money”, te montas en el tren y no estás bien porque si te llegan a pillar, y con el niño, lo que implica. Eso, me gustaría poder hacerlo como todo el mundo, pero no, me limita el dinero y me limitan los documentos. Eso es una limitación a sentirme libre y feliz a veces”.

Mujeres migradas o racializadas

En segundo lugar, las mujeres migradas y racializadas participantes en el grupo de discusión hablan de manera recurrente sobre la **estigmatización que perciben por ser mujeres migradas y racializadas y de cómo esto afecta a sus actividades de ocio y tiempo libre**. La estigmatización hace que “no se sientan cómodas en ningún sitio, aunque hayan nacido aquí”, por ejemplo, al sentirse vigiladas cuando van a tiendas o por utilizar otros términos (característicos de sus países) cuando van a comprar:

“Estamos hablando de mujeres migradas y de mujeres en exilio y que no estamos en nuestros países de origen y que esto nos genera también otra vulnerabilidad. La estigmatización influye en el ocio y en el tiempo libre”.

Mujeres migradas o racializadas

Pero es en la **intersección de distintas opresiones cuando el estigma se multiplica**, generando experiencias vitales cargadas de rechazo y soledad que aumentan la situación de desigualdad, discriminación y violencia que viven las mujeres migradas y racializadas así como sus hijos e hijas. Es el caso de la mujer migrada y racializada, en situación administrativa irregular y madre soltera, que nos ofrece este testimonio:

“Personalmente no me siento segura, soy madre soltera, madre migrada, y no me siento segura ni cómoda en las reuniones del colegio, cuando voy a pedir algo sobre el ocio del niño para que haga deporte, porque hemos recibido rechazo en todo, en el comedor, digo en todo y sin exagerar y es algo que llevamos tres años que vamos golpeando por aquí y por allá y no me siento ni segura ni cómoda, no me han ayudado en ningún lugar (...) como mujer y como madre soltera no me siento bien”.

Mujeres migradas o racializadas

## EN RESUMEN...

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

Para abordar esta hipótesis primero recordaremos los datos sobre el gasto en ocio de las personas encuestadas, que ya se mencionó en la tercera hipótesis del Objetivo 1. Luego complementaremos esta información identificando qué tipo de actividades desearían realizar las personas encuestadas pero no pueden llevar a cabo, así como los obstáculos que les impiden realizarlas. Este análisis se enriquecerá con las reflexiones surgidas en los grupos de discusión.

Es importante destacar que cuando hablamos de ocio según el modelo BBVA, nos referimos a la definición de Amaia Pérez Orozco que señala que “cuando hablamos del conflicto capital-vida, detrás de capital también hay vidas. A veces usando otra metáfora decimos que el rostro que se esconde detrás del capital es el del BBVA, el de Blanco Burgués Varón Adulto, heterosexual, urbano. Es un sistema biocida y suicida del cual algunas vidas salen muy bien paradas y el resto de vidas recibimos ataques de gravedad radicalmente desigual”.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>. Conferencia de Amaia Pérez Orozco realizada el 4 de julio de 2017 para Manu Robles-Arangiz Institutua Fundazioa. Disponible en la siguiente página web: <https://www.mrafundazioa.eus/es/articulos/amaia-perez-orozco-la-economia-va-de-hacer-posible-la-vida>.

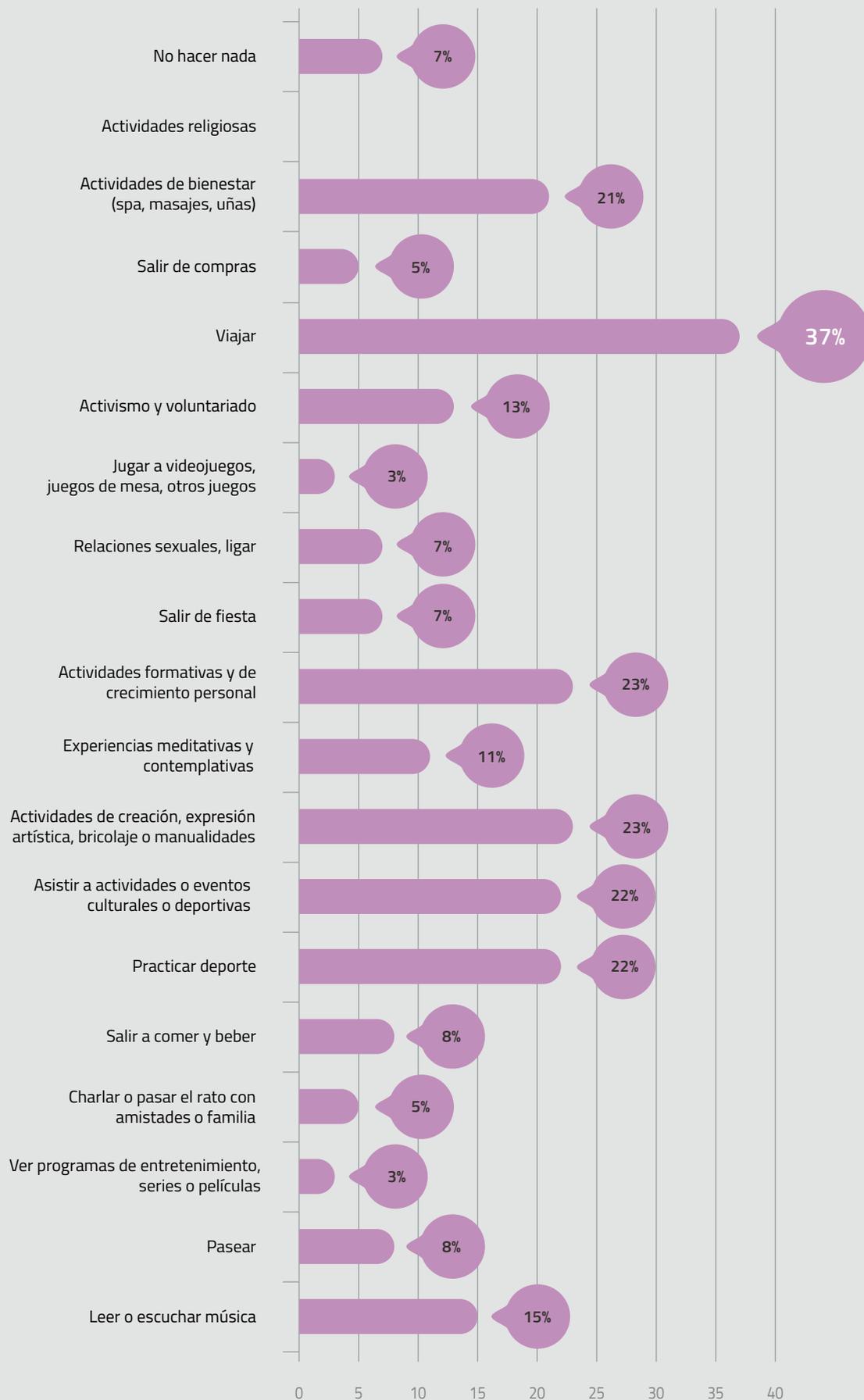
## LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Empezando por el **gasto en ocio**, recordemos que **los resultados de la encuesta indican que este está influenciado por el género, la edad, la racialización y el nivel de ingresos, que desempeñan roles significativos en las decisiones de gasto de las personas**. Así, por ejemplo, aunque la tendencia general de la población encuestada es no gastar nada en ocio (38%), las mujeres tienden a gastar más que los hombres o personas no binarias. El comportamiento de gasto en ocio además varía según la situación laboral.

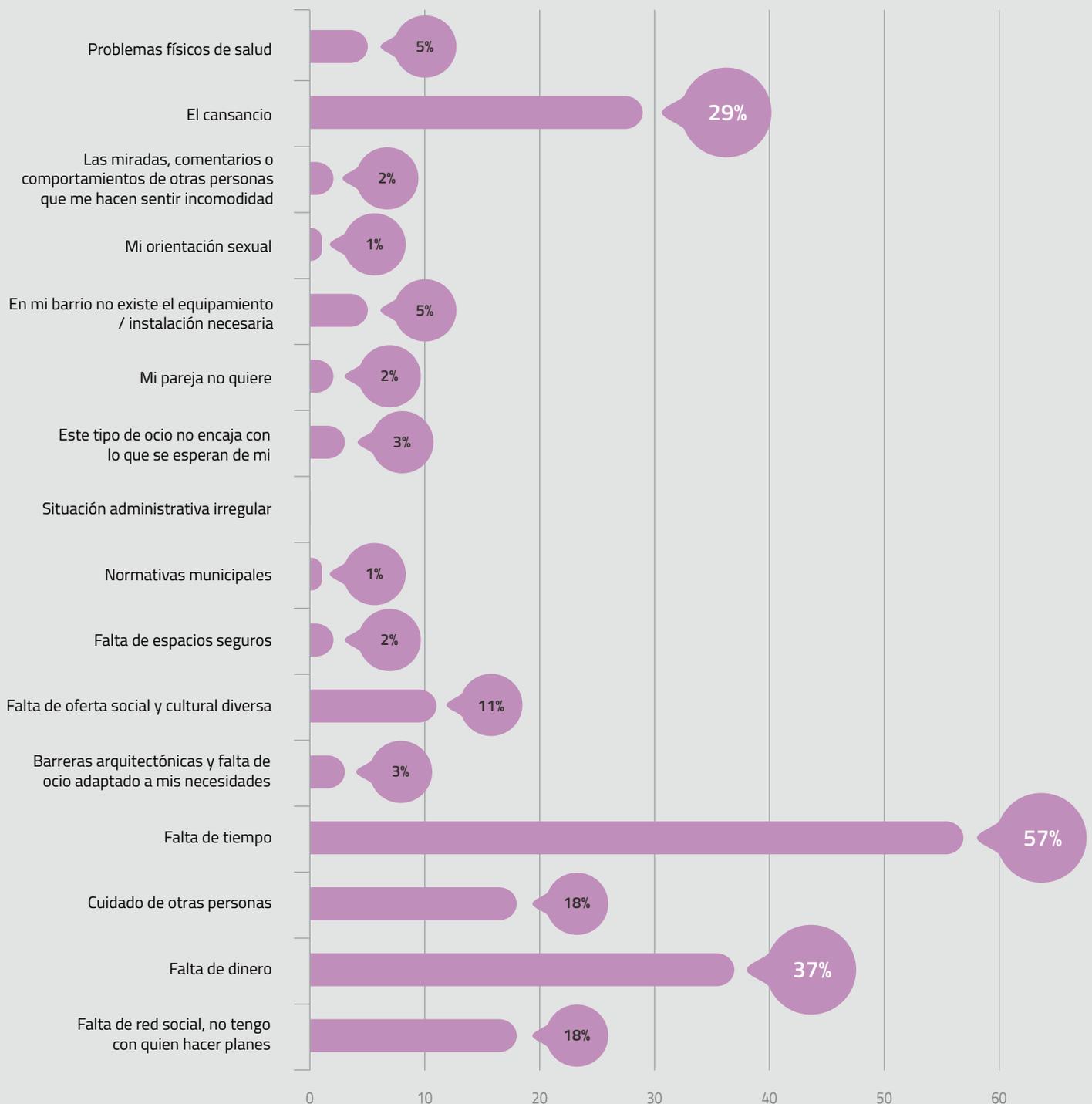
El concepto de ocio según el modelo BBVA que hemos utilizado en la investigación, ya expuesto por María José Capellín y Amaia Pérez Orozco se refiere a una concepción de ocio que está más orientada hacia actividades de alto coste y consumo, exclusivas, poco sostenibles a nivel medioambiental e influenciadas por valores productivistas. Esta definición se aleja de las actividades de ocio más accesibles que realizan las personas encuestadas ya que, como hemos visto, se orientan más hacia una variedad de actividades recreativas y de socialización (charlas y pasear con amistades, deporte etc.), y con un nivel de gasto medio-bajo.

Sin embargo, cuando preguntamos en la encuesta sobre las actividades de ocio que se desean realizar pero que no se realizan o que se realizan menos de lo deseado, se observa que la actividad más votada es “viajar” (37%), seguido de “actividades formativas y de crecimiento personal” (23%).

## GRÁFICA 7. ACTIVIDADES QUE NO SE REALIZAN COMO SE DESEA (%)



## GRÁFICA 8. OBSTÁCULOS PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DESEADAS (%)



Los **obstáculos señalados que impiden realizar las actividades mencionadas son los siguientes**: un poco más de la mitad de la población encuestada indica que se lo impide la **“falta de tiempo” (57%)**, seguido de la **“falta de dinero” (37%)** y **“el cansancio” (29%)**. A estos motivos principales les siguen los siguientes: **“el cuidado de otras personas” (18%)**, **“la falta de red social” (18%)** y **“la falta de oferta social y cultural diversa” (11%)**.

Presentamos a continuación un breve análisis de los obstáculos mencionados según variables de opresión:

## OBSTÁCULOS



### FALTA DE TIEMPO (57%)

- > En la falta de tiempo, la edad parece tener relevancia. De hecho, expresan este obstáculo para realizar las actividades de ocio que desean hasta un 18% de las personas de edades comprendidas entre los 38-47 años.
- > Asimismo, el 62% de las personas cuidadoras y el 64% de las personas con pareja que han respondido a la encuesta indica la falta de tiempo como uno de los motivos por los que no pueden desarrollar la actividad deseada.



### FALTA DE DINERO (37%)

- > También en este caso la edad es una variable importante, ya que son las personas más jóvenes las que más indican la falta de dinero como uno de los obstáculos que les impide realizar la actividad de ocio que desean.
- > Si analizamos estos datos según sexo-género, vemos que los hombres son los que más refieren este motivo (40%), seguidos de las mujeres (36%) y de las personas no binarias (31%).



## FALTA DE RED SOCIAL (18%)

- > La falta de red social es un problema para el 18% de las personas encuestadas, con porcentajes similares para mujeres y hombres, aunque se pronuncia para las personas no binarias (23%).
- > De nuevo la edad destaca en el análisis de los obstáculos. Las personas más jóvenes (18-27) son las que indican con más frecuencia (24%) que la falta de red social o de personas con quienes realizar actividades de ocio es uno de los motivos por los que realizan menos el ocio deseado.
- > En cuanto a otros factores como la nacionalidad, vemos que las personas extranjeras indican con más frecuencia que la falta de red social les impide desarrollar las actividades deseadas (27%), frente al 17% de las personas con nacionalidad española o el 16% con doble nacionalidad.
- > Respecto a la diversidad funcional, también observamos diferencias notables: el 25% de personas que indican que tienen alguna diversidad funcional afirma que la falta de red social es uno de los motivos por los que no realizan el ocio deseado, mientras que el porcentaje baja al 17% cuando se trata de personas sin diversidad funcional.



## FALTA DE OFERTA SOCIAL Y CULTURAL DIVERSA (11%)

- > Las personas no binarias indican este motivo con más frecuencia (15%) que las mujeres cis (9%) y los hombres cis (12%). Las personas en paro sin ingresos y con sueldos de entre 500 y 1.000 euros son las que más refieren este factor como obstáculo para poder realizar actividades de ocio. En lo que respecta a la edad, son las personas mayores de 67 años quienes indican este motivo con más frecuencia.
- > También vemos diferencias notables entre personas con y sin diversidad funcional: el 25% de las encuestadas con alguna diversidad señala la falta de oferta social y cultural diversa como un obstáculo para disfrutar de su ocio, mientras que en el caso de las personas que no presentan alguna diversidad el porcentaje desciende a 10%.
- > Relacionado con lo anterior, el 43% de las encuestadas con alguna diversidad señala que las barreras arquitectónicas y la falta de ocio adaptado a sus necesidades son un obstáculo para la realización de las actividades de ocio deseadas, frente al 0,7% de las personas sin diversidad funcional.

Los resultados señalados hasta el momento nos permiten decir que, en los obstáculos para realizar las actividades de ocio que se desean, inciden principalmente las siguientes variables:

- La **edad**, en este caso son principalmente las personas jóvenes quienes mencionan la falta de dinero, la falta de tiempo y la falta de red social como obstáculos principales.
- El **capacitismo**, ya que las personas con diversidad funcional mencionan la falta de red social, la falta de oferta cultural y social diversa junto con las barreras arquitectónicas como los principales obstáculos para realizar el ocio que desean.

## LOS RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN Y DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En el trabajo de campo cualitativo se ha querido profundizar sobre hasta qué punto las mujeres y personas no binarias participantes en los grupos de discusión se identifican con el modelo de ocio BBVA y sobre cuáles son los mayores obstáculos para realizar las actividades de ocio que desean:

- **Las mujeres migradas y racializadas** no se identifican con el modelo de ocio BBVA en la medida en que su poder adquisitivo les limita. Asimismo, ser una persona racializada influye de forma predominante en sus posibilidades de ocio:

“Me limita el dinero y me limitan los documentos. Eso es una limitación a sentirme libre y feliz a veces”.

**Mujeres migradas o racializadas**

- En el **grupo de mujeres mayores de 27 años** también se señala en varias ocasiones la limitación del dinero para el pleno disfrute del ocio. Como se ha dicho anteriormente, las dinámicas que se crean en la socialización de las criaturas reproducen un ocio consumista. Este tipo de ocio beneficia a perfiles burgueses y perjudica a madres solteras y precarias:

“Estoy cansada de salir cada sábado y cada domingo y gastarme 20 euros en unas horas que salgo y, si no, parece que no socializas o que tu hijo no puede socializar. Si todos los padres de los amigos de tus hijos están sentados en una terraza no te vas a ir tu sola a un banco”.

**Mujeres mayores de 27 años**

Y no es solamente el ocio con criaturas, sino que el ocio que nos venden como deseable implica un gasto que varias de las mujeres del grupo de discusión no pueden enfrentar. Así lo explicita:

“No hago más ocio porque como está todo en el consumismo y no tengo dinero, pues no me puedo ir de viaje, no me voy a conciertos, no voy al cine, no voy a cenar fuera, no me puedo permitir esos caprichos, entonces no tengo ocio, tiempo libre sí”.

Mujeres mayores de 27 años

Vemos por tanto que en los grupos de discusión **la falta de dinero emerge como el principal obstáculo para participar en actividades de ocio**. Esta limitación económica afecta a todas las mujeres consultadas, pero especialmente a las racializadas y a las madres solteras.

Esta conclusión nos permite volver a incidir en el hecho de que **el modelo de ocio BBVA es un modelo excluyente para los perfiles más precarios y que, de nuevo, la intersección de distintas variables incide de forma predominante en las posibilidades de ocio y tiempo libre de las mujeres**.

## EN RESUMEN...

El concepto de **ocio según el 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 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 con ello se refuerza el modelo capitalista, patriarcal y racista.

## HIPÓTESIS 3. EL MODELO DE OCIO BBVA BENEFICIA A PERFILES CONCRETOS CON MÁS PRIVILEGIOS

Para profundizar en esta hipótesis abordamos el análisis de los discursos de las expertas entrevistadas, a las que se les ha preguntado qué implicación tienen los ejes de opresión (género, racialización, diversidad sexual y de género y capacitismo) en las oportunidades y disfrute de ocio y tiempo libre.

Es importante señalar que, en sus discursos, las expertas han destacado varios elementos relacionados con violencias estructurales que en este apartado mencionamos brevemente, para explotarlos con mayor detalle en el objetivo 3 de esta investigación, centrado en el análisis de la relación entre ocio y violencias machistas.

Empezando por el eje de **diversidad sexual y de género**, Zaira García Dafonte destaca la diversidad dentro del colectivo LGTBIQA+ y reconoce que hay una gran variedad de experiencias dentro de él. Sin embargo, señala que **existe una menor capacidad de disfrute del ocio para este colectivo debido a que la mayoría de las actividades de ocio están diseñadas dentro de un sistema heterocispatriarcal**. Como resultado, las personas LGTBIQA+ suelen adaptarse al ocio cisheteronormativo, lo que limita sus opciones y experiencias de ocio:

“Creo que el colectivo tiene una capacidad increíble de adaptación, de resistencia y de agencia para adaptarse, para buscar espacios propios, para generarlos, para hacer de los espacios normativos quizás espacios más diversos”.

Zaira García Dafonte

Ana M. Poveda Boj enriquece la reflexión al destacar cómo diferentes aspectos de una misma identidad influyen en las opciones y decisiones de ocio, lo que plantea una nueva reflexión sobre **cómo la intersección de distintas opresiones tienen efectos concretos en las oportunidades de ocio**:

“O sea, yo quiero hacer algo como familia. Y entonces me planteo si el ocio que se me ofrece o el ocio que tengo que generar está abierto a la familia diversa que somos. O voy a preferir, como dice Zaira, juntarme con otras familias diversas para que mi criatura también vea que esa realidad está ahí y que no sienta que es un ser único con esta realidad. Al final es esa inquietud. Y creo que es ese jugar, yo creo, con luchar para generar dentro de los espacios que ya existen, en donde no se nos contempla inicialmente”.

**Ana M. Poveda Boj**

Otro elemento de interés que destacan las expertas tiene que ver con la falta de espacios propios de ocio para las personas LGTBIQA+, lo que hace que muchas personas sigan luchando para encontrar su lugar en ellos:

“Compartimos los mismos espacios que las personas cis hetero porque no nos queda otra”.

**Zaira García Dafonte**

“Si observamos el bar, las artes, el deporte, etc., todos ellos son espacios de y para hombres, y el resto de la comunidad seguimos peleando por estar ahí”.

**Ana M. Poveda Boj**

En el debate sobre si es preferible hacer inclusivos los espacios mayoritarios o, por el contrario, generar espacios propios, ambas expertas indican que lo más enriquecedor es jugar con las dos opciones. Sin embargo, Ana M. Poveda Boj y Zaira García Dafonte identifican como prioritaria la generación de espacios propios como forma de resistencia y reafirmación:

“Creo que eso es súper necesario, pero creo que todavía es muy necesario tener espacios propios, alternativos, como forma de resistencia y como forma de auto reafirmación de la agencia que tenemos para poder existir, o sea, para que nos podamos reafirmar”.

**Zaira García Dafonte**

Así, estos espacios propios ayudarían a mejorar la capacidad de promover o propiciar una comunidad o unas redes, que en unos espacios cisheterosexuales cuesta mucho más construir o identificar.

En cuanto al **eje de capacitismo**, también Itxi Guerra refuerza la idea de que **los espacios de ocio no se conciben pensando en toda la comunidad, lo que implica que las personas con diversidad funcional no participen realmente en esos espacios de la sociedad mayoritaria**. Para las mujeres con diversidad funcional, además, las violencias que afectan a las mujeres por el hecho de serlo, se acentúan más:

"Intuyo que puede tener un efecto doble en ellas: por ejemplo, se me ocurre el tema del miedo a volver sola a casa de noche, para una mujer disca los discursos sobre el miedo se acentúan más".

Itxi Guerra

También hace referencia al **derecho a la sexualidad**, que según la experta, también hay que entenderlo como una actividad de ocio:

"Y en ese sentido, existen desigualdades de género, porque las mujeres discas no tienen derecho a ligar. En realidad, ninguna persona disca tiene derecho a ligar desde una óptica capacitista, pero las mujeres todavía menos".

Itxi Guerra

En cuanto al eje de **género**, Matxalen Legarreta explica que las mujeres aún enfrentan las responsabilidades de cuidado, y lo hacen desde la falta de tiempo, desde la culpa y desde la falta de legitimidad para dedicar tiempo para sí mismas.

La experta retoma la idea de una autora que argumenta que los hombres pueden compaginar fácilmente ser buenos empleados y buenos padres ya que dan mucho valor al tiempo que pasan con sus hijos e hijas, incluso si es poco. Esto les permite cumplir con sus roles sin dificultad. Por otro lado, las mujeres a menudo se sienten incapaces de cumplir con ambos roles y se enfrentan a una mayor presión social para hacerlo.

“Eso tiene que ver con la simultaneidad y la doble presencia con la que compaginamos trabajo y cuidados en las dos esferas: la del trabajo remunerado y la de los cuidados. Y si añadimos la esfera del ocio o la de la participación socio-política, la cosa ya es todavía más difícil de encajar, en este sin vivir de estar constantemente lidiando las dos esferas y no tener la capacidad de compartimentar de la misma manera que lo hacen los hombres. Esta capacidad de compartimentar es fruto del aprendizaje de género”.

Matxalen Legarreta

Para ilustrar esta idea, Legarreta hace referencia a la “**triple presencia**” en las esferas del trabajo remunerado, de los cuidados y del ocio:

Por último, en lo referente al **eje de racialización**, conviene recordar lo ya expresado en otros apartados de este documento. En primer lugar, que los términos ocio y tiempo libre se entienden desde las mujeres migradas y racializadas como construcciones sociales basadas en un modelo de sociedad que no sienten propio, y del que deriva un modelo de ocio consumista y productivista en el que tampoco se reconocen. Asimismo, factores como la precariedad económica y la estigmatización, afecta a su capacidad de disfrutar del ocio y el tiempo libre. Por último, la intersección de diversas opresiones, como la situación irregular o el ser madre soltera, agrava este estigma, perpetuando la discriminación y la violencia que enfrentan.

## EN RESUMEN...

**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 la 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

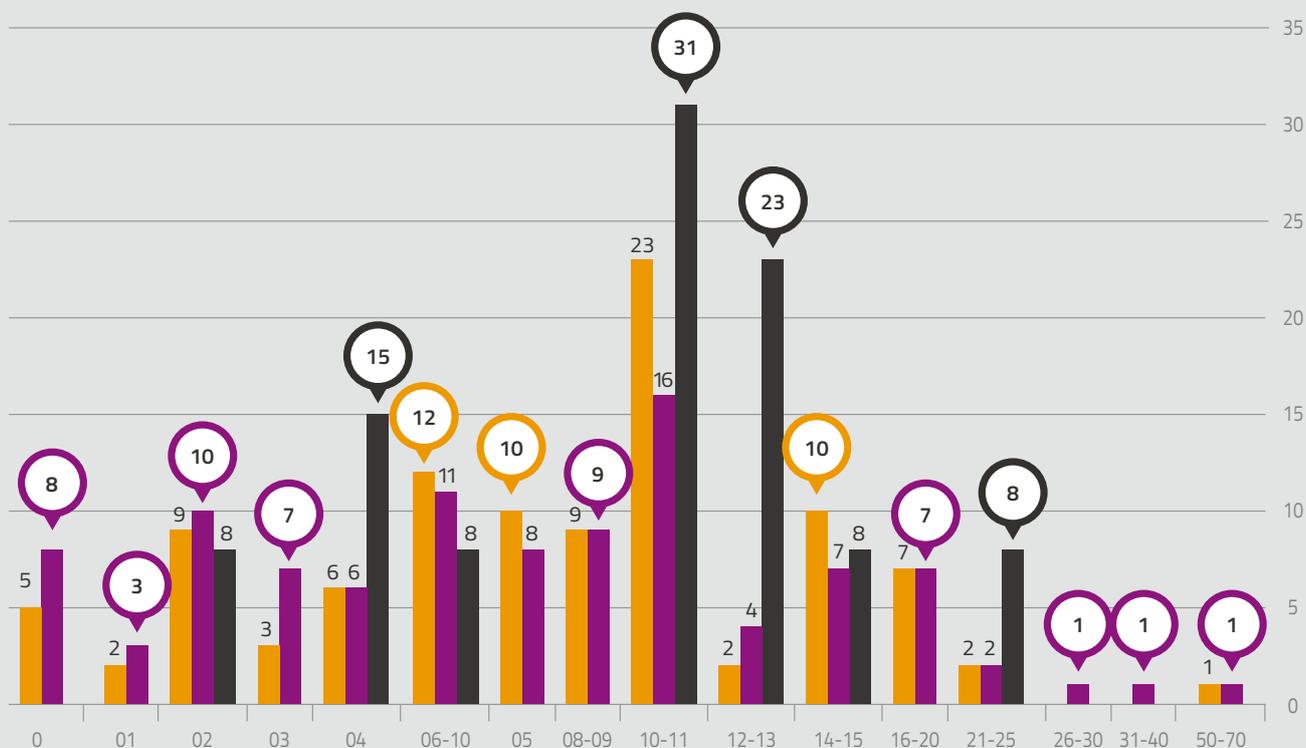
Para abordar esta hipótesis, se han analizado los datos de la encuesta sobre los tiempos de ocio y tiempo libre de mujeres y hombres durante la semana y los fines de semana. Además, se han analizado cómo las responsabilidades de cuidado y la presencia de una pareja influyen en la experiencia de ocio y tiempo libre de las personas encuestadas.

### HORAS DE OCIO DE LUNES A VIERNES

Empezando por las horas de ocio de lunes a viernes, los datos desagregados por sexo-género, apuntan algunas disparidades entre las diferentes identidades. Por ejemplo, **hay un mayor porcentaje de mujeres (8%) que de hombres (5%) que no dedican ninguna hora al ocio durante la semana laboral.** A medida que aumentan las horas dedicadas al ocio, se observa una mayor equidad entre ambos géneros.

## GRÁFICA 9. HORAS QUE SE DEDICAN AL OCIO DE LUNES A VIERNES SEGÚN SEXO-GÉNERO (%)

■ Hombres    
 ■ Mujeres    
 ■ Persona no binaria

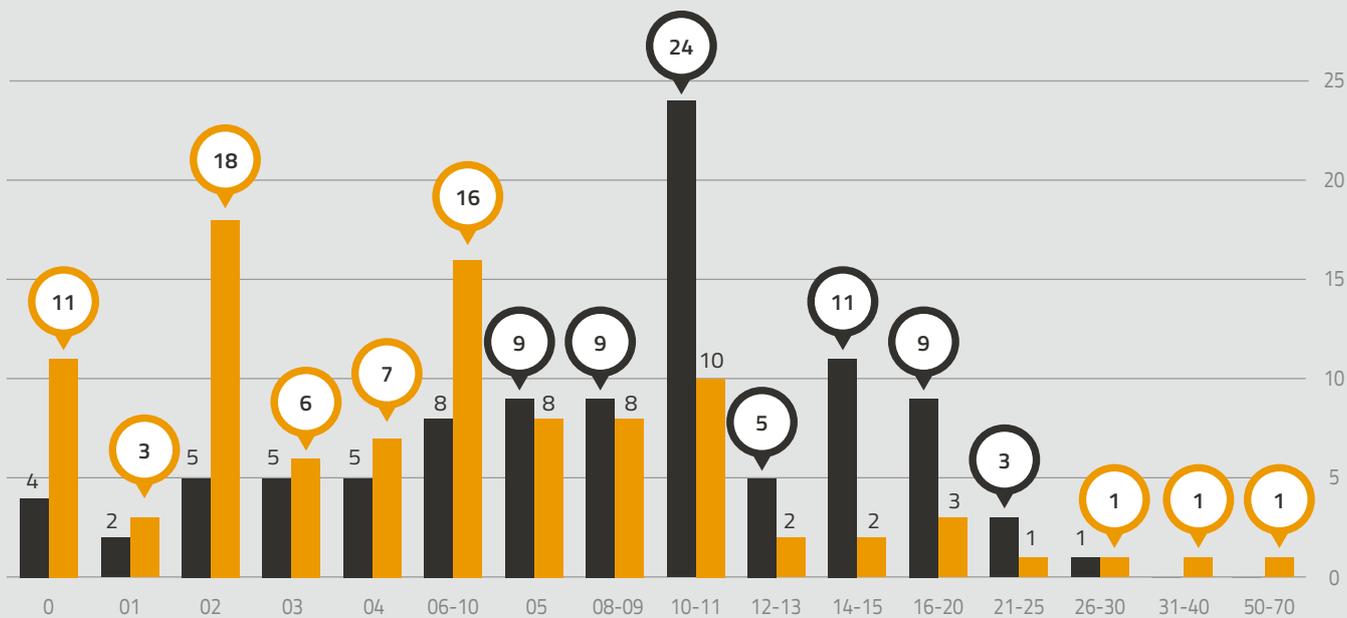


Si analizamos los datos según la carga de cuidados, observamos que las personas cuidadoras representan la mayoría en los rangos con menos horas de dedicación al ocio (entre 0 y 5 horas). De hecho, el **61% de las personas cuidadoras encuestadas indican tener entre 0 y 5 horas de ocio durante los días laborales, en comparación con el 29% de las personas sin cargas de cuidado que indicaron los mismos rangos.**

Asimismo factores como la racialidad y la nacionalidad inciden considerablemente en los tiempos de ocio. De hecho, los rangos de dedicación al tiempo de ocio entre las 21 y 70 horas están ocupados únicamente por personas identificadas como blancas y las personas de nacionalidad extranjera presentan mayores porcentajes en los rangos con menos horas de dedicación al ocio.

## GRÁFICA 10. HORAS QUE SE DEDICAN AL OCIO DE LUNES A VIERNES SEGÚN CARGA DE CUIDADOS (%)

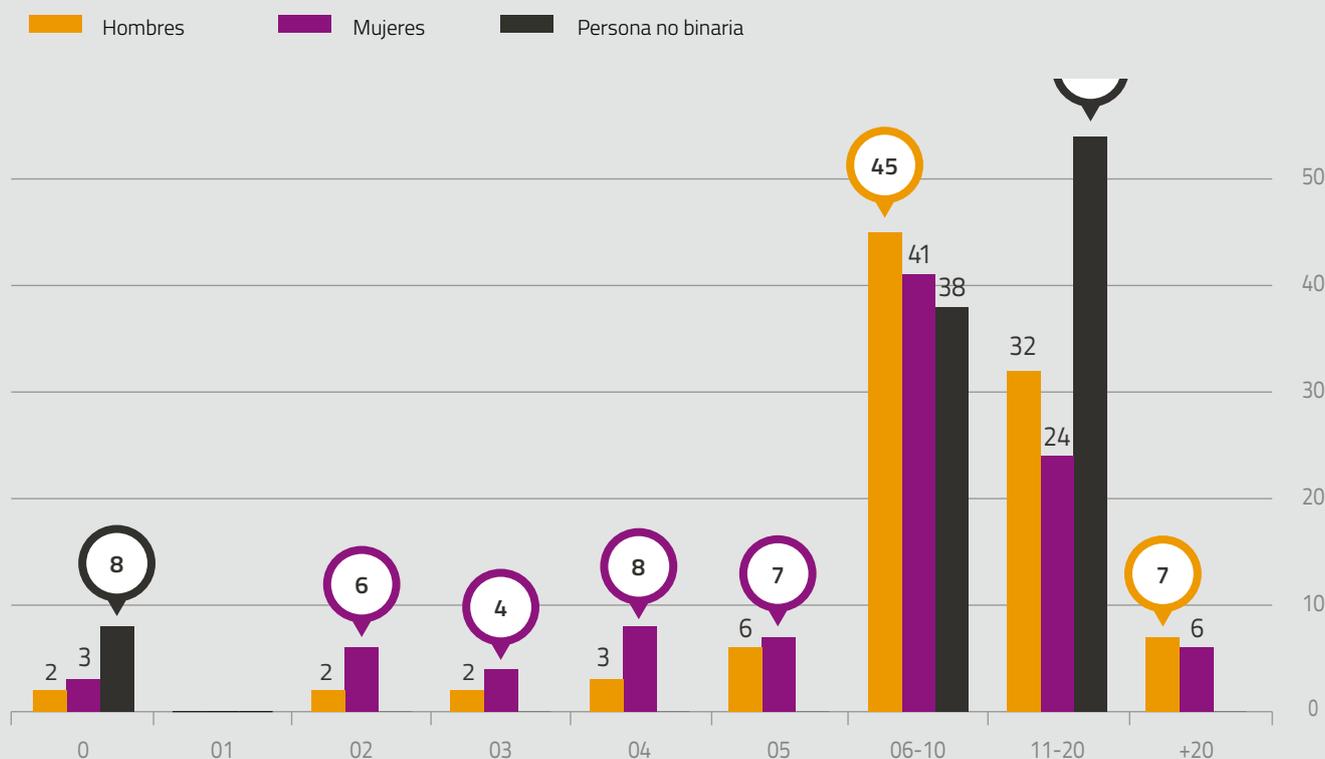
■ Sin carga de cuidados    ■ Con carga de cuidados



## HORAS DE OCIO FINES DE SEMANA

En cuanto a las horas de ocio los fines de semana, **vemos que, nuevamente las mujeres destacan en los rangos con menor dedicación de horas al ocio**. Así, por ejemplo, el 25% de las mujeres dedican entre 1 y 5 horas de ocio, frente al 13% de los hombres. Asimismo, el 24% de las mujeres dedican entre 11 y 20 horas, frente al 32% de los hombres. Y además los hombres tienden a dedicarse más al ocio durante el fin de semana, especialmente en los rangos de medio plazo (06-20 horas). También son los que más indican que dedican más de 20 horas al ocio.

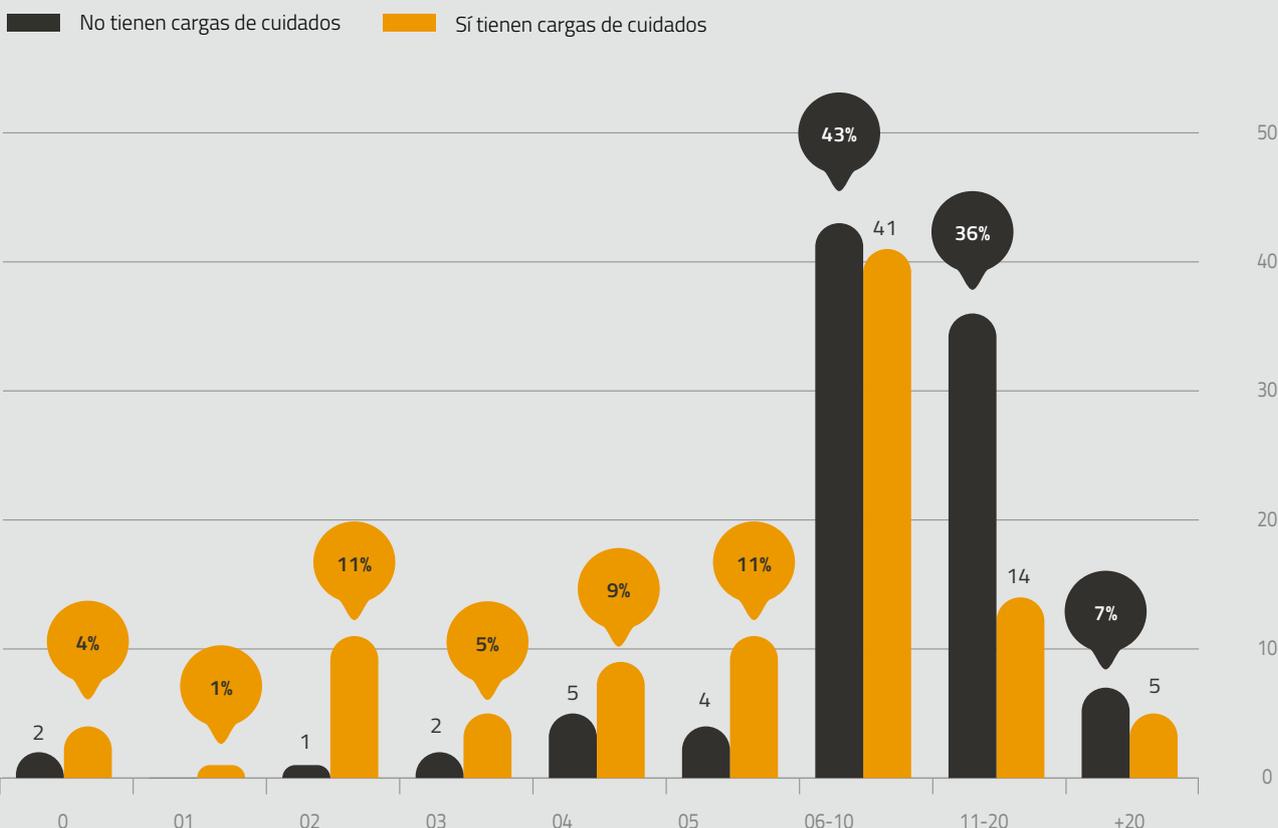
**GRÁFICA 11.** HORAS QUE SE DEDICAN AL OCIO DURANTE EL FIN DE SEMANA SEGÚN SEXO-GÉNERO (%)



Si tenemos en cuenta la carga de cuidados, se observa **que las personas cuidadoras dedican menos horas al ocio que las que no tienen carga de cuidados**. Así el 41% de las personas cuidadoras indica dedicar entre 0 y 5 horas de ocio los fines de semana, frente al 14% de las personas sin carga de cuidados que ha señalado los mismos rangos. Las diferencias además son notables en los rangos de mayor dedicación al ocio: el 36% de las personas sin carga de cuidados ha señalado tener entre 11 y 20 horas de ocio frente al 14% de las personas cuidadoras.

En cuanto a la racialidad, cabe destacar que el 28% de las personas blancas con carga de cuidados dedica entre 11 y 20 horas, frente al 21% de las personas racializadas.

**GRÁFICA 12.** HORAS QUE SE DEDICAN AL OCIO DURANTE EL FIN DE SEMANA SEGÚN CARGAS DE CUIDADO (%)



Como ya hemos mencionado, en la encuesta también se preguntó sobre los obstáculos para realizar el ocio deseado. **El 18% de las personas encuestadas señala el cuidado de otras personas como obstáculo.**

**Si nos fijamos exclusivamente en quienes tienen personas dependientes a su cargo, el porcentaje de quienes señalan “el cuidado de otras personas” como uno de los motivos que les impide realizar actividades de ocio deseadas asciende al 43%.** Si desagregamos los datos por sexo-género, vemos que de las personas cuidadoras, las mujeres refieren este motivo en un 44%, mientras que los hombres lo hacen en un 40%.

En la encuesta también se ha identificado que existe cierta **sensación de culpabilidad entre las personas cuidadoras por disfrutar del ocio sin las personas dependientes a su cargo, sobre todo entre las mujeres de rango 58-67 años.** Según Matxalen Lagarrieta este sentimiento de culpabilidad podría estar relacionado con la socialización de género: “porque en esas edades hay una socialización de género más fuerte en la que prevalece el mandato de vivir para las y los demás y no tanto para una misma”. Además, a esas edades, es habitual que las mujeres se ocupen de alimentar a sus hijos e hijas ya adultas e independizadas. Es decir, que siguen ejerciendo el cuidado de nietas e hijas.

Por último, es importante destacar que el **19% de las personas cuidadoras encuestadas señala no tener alternativas de cuidado.**

## PERSONAS CON PAREJAS

En la encuesta se preguntó sobre el nivel de identificación con la frase “**Tengo que negociar siempre mis opciones de ocio con mi pareja**”. Los resultados indican diferencias notables entre hombres y mujeres.

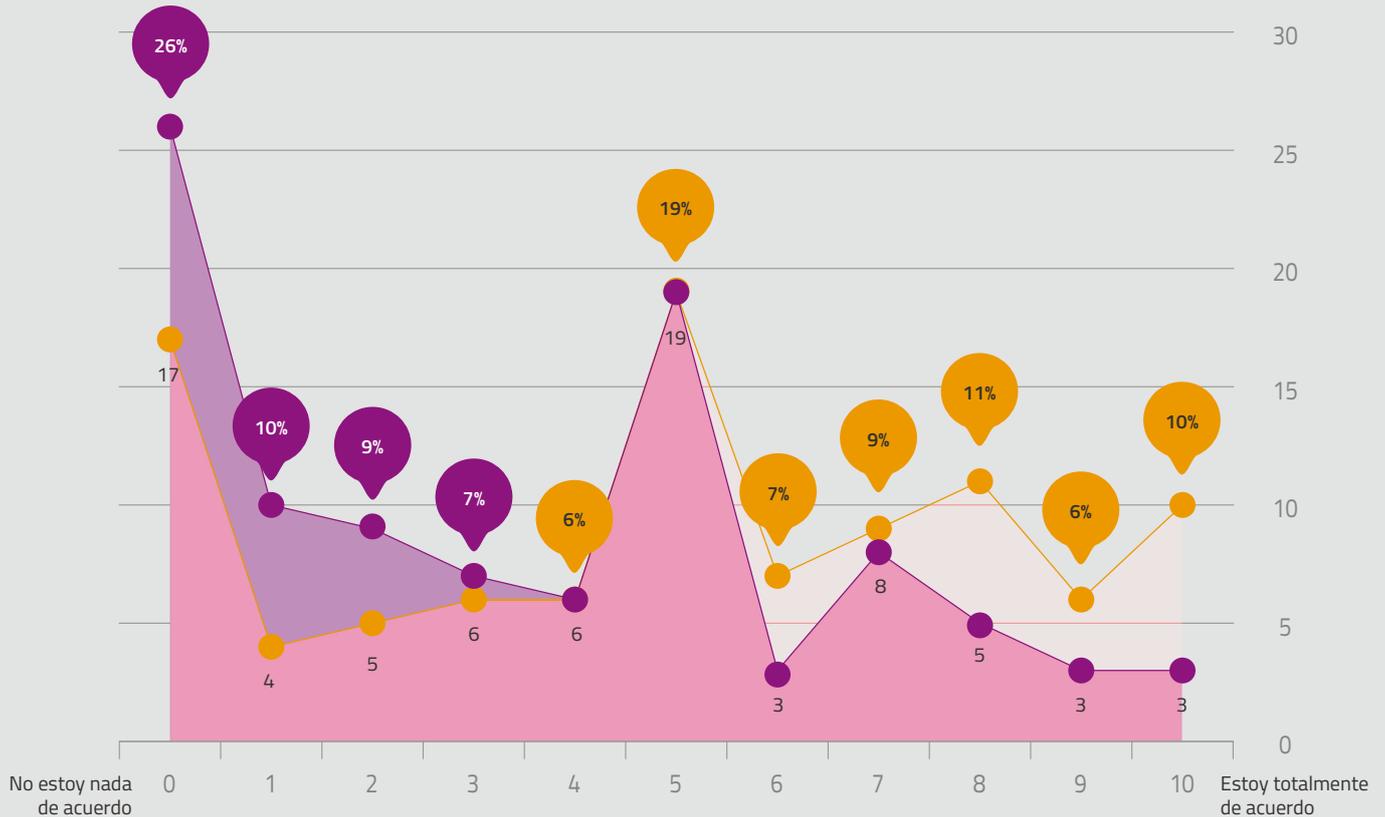
Para las opciones más altas de identificación (10), las mujeres (7%) tienen un porcentaje ligeramente mayor que los hombres (4%) de sentir que siempre tienen que negociar sus opciones de ocio con sus parejas. En la escala media (calificación 5), las mujeres muestran una identificación más fuerte (23%) en comparación con los hombres (19%). En resumen, **las mujeres parecen identificarse más con la idea de tener que negociar sus opciones de ocio con sus parejas en comparación con los hombres.**

Los **resultados por rango de edad** indican que las personas más jóvenes (18-27 años) tienden a identificarse menos con la frase propuesta, con un 23% que no se identifica en absoluto. En cambio, los grupos de mediana edad (28-57 años) tienden a ubicarse en la parte media de la escala de identificación. Los grupos de edad más avanzada (58-67 y más de 67 años) muestran una distribución más diversa, con algunas tendencias hacia identificaciones más bajas o moderadas.

**La carga de cuidados sí que influye en la necesidad de negociar las opciones de ocio con la pareja**, pudiendo afirmar que las personas con carga de cuidados se identifican más con la frase propuesta que las que no tienen carga de cuidados. Esto sugiere que la responsabilidad de cuidar puede complicar la autonomía en las decisiones de ocio, requiriendo más negociaciones con la pareja. Por otro lado, las personas sin esa responsabilidad muestran una distribución más uniforme en la escala.

### GRÁFICA 13. TENGO QUE NEGOCIAR SIEMPRE MIS OPCIONES DE OCIO CON MI PAREJA SEGÚN CARGA DE CUIDADOS (%)

■ No tiene carga de cuidados    ■ Sí tiene carga de cuidados



En el grupo de discusión de mujeres y personas no binarias menores de 27 años, se ha señalado **que el tener o no tener pareja influye en algunas dinámicas vinculadas al ocio nocturno**. En opinión de las mujeres encuestadas en este tipo de ocio hay una presión implícita para ligar, lo que puede generar incomodidad o ansiedad al interactuar con los hombres. Tener pareja se percibe como una especie de salvaguarda que libera de esta presión y brinda cierta tranquilidad:

“Parece que lo tienes que utilizar (la pareja) como excusa porque parece que lo respetan más esa figura que la tuya”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

Por último Matxalen Legarreta señala los resultados de un estudio realizado por una de sus alumnas sobre el **amor romántico entre jóvenes**, donde se observó que las mujeres jóvenes tienden a dedicar más tiempo a estar con sus parejas que con sus amigas o a actividades de ocio personal. Esta **priorización de la pareja sobre otras actividades puede estar influenciada por la idea del amor romántico**.

## EN RESUMEN...

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.



### **OBJETIVO 3**

LAS VIOLENCIAS MACHISTAS QUE  
REPRODUCE EL OCIO MERCANTILIZADO

## 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)

Para presentar los resultados de esta última hipótesis de la investigación, presentamos en primer lugar “los diagramas de la interseccionalidad”, una dinámica de grupo realizada con las personas participantes en los grupos de discusión que ayudará a ilustrar cómo la intersección de distintas variables o ejes de opresión influye en las oportunidades de ocio y tiempo de las mujeres y las personas con identidades no normativas.

A continuación, presentamos las violencias machistas que reproduce el ocio mercantilizado, ordenándolas según tipología: violencias estructurales, violencias simbólicas y violencias directas.

Este contenido se basa en los resultados de la encuesta así como en el análisis de los discursos socializados en los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad.

## LOS DIAGRAMAS DE LA INTERSECCIONALIDAD

En los tres grupos de discusión se ha realizado una dinámica de grupo en la que se pidió a las participantes valorar del 0 al 10 cuán a gusto están en un espacio de ocio en base a diferentes variables o ejes de opresión (raza, diversidad funcional, corporalidad, diversidad sexual y de género, clase...), donde 0 equivale a estar muy a disgusto y 10 muy a gusto.

Empezando por las **mujeres migradas y racializadas**, se observa que las líneas de los gráficos son discontinuas, presentando altibajos, lo que muestra que estas mujeres se sienten de manera diferente en los diferentes espacios que habitan. Más en concreto se pueden destacar las siguientes cuestiones:

- De las 8 mujeres todas mencionan al **espacio público** como un espacio que habitan en sus momentos de ocio y tiempo libre. Se destacan parques, bares, restaurantes y espacio público en general. **La mayor parte de ellas pone una nota entre 0 y 5**, destacando que no se encuentran muy a gusto en estos espacios. **Las notas más bajas se evidencian por ser extranjeras**, mientras que las notas más altas en el espacio público hacen referencia a la delgadez y al ser mujer.
- Se evidencia malestar en los espacios de acceso a educación y formación y en los espacios de gestión y trámites con instituciones tanto por ser mujer como por ser extranjera.
- La característica de ser empleada está relacionada con vivencias positivas en los diferentes espacios.
- Donde más a gusto se sienten es en las casas y en los espacios seguros de convivencia y los espacios con amistades.

En cuanto a las **mujeres mayores de 27 años**, en líneas generales ponen notas bastante altas en muchos de los espacios de ocio y tiempo libre. Las notas iguales o inferiores a 5, que indican la incomodidad en los espacios y actividades, se observan en:

- La casa, a causa de la diversidad funcional.
- En el gimnasio, por tener un cuerpo no normativo, que no encaja con el estereotipo de género.
- En el espacio de pesca, por ser mujer, madre y alta.
- A la hora de hacer recados por la estatura pequeña.
- En el espacio público por ser mujer, baja y tener diversidad funcional, especialmente en relación a las miradas.

Los **gráficos de las mujeres y personas no binarias menores de 27 años** presentaron líneas discontinuas. Entre los espacios de ocio y tiempo libre señalados encontramos: la universidad, los espacios de fiesta (bares, discotecas...), espacios públicos, el pueblo y el gimnasio.

En líneas generales, a partir de las vivencias de las participantes del grupo se destacan las siguientes cuestiones:

- **Por ser mujer**, la mayor parte de las participantes han valorado su grado de comodidad igual o menor a 5, por lo menos en un espacio. Se observa que las mujeres de este grupo no están a gusto por ser mujer en la universidad, en la familia en general, en los bares/discotecas, en el pueblo y en el gimnasio.
- **La gordura** influye negativamente en el trabajo y en el espacio público.
- **Tener una feminidad no normativa** influye negativamente en cómo se sienten en el pueblo y en los espacios de fiesta.
- **Ser una persona no binaria** afecta de manera negativa en cómo están de a gusto en los espacios de ocio de fiesta y en la universidad.

## EN RESUMEN...

Los resultados de la dinámica grupal dirigida a las personas participantes en los grupos de discusión, y que ha querido averiguar su nivel de comodidad en los espacios de ocio en función de diferentes ejes de opresión indican que:

- Para las mujeres migradas y racializadas, ser extranjera es un factor que crea incomodidad en espacios públicos.
- Las mujeres mayores de 27 años experimentan malestar en la casa, en los espacios públicos, en el gimnasio y en los espacios públicos debido a la diversidad funcional, estatura o normatividad de género.
- Las mujeres y personas no binarias menores de 27 años reflejan incomodidad en la universidad, familia, bares/discotecas, pueblo y gimnasio debido a la normatividad de género o la diversidad funcional.

Es importante destacar, por tanto, que **todas las mujeres y personas no binarias –aunque en diferentes grados– han mostrado incomodidad en los espacios de ocio. Y que esta incomodidad se acentúa cuando entran en juego factores como la racialización, la diversidad funcional, la diversidad sexual y de género o tener un cuerpo no normativo.**

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL

Tal y como comentamos en el marco teórico, 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 sustenta en una clara estructura de desigualdad de género, mantenida por estructuras políticas, sociales y económicas.**

Las **violencias estructurales vinculadas al ocio y el tiempo libre que se han identificado en el marco de esta investigación son las siguientes:**



**Las mujeres tienen menos tiempo para disfrutar de momentos y espacios de ocio y tiempo libre debido al trabajo de cuidado del que continúan responsabilizándose mayoritariamente.**

Los resultados de la encuesta que hemos señalado en el apartado anterior revelan que las **mujeres y las personas cuidadoras tienen menos tiempo para el ocio durante la semana laboral y los fines de semana en comparación con los hombres y aquellas personas sin cargas de cuidado.** El cuidado de otras personas se identifica como un obstáculo para el ocio, especialmente entre las mujeres cuidadoras.

Pero las **responsabilidades de cuidado, aun afectando a todas las mujeres, tienen impacto diferenciado si se cruzan con otras variables.**

Según Mónica Gortayre, **las mujeres migradas enfrentan la responsabilidad de sostener el entramado de cuidados, incluyendo el apoyo emocional de la familia, una carga que se extiende a nivel global**<sup>38</sup>. Para las mujeres migradas en situaciones precarias, el ocio conlleva endeudamiento y generalmente se utiliza para reforzar los cuidados hacia sus seres queridos. Las mujeres están socializadas para priorizar el cuidado de otras personas sobre sí mismas, lo que hace que **el autocuidado sea considerado como un privilegio reservado para las personas blancas y de clase alta**, algo que las mujeres migrantes no pueden permitirse. En lugar de dedicar tiempo al cuidado personal, se centran en cuidar al resto, tanto en el hogar como en el país de origen. Ello implica también proporcionar apoyo económico o resolver situaciones a distancia (organizar celebraciones familiares, sostener a familiares en momentos difíciles, etc.) a través de largas conversaciones telefónicas de gran impacto emocional:

<sup>38</sup>. Cadena global de cuidados hace referencia a la división internacional del trabajo reproductivo, son cadenas de dimensiones transnacionales que se conforman con el objetivo de sostener cotidianamente la vida, y en las que los hogares se transfieren trabajos de cuidados de unos a otros en base a ejes de poder, entre los que cabe destacar el género, la etnia, la clase social, y el lugar de procedencia. El término aparece en la obra de la socióloga estadounidense A.R. Hochschild, 2000.

“En los grupos de sanación vemos que las mujeres necesitan dos horas para recuperarse de esas llamadas de teléfono. Después de una llamada con tu país estás dos horas recuperándote, sanando y recuperándote para que esa llamada no te rompa y volver al aquí y ahora. Ese tiempo de recuperación no es tiempo de ocio, es cuidado propio y sanación”.

Mónica Gortayre

La experta observa que las mujeres migradas necesitan momentos de sanación y recuperación debido a los cuidados que brindan y que muchas veces no son comprendidos ni reconocidos. Estas mujeres son constantemente llamadas a sostener situaciones que requieren tiempo y recursos que no tienen para sí mismas. Por ejemplo, **financian viajes o estudios para familiares en sus países de origen, pero nunca han tenido la oportunidad de disfrutar de experiencias similares en su lugar de residencia actual. Esto revela una falta de equidad y reconocimiento de sus propias necesidades y deseos.**

En cuanto al **cruce entre género y diversidad funcional**, Itxi Guerra invita a reflexionar sobre el **doble impacto de los cuidados en el acceso al tiempo para el ocio y el tiempo libre** en la medida en que: i) la alta tasa de inactividad entre las mujeres con diversidad funcional limita su participación plena en actividades de ocio, al igual que a sus madres, a quienes se les asigna tradicionalmente el rol de cuidadora; ii) las mujeres son las principales cuidadoras de personas con diversidad funcional que generalmente tienen necesidades intensas de apoyo, lo que les impide participar plenamente en actividades de ocio:

“La tasa de inactividad de las mujeres con diversidad funcional manifiesta es bastante alta, entonces no se va a tener una verdadera y real participación en temas de ocio como el resto de la sociedad, y de igual manera las madres y los padres, bueno en este caso las mujeres, porque el cuidado siempre se ha asignado por un tema patriarcal a las mujeres, pues entonces las mujeres son las que cuidan a las personas que tienen necesidades generalizadas e intensas de apoyo, tampoco van a poder participar de un ocio verdadero. Ahí se cruza el tema de la interseccionalidad en todos los aspectos y las violencias, estructurales, simbólicas y directas van a repercutir en todos los ámbitos”.

Itxi Guerra



**El ocio mercantilizado y basado en dinámicas consumistas (gastar, gastar y gastar) es excluyente para las mujeres y otros perfiles en situación de precariedad.**

En el grupo de discusión de mujeres mayores de 27 años se precisa que el dinero es una limitación que influye **en las posibilidades de ocio y reclaman alternativas de ocio no ligadas a dinámicas consumistas:**

“Yo vivo muchas limitaciones en participar en espacios de ocio que requieran consumo (...) y por eso es reducida tu capacidad de socializar en determinados entornos (...). Hay gente que no comprende eso y que mantengan las mismas dinámicas, de consumo, de tomar y de quedar (...). Yo echo de menos que haya alternativas”.

**Mujeres mayores de 27 años**

Pero, de nuevo, si cruzamos el género y la desigualdad económica con otras variables, vemos que las dificultades para acceder a momentos de ocio y tiempo libre se acentúan aún más. Mónica Gortayre destaca que, para **las mujeres migradas y racializadas, los espacios de ocio son costosos, incluso las actividades que se consideran gratuitas.** Por ejemplo, para realizar una actividad de ocio como el senderismo se requiere una estructura de apoyo que incluya tiempo libre, descanso previo, vestimenta adecuada y cuidado para sus hijos e hijas:

“El obstáculo económico no se encuentra a la hora de pagar una entrada, sino por la capacidad instalada. Por ejemplo, para que una mujer migrante, con papeles, pueda ir a hacer senderismo, debajo tiene que haber una estructura que sostenga todo ello. Necesita tiempo para liberar cuatro horas para el sendero, tiene que haber dormido y descansado, tiene que tener las ganas de salir, pasear y que te apetezca, no estar derrotada en el sofá, tiene que contar con gente que se quede con sus criaturas, contar con ropa de senderismo adecuada, coche o transporte, etc., y amigas para ir al sendero. Toda esta estructura sostiene que esta mujer pueda subir a la montaña”.

**Mónica Gortayre**

Para las **mujeres con diversidad funcional el acceso al ocio también se ve condicionado por el dinero**, ya que en este caso el gasto para participar en actividades es doble, tanto para ellas como para quien las acompaña:

“Todo es dinero, si quieren ir de viaje tienen que pagar su billete y el del acompañante, tú quieres ir a cenar porque te apetece ir a un mejicano y necesitas a alguien que te acompañe y vas a pagarle la comida a la persona que te acompañe, todo es dinero”.

Mujeres mayores de 27 años

“Y si no tienes te tienes que aburrir en casa y joderte”.

Mujeres mayores de 27 años



**El modelo de ocio mercantilizado es normativo, lo que hace que no haya una oferta social y cultural diversa.**

Los resultados de la encuesta **indican que el 14% de las personas encuestadas que viven en Bizkaia ha seleccionado la falta de oferta social y cultural diversa** entre los obstáculos que imposibilitan la realización de actividades de ocio deseadas, frente al 9% de las residentes en Araba y 8% de Gipuzkoa.

Las **personas no binarias (15%) y las mayores de 67 años (25%) también indican este factor con más frecuencia.**

También se han observado diferencias notables en cuanto a las capacidades: **el 25% de las encuestadas con alguna diversidad funcional señala la falta de oferta social y cultural diversa como un obstáculo para disfrutar de su ocio**, mientras que en el caso de las personas que no presentan alguna discapacidad el porcentaje desciende a 10%.

Al respecto, en las entrevistas en profundidad Ana M. Poveda y Zaira García Dafonte **sugieren que la falta de representación y diversidad en películas y otras formas de entretenimiento dificulta que ciertos grupos, como la comunidad LGTBIQA+, se identifiquen con los personajes y temas presentados, lo que limita su capacidad de sentirse incluidas y representadas en la cultura *mainstream*.**

La falta de ocio inclusivo también es un elemento que se señala para las mujeres con diversidad funcional. En este caso, en los grupos de discusión realizados **la reflexión aborda hasta qué punto estas mujeres tienen capacidad de decidir sobre el ocio que desean** (tipo de actividades, frecuencia, etc.):

“Por ejemplo, la asociación a la que pertenecemos, cada vez hace menos salidas, cada vez hace menos cosas, y luego los grupos en vez de ser como antes de 20 ahora son de 10”.

Mujeres mayores de 27 años

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

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. En el caso del consumo, la publicidad, los lenguajes, los patrones de consumo... son ejemplos habituales de este tipo de violencia.

**Las violencias simbólicas vinculadas al ocio y el tiempo libre que se han identificado en el marco de esta investigación son las siguientes:**



**Los mensajes patriarcales y racistas limitan el ocio y el tiempo libre de las mujeres.**

En el grupo de discusión realizado con mujeres y personas no binarias menores de 27 años, se destaca la influencia del patriarcado en las posibilidades de ocio y tiempo libre. Según las personas participantes, el mensaje patriarcal implícito es que **las mujeres no tienen derecho a la noche**, que deberían vivir con miedo porque son consideradas objetos para el sistema patriarcal. Al respecto, citan los mensajes de los servicios nocturnos de los autobuses que suelen dirigirse siempre a las mujeres, siendo ellas las que tienen que tomar precauciones para que “no les pase nada”:

“El mensaje patriarcal es que la noche no es nuestra, vive con miedo porque tú todavía eres un objeto goloso para el sistema patriarcal y te puede suceder algo. Yo flipo con los mensajes de los autobuses, “si eres mujer y viajas sola de las 22.30 hasta las 6.00”, a ver, pero por qué tenemos que ser nosotras todas la veces, o sea la noche no es nuestra”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

En el caso de las **mujeres migradas y racializadas**, el ocio y el tiempo libre se ve **influido además por un conjunto de actitudes -machistas y racistas, persistentes y poco visibles-** que condicionan su forma de estar en **determinados espacios de ocio**. Son actitudes que sexualizan las mujeres y generan incomodidad y violencias en apariencia sutiles pero capaces de generar mucho malestar:

“Lo que más me molesta últimamente es el jodido machismo, hay una cantidad de violencia machista, de micromachismos, de actitudes en los espacios públicos, al momento de querer conocer personas, o sea es tan, tan silencioso, no precisamente tiene que ser que te den un golpe, te están dando con muchas actitudes en los espacios públicos en muchas situaciones de procesos interrelacionales, o sea es tan silencioso, y llega a ser tan pesado”.

**Mujeres migradas o racializadas**

“También lo de la ropa, como nos vestimos y cómo nos sentimos en determinados espacios (...). Cuando estás en un espacio de militancia pues se espera que tengas una estética, hay una estética de una persona mujer y militante”.

**Mujeres migradas o racializadas**

(A causa de estos estereotipos y de la sexualización) “Es que una se deja hasta de arreglar”.

**Mujeres migradas o racializadas**

“En muchos espacios no se te permite ni siquiera ser”.

**Mujeres migradas o racializadas**



### Los espacios de ocio como espacios para la erotización y la sexualización de las mujeres.

Siguiendo con la realidad de las mujeres migradas y racializadas, Mónica Gortayre **ahonda en la problemática de la sexualización y exotización de las mujeres migradas y racializadas en los espacios públicos**, especialmente en lugares de ocio. En lo concreto señala cómo las mujeres son objeto de esta erotización cuando salen de fiesta o a bailar, siendo presas de una concepción del “ligar” relacionada con el “salir de caza”. Esta situación genera que estas mujeres prefieran evitar espacios de baile de personas blancas y opten por lugares latinos donde se sienten más seguras, aunque también enfrenten riesgos. Este fenómeno lleva a una **segregación de los espacios de ocio**, con discotecas separadas para personas blancas y personas racializadas, evidenciando las complejas dinámicas de violencia a las que se enfrentan las mujeres migradas y racializadas en nuestra sociedad. Aunque no haya ningún cartel que prohíba a las personas racializadas acceder a los espacios para blancos:

La erotización de las mujeres en los espacios de ocio es un tema recurrente en los grupos de discusión, aunque tiene formas concretas de manifestarse. Así, **las mujeres LTBIQA+ refieren la erotización de relaciones lésbicas**, mientras que **las mujeres con diversidad funcional, plantean un debate acerca del derecho al placer**. El testimonio de una de las mujeres con diversidad funcional participante en los grupos de discusión, pone de manifiesto la desigualdad de género en cuanto al disfrute del sexo como parte del ocio y el tiempo libre, indicando que las mujeres con diversidad funcional enfrentan estereotipos y limitaciones en este aspecto, mientras que los hombres son vistos con más compasión y se asume con mayor frecuencia que “necesitan” tener relaciones sexuales:

“Sabes que te arriesgas a que te pasen cosas y lo acabas evitando. Por eso prefieres ir a los espacios latinos, en los que también hay riesgos, sobre todo hombres blancos que van allí a ligar, pero en los que existen apoyos en el caso de que pase algo”.

Mónica Gortayre

“No es lo mismo que un hombre esté en silla de ruedas que una mujer, que lo veo yo todos los días en mi entorno, encima ser madre, wow (...) no es lo mismo tener una discapacidad y ser mujer que ser hombre, que pobrecito que no puede tener relaciones, ¿qué pasa, que una mujer no quiere tener relaciones sexuales?, los hombres sí, pobrecitos, vamos a hacerle esto y lo otro, y a nosotras que nos den por ser mujer, (el disfrute del sexo es parte del ocio y tiempo libre) pero eso por ser mujer no tenemos ningún derecho ni nada, para nosotras el sexo no existe”.

Mujeres mayores de 27 años



**El ocio mercantilizado reproduce los estereotipos de género y los ideales de feminidad y masculinidad hegemónicos.**

Varios de los testimonios recogidos a través de los grupos de discusión apuntan a cómo **la violencia simbólica se manifiesta a través de la publicidad, especialmente en las redes sociales**. Se señala que las campañas publicitarias a menudo se basan en **estereotipos de género para promover productos relacionados con estándares estéticos, dirigidos principalmente a las mujeres**. Estos anuncios crean la percepción de que ciertos productos son necesarios para sentirse aceptada en determinados entornos de ocio, lo que refuerza las normas de género y contribuye a la presión social sobre la apariencia física, presión social que afecta sobre todo a las mujeres:

“La violencia simbólica está en toda la publicidad que hay, sobre todo en redes sociales, porque al final la campaña de publicidad siempre está dirigida a un target, a una mujer con X características, y especialmente a una situación en concreto, es decir utiliza este producto si vas con tu pareja a cenar, o si estas con tu pareja o tus amigos. Te indican cómo, dónde y con quién consumir ese producto”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

“Si vas a la discoteca tienes que consumir maquillaje, ir super arreglada (...) yo normalmente cuando salgo no me arreglo ni me maquillo y eso la vivo como una violencia simbólica porque te miran fatal en plan ‘esta tía que pinta aquí con una sudadera en esta discoteca’”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

“Yo creo que muchas violencias estructurales se convierten en simbólicas y directas”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

La reproducción de **los estereotipos de género también queda visible en determinadas prácticas**. En este sentido, en el grupo de mujeres y personas no binarias se hace referencia a la práctica del deporte como un espacio simbólico masculino, donde los valores asociados a la masculinidad son protagonistas, como la competición, la fuerza y la presión por ganar.

“Mis amigos pueden quedar para echar un partido de manera informal y no tienen absolutamente ningún problema, pero yo me siento más incómoda en esos espacios, porque siento una presión en esos espacios tremenda (...). En principio nos pasa a todas las mujeres de nuestro grupo, nosotras nos quedamos normalmente apartadas porque no nos sentimos incluidas a jugar y si jugamos sentimos una presión enorme, que ellos en cambio no sienten”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

“Yo no me siento incómoda, porque igual como siento que somos entre familia, además ellos nos cuidan, no juegan tan brusco y si alguien viene le dicen que jueguen más tranquilos que no nos pueden golpear o así”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

También hacen referencia a la práctica de salir de fiesta, en la que existe una expectativa social de que las mujeres deben cuidarse más, moderar su consumo de alcohol y drogas, mientras que a los hombres no se imponen límites similares. Ello **refuerza la idea de que masculinidad se construye alejada de la vulnerabilidad, y que, por el contrario, la fragilidad es una característica propia de la feminidad:**

“Nosotras no bebemos o bebemos menos, no consumimos estupefacientes o cualquier cosa y ves a la gran mayoría de los tíos que van pasadísimos, entonces es un ambiente aún más hostil, te sientes aún peor, porque ves en 4K todo lo que está pasando (...). Pues si esta persona que no está en plena conciencia ¿cómo sabes que no te va a hacer nada?”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

Poveda y García Dafonte, en referencia a las personas LGTBIQA+, destacan que en algunas actividades de ocio, como las fiestas populares, se observa una marcada masculinización, donde se exalta la masculinidad y se expresan comentarios homófobos entre la población. Esta reflexión refleja la **persistencia de normas culturales cisheteronormativas excluyentes.**

## VIOLENCIA DIRECTA

La **violencia directa** se expresa en diversas formas (física, psicológica, económica, sexual...) y espacios, con el **objetivo de mantener el control, daño, sumisión y castigo de las mujeres por el hecho de serlo.**

Los resultados recopilados indican lo siguiente:

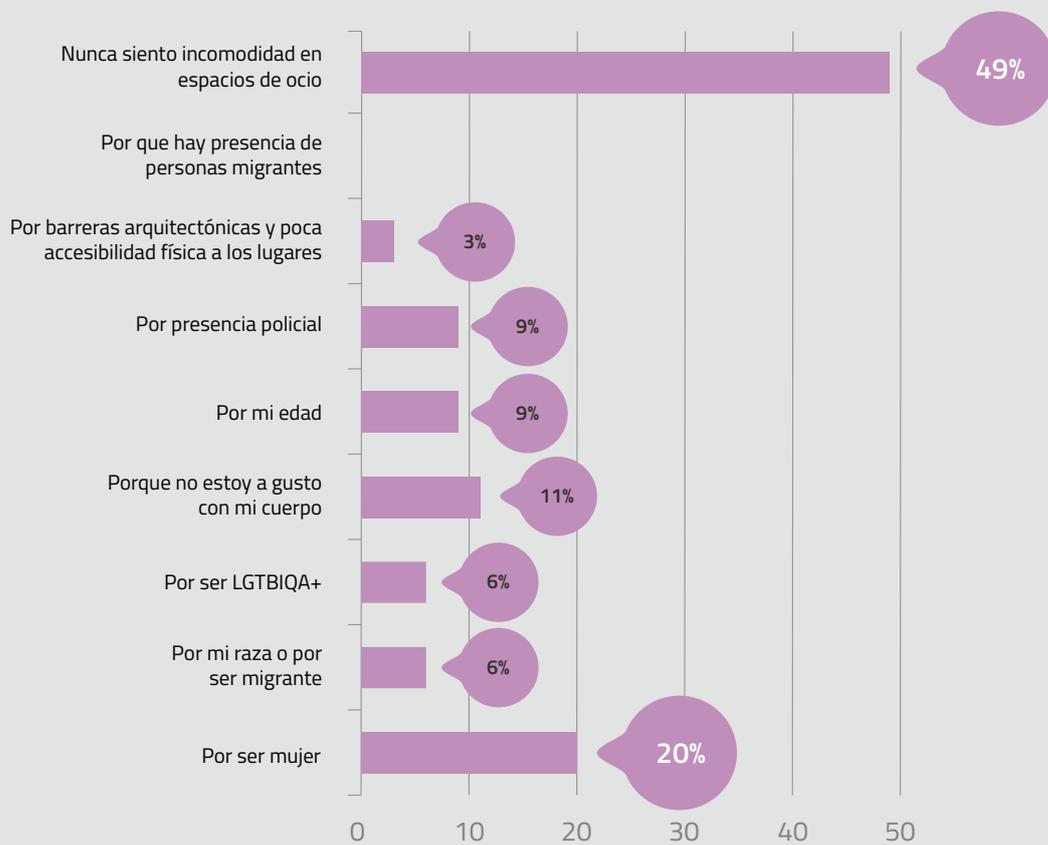


**Los espacios de ocio generan incomodidad en las mujeres y en los colectivos LGTBIQA+.**

Para averiguar cómo se reproduce la violencia directa en los espacios de ocio mercantilizado, se ha preguntado en la encuesta sobre la incomodidad en estos espacios. A esta pregunta, cabe señalar que hasta el **51% de las personas consultadas ha señalado sentirse incómoda en los espacios de ocio.**

El motivo más señalado por el que se siente incomodidad o se evitan algunos espacios de ocio es **“por ser mujer” en un 20%, seguido de “porque no estoy a gusto con mi cuerpo” (11%), “por presencia policial” (9%) y “por mi edad” (9%).**

**GRÁFICA 14.** MOTIVOS POR LOS QUE SE SIENTE INCOMODIDAD EN ALGUNOS ESPACIOS DE OCIO (%)



Presentamos a continuación el análisis de estos motivos que afectan en mayor medida a las mujeres y las personas LGTBIQA+ según distintas variables:

- **INCOMODIDAD POR SER MUJER (20%)**: el 24% de las mujeres encuestadas señalan que el ser mujer hace que se sientan incómodas o se eviten algunos espacios de ocio. Este porcentaje baja al 8% en caso de las personas no binarias. Las mujeres jóvenes son las que más se refieren a este factor. Las mujeres solteras, que se identifican como blancas y de nacionalidad española también son las que más refieren esta incomodidad.
- **INCOMODIDAD PORQUE NO ESTOY A GUSTO CON MI CUERPO (11%)**. Según la identidad de género, el 15% de las personas no binarias indican que se sienten incómodas o evitan ciertos espacios de ocio porque no están a gusto con su cuerpo. En el caso de los hombres y las mujeres cis el porcentaje baja a 11%. Asimismo, el 21% de las personas que se definen como no blancas señalan que se sienten incómodas porque no están a gusto con su cuerpo en algunos espacios de ocio, frente al 10% de las blancas.

La incomodidad en los espacios de ocio también es un elemento que se ha destacado en los grupos de discusión. Al respecto se menciona la incomodidad que se percibe en los gimnasios y en las discotecas, lugares no seguros que hacen que las mujeres decidan modificar sus pautas de ocio:

“Yo también he reducido mi consumo de ocio de noche porque a veces me siento insegura y también estoy reduciendo el consumo de ir al gimnasio o de ir al gimnasio al que iba, porque también me siento muy observada. (...) Hago deporte en casa”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

“Las típicas discotecas de reggaetón que va todo el mundo y me siento incómoda por cómo soy, por cómo visto y tal, y también por el hecho de ser mujer porque parece que entras y es una competición para ver quién liga más, si gustas a los chicos, los chicos mirándote (...) entonces he dejado de ir a ese tipo de ambientes, (...) prefiero estar en otros tipos de bares, con otros amigos, en otros ambientes (...) donde estoy más a gusto y me siento que puedo estar más tranquila y que estoy disfrutando”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**



**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.**

Al hilo de lo que acabamos de mencionar para las mujeres menores de 27 años, los **espacios de ocio nocturno se identifican como espacios no seguros**, hecho que las limita en sus actividades de ocio por la amenaza de ser objeto de una posible agresión:

“Antes era capaz de poder ir a un festival yo sola y sentirme segura y sentirme cómoda y pasármelo genial y las dos tres últimas veces que he salido de noche he salido acompañada y me he sentido mucho más insegura, incómoda, y no sé, super agredida por ser mujer, entonces he empezado a limitar mi ocio nocturno, he notado que en cuanto cae el sol, el ser mujer como que está más potenciado”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**

**El riesgo real de vivir agresiones en los espacios de ocio también es un elemento que destacan las expertas entrevistadas en relación a la realidad del colectivo LGTBIQA+.** Al respecto indican que los espacios de ocio pueden ser especialmente propensos a las agresiones porque las personas tienden a “relajarse” y actuar con mayor naturalidad en estos entornos. Esto puede hacer que aquellos que son propensos a discriminar o agredir a otras sientan una mayor legitimidad o impunidad para ejercer violencia.

Por último, **Itxi Guerra, en referencia a la situación de las mujeres con diversidad funcional, señala que la dificultad para denunciar agresiones sexuales se ve agravada por varios factores**, entre ellos por el hecho de que los agresores a menudo son personas cercanas, como miembros de la familia o personas cuidadoras.

Además, como ya hemos mencionado, en el caso de las mujeres con diversidad funcional, la creencia errónea de que son “sexualmente inactivas” hace que tampoco se las considere “objeto de abuso sexual”, lo cual aumenta de forma exponencial el riesgo de desprotección en los casos en los que se produzca una agresión sexual.

“Tengo miedo a estar a solas a ciertas horas, yo alguna vez he vuelto a casa sola, y encontrarme con algún vecino y pasarlo mal, pasarlo mal porque veía la mirada esa, lasciva, de eso que te mira, y yo estaba deseando llegar a casa, y eso si fuera chico no me pasaría”.

**Mujeres y personas no binarias menores de 27 años**



### La culpa derivada del “no hacer nada”.

Los datos de la encuesta revelan que **hasta el 53% de las personas se sienten culpables cuando pasan tiempo sin hacer nada en sus momentos de ocio, lo cual refleja una tendencia preocupante en nuestra sociedad, donde el valor personal se asocia a menudo con la productividad y el “hacerismo”**. En este sentido, en el grupo de discusión de mujeres mayores de 27 años, se destaca cómo en la sociedad capitalista, el valor del trabajo y la productividad se promueve de forma voraz, lo que genera una presión social para estar constantemente ocupada y produciendo, exacerbando el sentimiento de culpa de no hacer nada:

“El decir que no se hace nada está mal visto en esta sociedad capitalista salvaje en la que estamos, pero hay veces que no queremos hacer nada, aunque nos resulte imposible”.

**Mujeres y personas no binarias mayores de 27 años**

Son las mujeres jóvenes quienes en mayor medida refieren este sentimiento, hecho que puede estar relacionado con las expectativas sociales y de género que a menudo colocan una carga desproporcionada en las mujeres para equilibrar múltiples roles y responsabilidades, también en los espacios de ocio.

Esta tendencia puede tener consecuencias negativas para el bienestar mental y emocional de las mujeres, ya que la constante presión por ser productivas puede llevar al agotamiento, el estrés y la ansiedad. Además, puede dificultar la capacidad de disfrutar verdaderamente del tiempo de ocio y el descanso, que como hemos repetido en múltiples ocasiones, son fundamentales para el bienestar general.



**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.).**

Aunque ya hemos abordado esta temática anteriormente, creemos fundamental volver a insistir **en la estigmatización en los espacios de ocio que afecta a las mujeres migradas y racializadas**, y que la entendemos en el marco de esta investigación como una violencia directa.

La sensación de ser constantemente observadas y juzgadas que refieren las mujeres migradas y racializadas, especialmente en espacios públicos como tiendas, limita su capacidad de disfrutar plenamente de actividades cotidianas y de ocio, como ir de compras, y puede llevar a la evitación de ciertos espacios o actividades por temor a ser juzgadas injustamente. Esta situación es una **expresión clara del racismo, xenofobia y machismo presente en nuestra sociedad**, que también se refleja en los espacios de ocio:

“Un ejemplo respecto a las miradas, me pasa mucho, que voy a una tienda cualquiera a mirar ropa, (...) y pues bueno soy indecisa, (...) puedo estar dos horas en la tienda mirando, y en fin porque quiero mirar y cuando me doy cuenta que el de seguridad está siempre detrás de mí, y pues me voy, igual piensan que tanto tiempo en la tienda es porque me quiero robar algo, entonces no me siento ni segura ni me siento bien que me miren, por mi color de piel o porque me veo diferente de las chicas de acá, o lo que pueden llegar a pensar que me quiero robar algo (...) después de que me sentí tantas veces así evité pasar mi tiempo libre mirando cosas que son bonitas aunque no puedo tener, como que eso lo evito porque no me siento bien (...) las miradas, hablan sin hablar”.

**Mujeres migradas o racializadas**

## EN RESUMEN...

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. Las 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 la 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 LGTBQA+ 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 LGTBQA+. El análisis de la encuesta revela conclusiones importantes sobre la incomodidad en los espacios de ocio:
  - **Incomodidad por ser mujer:** el 24% 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 la 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, 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.).



## **OBJETIVO 4**

CLAVES PARA DISFRUTAR DE UN OCIO QUE  
NO REPRODUZCA VIOLENCIAS MACHISTAS

## 5 | **OBJETIVO 4:** Claves para disfrutar de un ocio que no reproduzca violencias machistas

Empezamos este último capítulo de propuestas para disfrutar de un ocio que no reproduzca violencias machistas, introduciendo algunos debates que hemos identificado en el análisis de los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad sobre cómo plantear estas propuestas. A continuación, señalaremos las propuestas organizándolas en base a los tres poderes:

- El poder del cambio 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.

### DEBATES NECESARIOS PARA LA ARTICULACIÓN DE PROPUESTAS PARA DISFRUTAR DE UN OCIO LIBRE DE VIOLENCIAS MACHISTAS



### DEBATE 1. Los espacios de militancia como espacios seguros y también como espacios de reproducción de las dinámicas de poder.

En el grupo de discusión de mujeres migradas y racializadas se ha puesto de manifiesto la importancia de los espacios de militancia como lugares seguros donde se sienten apoyadas. Sin embargo, se reconoce que estos espacios no están exentos de las dinámicas de poder presentes en la sociedad, las cuales también pueden manifestarse dentro de ellos. Es interesante observar que, a pesar de ser mujeres migrantes y racializadas, también pueden participar en la exclusión de otras personas. Esto sugiere **complejidad en las dinámicas de inclusión y exclusión dentro de estos espacios de militancia, donde la interseccionalidad juega un papel importante:**

“Tampoco en los espacios de militancia nos sentimos del todo seguras, porque las lógicas de poder se reproducen en todos los espacios”.

Mujeres migradas o racializadas

“Es un reto, porque también nosotras podemos ejercer con nuestro lenguaje, también muchas veces nos cuesta bajar y entender que no todas las personas estamos en la misma condición que aunque, yo soy mujer migrada, racializada, a mi fenotípicamente se me ve que no soy de aquí, pues también tengo unos privilegios que tengo educación superior y eso hace que a veces ejerza violencia, que empiezo a utilizar términos que igual la mitad de la gente no entiende lo que estoy diciendo”.

Mujeres migradas o racializadas

Al respecto, queremos destacar el reto que representa abordar la creación de espacios seguros en términos de género y racialidad, especialmente en los espacios de militancia mixtos. Es importante reconocer las contribuciones de las personas migrantes y racializadas en este proceso, pero también es crucial mencionar las prácticas machistas y sexistas que persisten en estos espacios, aunque sean de militancia.



## DEBATE 2. Los espacios de ocio inclusivo como espacios para hacer política junto a otras y no para otras.

Mónica Gortayre destaca una clave fundamental en la construcción de espacios de ocio inclusivos, aunque reconoce que puede ser difícil de comprender desde una perspectiva blanca. Ella advierte que a veces hay una tendencia a politizar estos espacios de ocio inclusivo, lo cual conlleva que haya personas que no se sientan cómodas en ellos.

En concreto, ilustra su experiencia en la organización de encuentros para mujeres trabajadoras del hogar y los cuidados en su barrio, argumentando que muchas veces las personas simplemente quieren disfrutar de su tiempo libre sin involucrarse en discusiones políticas explícitas. Propone que en lugar de actividades reflexivas, se organicen eventos más informales como concursos de empanadas o comilonas, donde las opciones de comida y bebida reflejen la diversidad y preferencias de las participantes.

“Por favor, señoras, vamos a reunirnos, vamos a organizar un concurso de empanadas, vamos a hacer una comilona, poner salsa y punto. Lo de la charla para reflexionar sobre el hogar y los cuidados, sobra. Si venimos a disfrutar del tiempo libre no venimos a hacer política. Y si hay cosas para comer no me apetece nada que lo único que hay sea vegano. Y sé que esto es duro de escuchar”.

Mónica Gortayre

“Si lo que les apetece es alquilar una sala que es confortable, con calefacción, con espejos para verse guapas mientras bailan, etc., habrá que escuchar esa opción, aunque signifique no estar en el espacio autogestionado y liberado, sin calefacción, sin decorar, etc.”

Mónica Gortayre

Para Mónica, el objetivo es construir políticamente con las personas, en lugar de hacerlo para ellas. Reconoce que esto puede significar aceptar ideas que no gusten a todas, pero considera que es necesario para construir espacios inclusivos de manera gradual y respetuosa. En resumen, **no se trata de despolitizar los espacios, sino de entender que la construcción política implica escuchar y colaborar con todas las partes involucradas.**



### DEBATE 3. Abordar los cuidados desde los feminismos gitano y decolonial promueve una visión más inclusiva del ocio y el tiempo libre.

Mónica Gortayre también aborda otra reflexión de interés vinculada a cómo se conciben los cuidados dentro del feminismo blanco. Ella destaca que la percepción peyorativa de los cuidados es algo que se establece principalmente en el feminismo blanco, y señala la importancia de considerar otras perspectivas como el feminismo gitano o la crítica decolonial para abordar una reflexión más amplia sobre el tema.

En este sentido, el estigma asociado a los cuidados, especialmente en relación con la maternidad, es una imposición del feminismo blanco que obliga a separar las esferas de cuidado del resto de esferas, como la de la participación o el ocio. Gortayre argumenta que amamantar a una criatura en espacios de participación no debería ser motivo de exclusión o discriminación, y que esta separación impuesta es violenta para las mujeres migradas y racializadas.

La percepción peyorativa asociada a la maternidad se enmarca en la crítica que el feminismo blanco ha dirigido hacia el rol de la familia heteropatriarcal en la reproducción de violencia machista y los roles de poder, así como en la configuración de los cuidados. Sin embargo, es importante reconocer que esta visión puede ser limitada y que es necesario actualizarla y adoptar una mirada crítica también sobre esta perspectiva.

En resumen, se destaca la necesidad de considerar otras perspectivas feministas, como el feminismo gitano y la crítica decolonial, para comprender mejor la importancia de los cuidados y promover una visión más inclusiva y respetuosa de la maternidad y otras formas de cuidado:

“Para nosotras, dejar a nuestras criaturas con otra persona para disfrutar es extremadamente doloroso, innecesario y que no nos construye como personas. A nosotras no nos acompleja ir cargadas de criaturas por la vida, porque nos llena de orgullo: lo estoy logrando, los he traído, los estoy cuidando y encima vienen conmigo. Yo llevo a mis hijos a las manifestaciones. Y no porque no pueda dejarlos con otra persona, sino porque quiero. Eso hay que entenderlo”.

Mónica Gortayre



#### DEBATE 4. Espacios de ocio mixtos o no mixtos.

En los tres grupos de discusión ha surgido en varias ocasiones el debate sobre si es más adecuado contar con espacios de ocio mixtos o no mixtos.

En cuanto a los espacios de ocio no mixto se hace referencia a que las personas consultadas se sienten más cómodas estando con personas que comparten características similares, como grupos de mujeres o grupos de personas con diversidad funcional. Esta observación sugiere que la afinidad y la conexión pueden surgir más fácilmente entre personas que comparten experiencias, lo que puede generar un sentido de pertenencia y apoyo.

Sin embargo, también se comentaba que los espacios de ocio mixtos son fundamentales para una socialización desde la diversidad, la cual genera aprendizajes relevantes y contribuye a la construcción de espacios de ocio inclusivos.

Es importante destacar que no es necesario elegir entre espacios mixtos y no mixtos, sino que pueden convivir ambas opciones, pudiendo construir los más oportunos y necesarios en cada momento y aprendiendo de ambos.

## 5.2 PROPUESTAS

Estas son algunas de las propuestas que han surgido en los diálogos a lo largo de la investigación, pero se recogen a modo de ejemplo, no en forma de lista exhaustiva ni de prioridades.

### PODER DEL CAMBIO PERSONAL

Dentro de las decisiones y actuaciones que podemos llevar a cabo desde lo personal para disfrutar de un ocio más inclusivo y que sirva como herramienta de transformación, destacamos lo siguiente:

- Llevar a cabo procesos de reflexión que permitan identificar prácticas de ocio alejadas del consumo y basadas en las necesidades, los deseos y las aspiraciones de cada una.
- Buscar momentos alejados de la productividad que ayuden a conectar con la parte más íntima y creativa de cada una.
- Desde el CCRT se ha hecho mucho trabajo en relación a la concienciación sobre el impacto ambiental del ocio. Incluir a esas reflexiones y propuestas la perspectiva de ocio inclusivo, decolonial, antipatriarcal... etc.

### PODER DE LA FUERZA COLECTIVA

En cuanto a las propuestas para articularnos colectivamente para generar otro modelo de ocio no basado en lógicas productivistas, destacamos:

- Para las organizaciones sociales de apoyo a la autonomía de las personas con diversidad funcional, fomentar una propuesta más rica de actividades de ocio, tanto el fin de semana como durante la semana. La propuesta de actividades además, tendría que llevarse a cabo fomentando la participación de las personas con diversidad funcional para asegurar que la programación se ajuste a sus deseos, aspiraciones y necesidades.
- Para los Gaztetxes, establecer estrategias que fomenten un mayor acceso a estos espacios entre la juventud.
- Crear concursos sobre ideas creativas para el diseño de actividades y espacios de ocio y tiempo libre inclusivo e igualitario.
- Establecer redes entre colectivos, movimientos y organizaciones para identificar propuestas de ocio inclusivo y con perspectiva interseccional.

- Abordar reflexiones colectivas sobre propuestas de ocio desde los feminismos decoloniales.
- Realizar campañas de sensibilización ciudadana sobre el vínculo entre ocio mercantilizado y violencias machistas.
- Difundir y dar a conocer entre los espacios de activismo/militancia y ante la ciudadanía iniciativas de ocio que desafían la normatividad como por ejemplo, el grupo de Salsa-Bachata Queer de Trintxerpe que recupera los bailes latinos pero fuera de la lógica binaria y machista; o las creep raves, espacios creativos pensados para toda la comunidad.
- Actividades de ocupación del espacio público para el ocio, recuperar calles, plazas y parques, para hacer comidas, bailar, organizar charlas, cine forums; como forma de mostrar la necesidad de más espacios colectivos, públicos y no mercantilizados.
- Apoyar las luchas sociales a favor de la disminución de la jornada laboral.

## PODER DE CAMBIAR LAS REGLAS DEL JUEGO

Por último, las propuestas relacionadas con responsabilidades políticas y económicas a la hora de modificar las estructuras sobre las que se asienta el ocio mercantilizado, apuntamos las siguientes:

- Llevar a cabo procesos de incidencia política ante las instituciones vinculados a aspectos que garanticen el derecho al ocio: por ejemplo, relativas al cumplimiento de la accesibilidad de los espacios, o relativas al establecimiento de un sistema público de cuidados para que las mujeres cuidadoras cuenten con mayor tiempo para disfrutar de su ocio y tiempo libre.
- Participar en procesos de incidencia política para derogar la ley de extranjería que deja sin derechos básicos a personas migrantes.
- Participar en convocatorias de movilización ciudadana como por ejemplo la ILP presentada por el colectivo Regularización Ya, la manifestaciones convocadas por los colectivos antirracistas en favor de las personas manteras, las empleadas del hogar migradas, en contra de la violencia policial ejercida hacia personas racializadas.
- Solicitar a la administración pública que las acompañantes de personas con diversidad funcional estén exentas del pago de las actividades de ocio: entradas gratuitas para los cines, teatros, espectáculos, etc.

- Incentivar propuestas de ocio inclusivo e interseccional en los Gaztelekus y otros espacios juveniles municipales.
- Generar manuales de calidad de atención en igualdad e inclusión, para los locales y los establecimientos públicos y privados que ofrecen actividades de ocio.
- Al igual que se establecen certificados medioambientales, incentivar el establecimiento de certificados de inclusividad e igualdad para el sector público y privado vinculado al ocio y al tiempo libre.
- Incentivar el uso de distintivos que aboguen por la no discriminación (banderas de arcoíris, mensajes antirracistas, contra las agresiones machistas etc.) en los establecimientos públicos y privados de ocio y tiempo libre. Estos distintivos deberían estar conectados con campañas de mayor profundidad para no incentivar fenómenos como el pinkwashing.
- Fomentar una propuesta de actividades desde y para la comunidad en general. Ello implica generar procesos participativos que permitan a la comunidad socializar sus necesidades en relación a las propuestas de ocio, para crear una propuesta adaptada a la diversidad.
- Fomentar espacios de ocio no capacitistas, donde pueden ir personas mayores y criaturas, sin que tenga que haber un espacio diferenciado para los cuidados.
- Habilitar y promover espacios de ocio desde una perspectiva interseccional y no mercantilista: actividades gratuitas en calles, polideportivos, parques.
- Llevar a cabo procesos de incidencia política ante las instituciones para cambiar ordenanzas municipales que dificultan el uso de los espacios públicos con libertad.
- Elaborar propuesta sobre prevención de agresiones machistas y racistas en los espacios de ocio nocturnos y diurnos (respuesta ante mapas de la ciudad prohibida<sup>39</sup>).

---

<sup>39</sup>. Desde que en 1996 la plataforma política de mujeres Plazandreak publicara el Mapa de la Ciudad Prohibida de Donosti, han sido muchos los municipios vascos que han seguido esta iniciativa como herramienta para asegurar la participación de las mujeres en el análisis crítico del urbanismo.



# 4

## Conclusiones





## **OBJETIVO 1**

CÓMO SE ENTIENDE EL OCIO  
Y EL TIEMPO LIBRE

Presentamos las principales conclusiones de la investigación ordenándolas según los objetivos y las hipótesis formuladas.

## **HIPÓTESIS 1. LAS PERSONAS CONSULTADAS MEZCLAN EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE**

Aunque existe ambigüedad en la diferenciación entre ocio y tiempo libre entre las personas consultadas, la variable de racialización parece influir en su definición.

Las personas migradas y racializadas consideran que el ocio y el tiempo libre son construcciones sociales basadas en un modelo de sociedad que prioriza lo productivo, relegando otros aspectos como los vínculos humanos, los cuidados y el ocio.

Se plantea la discrepancia entre este modelo de ocio y las vidas de las personas migradas y racializadas, lo que sugiere la necesidad de reflexionar sobre quiénes realmente tienen tiempo libre para disfrutar, destacando cómo el ocio y el tiempo libre parecen estar convirtiéndose cada vez más en un privilegio de unos pocos 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/HETEROPATRIARCAL**

La investigación concluye que el ocio en una sociedad capitalista y heteropatriarcal contribuye a la generación de desigualdades y violencias machistas. Además, factores como la racialización o la diversidad funcional complican aún más el acceso a espacios de descanso y disfrute. De esta manera resulta imprescindible incluir en los estudios de ocio y tiempo libre un análisis interseccional para comprender cómo determinadas variables (diversidad sexual y de género, racialización o diversidad funcional, entre otras) afectan el acceso al tiempo de ocio de las mujeres, y la necesidad de organizar estos tiempos de manera inclusiva, considerando 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 incluye charlar con amistades o familia, practicar deporte y pasear. Las preferencias varían según la edad, género y racialización. El ocio tiende a realizarse en lugares como el hogar, naturaleza y espacios públicos, mayormente en compañía de amistades o pareja. Las mujeres suelen gastar más en ocio que los hombres.

Desde una perspectiva cualitativa, se observa una percepción de que el ocio y el tiempo libre están influenciados por una lógica capitalista y mercantilista que genera exclusión. Las decisiones de ocio están condicionadas por mandatos sociales y presiones que limitan las posibilidades de disfrutar del tiempo libre de manera inclusiva y gratuita, priorizando el ocio "exclusivo" y de pago en una sociedad capitalista. Asimismo destaca la aspiración de encajar con el modelo de ocio BBVA, influenciando las aspiraciones y deseos de las personas.



## 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**

La ley de extranjería afecta a las personas migradas y racializadas en su disfrute del espacio público, incluso para aquellas que están "regularizadas". Esto se traduce en una sensación de no pertenencia y restricciones en el acceso a espacios de ocio. Según la encuesta, hasta el 9% de las personas reportan incomodidad en espacios de ocio debido a la presencia policial, siendo más frecuente entre aquellas con nacionalidad extranjera (18%). Las mujeres migradas y racializadas experimentan estigmatización, violencia y exclusión en los espacios de ocio debido a la intersección de distintas opresiones. Urge crear espacios comunitarios de seguridad desde una perspectiva antipunitivista y antirracista, que fomenten la integración, seguridad y pertenencia a la comunidad.

## **HIPÓTESIS 2. A MAYOR PODER ADQUISITIVO, MAYOR CAPACIDAD DE DISFRUTE DEL MODELO BBVA**

Los resultados de la investigación nos permiten afirmar que el concepto de ocio según el modelo BBVA es costoso, exclusivo y poco sostenible, en contraste con las actividades más accesibles realizadas por las personas encuestadas, como pasear, charlar y hacer deporte.

Los obstáculos para realizar actividades deseadas que señalan las personas encuestadas incluyen la falta de dinero, tiempo, red social y oferta cultural diversa, afectando especialmente a personas jóvenes, no binarias, con diversidad funcional y madres solteras. Se destaca la aspiración de encajar con el modelo de ocio BBVA, influenciando las aspiraciones y deseos de las personas. El ocio insertado en una lógica capitalista se convierte en un instrumento para el consumo, reforzando 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 excluyente y está insertado en un sistema heteropatriarcal y capitalista que no considera la diversidad humana. Las personas LGTBQIA+ enfrentan limitaciones en las opciones de ocio debido a la perspectiva cisheteronormativa predominante. Las mujeres con diversidad funcional tienen dificultades adicionales para acceder a propuestas inclusivas de ocio y formar redes sociales para participar en actividades.

Las mujeres, especialmente aquellas con responsabilidades de cuidados, experimentan restricciones en su tiempo de ocio debido a la precariedad, la violencia y la culpa. Las mujeres migradas y racializadas enfrentan barreras económicas y de estigmatización que afectan su capacidad para disfrutar del ocio y el tiempo libre. Estos ejes de opresión a menudo se entrelazan, exacerbando las dificultades para acceder a espacios de descanso y disfrute de calidad.

## **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 muestran que la división sexual del trabajo impacta significativamente en las oportunidades de ocio y tiempo libre, especialmente para las mujeres. Se observa que las mujeres, especialmente las cuidadoras, dedican menos horas al ocio durante la semana laboral y los fines de semana en comparación con los hombres. Además, el cuidado de otras personas se identifica como un obstáculo importante para realizar actividades de ocio, con una prevalencia mayor entre las mujeres cuidadoras. Se evidencia también una sensación de culpabilidad entre las personas cuidadoras al disfrutar del ocio sin las personas dependientes, especialmente entre las mujeres mayores.

Por otro lado, tener o no tener pareja, especialmente en relaciones heterosexuales, influye en el ocio de las mujeres, con una mayor necesidad de negociar las opciones de ocio con la pareja entre las mujeres cuidadoras. Además, se percibe una presión social hacia el ligar en el ocio nocturno para las mujeres jóvenes, donde tener pareja ofrece un sentido de alivio y tranquilidad frente a posibles situaciones generadoras de incomodidad.



## 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)**

La investigación concluye que en el ocio mercantilizado se reproducen violencias estructurales, simbólicas y directas que afectan desproporcionadamente a las mujeres.

En primer lugar, la división sexual del trabajo sigue siendo una realidad arraigada en la sociedad, lo que significa que las responsabilidades de cuidado, tanto remuneradas como no remuneradas, recaen principalmente en las mujeres. Esto se traduce en una distribución desigual del tiempo y los recursos para el ocio, ya que las mujeres tienen menos tiempo disponible y a menudo se ven obligadas a sacrificar su propio tiempo libre para cumplir con las responsabilidades de cuidado hacia otras personas.

Además, las mujeres migradas y racializadas enfrentan una carga adicional debido a las dinámicas de opresión y discriminación presentes en la sociedad, lo que limita aún más sus oportunidades de acceder y disfrutar del ocio de manera equitativa. La falta de representación y reconocimiento de sus identidades culturales y sociales en los espacios de ocio contribuye a su exclusión y marginalización.

En segundo lugar, el modelo de ocio mercantilizado está intrínsecamente ligado a una lógica consumista y productiva, donde el valor de las actividades de ocio se mide en función de su capacidad para generar ingresos y beneficios económicos. Esto conduce a una oferta limitada y normativa de actividades de ocio, que excluye a aquellos que no pueden acceder a ellas debido a limitaciones económicas.

La presión social y los estereotipos de género también juegan un papel importante en la configuración de la experiencia de ocio, especialmente para las mujeres y personas no binarias. La sexualización y erotización de los cuerpos femeninos en los espacios de ocio, así como la representación estereotipada de las identidades de género en los medios de comunicación y la publicidad, contribuyen a la perpetuación de normas culturales excluyentes y a la creación de entornos hostiles para ciertos grupos.

Finalmente, la culpa asociada al “no hacer nada” y la estigmatización de las mujeres migradas y racializadas tienen un impacto directo en su experiencia de ocio, limitando su capacidad para disfrutar plenamente de momentos de descanso y relajación. Esto refleja la internalización de valores y expectativas sociales que desvalorizan y deslegitiman las formas de ocio no productivas o no normativas, contribuyendo así a la exclusión y marginalización de ciertos grupos en la sociedad.



## **OBJETIVO 4**

CLAVES PARA DISFRUTAR DE UN OCIO QUE  
NO REPRODUZCA VIOLENCIAS MACHISTAS

## **PODER DEL CAMBIO PERSONAL**

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 conectar 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 FUERZA 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 DE 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.
- ✓ 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>
- ✓ Lázaro, Y.; Madariaga, A.; Lazcano, I. y Doistua, J (2012). Ponencia “El derecho al ocio: un derecho humano en ocasiones desconocido”.
- ✓ Lazcano, I. y Madariaga, A. (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>
- ✓ Merelas, T. y Caballo, B. (2018): Enfoques feministas sobre los tiempos de ocio de las mujeres. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6817379>
- ✓ 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)

- ✓ Pérez Orozco, A. (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)
- ✓ 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://revistaraazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/153>
- ✓ SETEM Hego Haizea (2016): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos. Marco teórico: pág. 34-66. Disponible en: [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)
- ✓ SETEM Hego Haizea (2017): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos (Fase II). Disponible en: <https://www.setem.org/euskadi/wp-content/uploads/sites/16/2021/09/ConsumimosViolenciaII.pdf>

# Setem

[www.setem.org/euskadi](http://www.setem.org/euskadi)

@SetemHegoHaizea

