



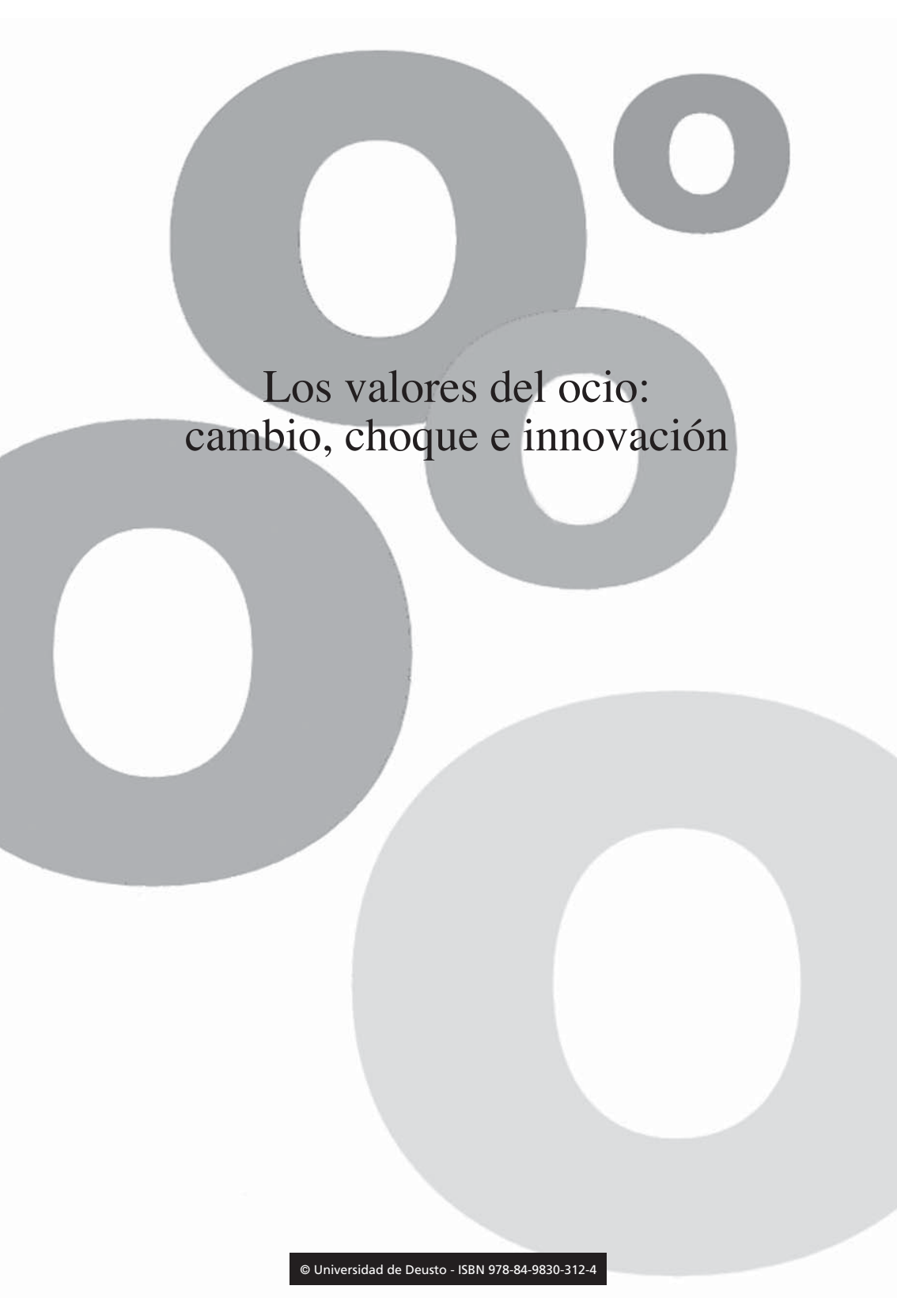
Estudios de Ocio
Aisialako Ikaskuntzak
Deusto

Los valores del ocio: cambio, choque e innovación

Aurora Madariaga Ortuzar
y Jaime Cuenca Amigo (eds.)

Documentos
de Estudios de Ocio
núm. 43

 **Deusto**Digital



Los valores del ocio:
cambio, choque e innovación

Aurora Madariaga Ortuzar y Jaime Cuenca Amigo (eds.)

Los valores del ocio: cambio, choque e innovación

2011
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 43

El Instituto de Estudios de Ocio pretende que la aparición de sus *Documentos* ayude a paliar la escasez de publicaciones sobre temas de ocio en lengua castellana. Cada Documento trata de responder a alguna cuestión relacionada con la práctica del ocio, entendido como cultura, deporte, educación, turismo, recreación y desarrollo personal y comunitario. Los especialistas y técnicos en las áreas señaladas podrán disponer así de investigaciones, instrumentos de trabajo y puntos de vista de personas que colaboran con este Instituto universitario. El contenido de cada uno de los documentos es obra y responsabilidad de su/s autor/es.

Las contribuciones a esta publicación han sido evaluadas según su calidad y adecuación al tema por parte del comité científico del Foro Ociogune, siguiendo el sistema de revisión anónima por pares.

Dirección

Manuel Cuenca Cabeza

Comité Editorial

Américo Nunes Peres, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Ana Ponce de León Elizondo, Universidad de La Rioja

José Antonio Caride Gómez, Universidad de Santiago de Compostela

José Clerton de Oliveira Martins, Universidade do Fortaleza (Brasil)

M.^a Carmen Palmero, Universidad de Burgos

María Luisa Amigo Fernández de Arroyabe, Universidad de Deusto

María Luisa Setién Santamaría, Universidad de Deusto

Roberto San Salvador del Valle Doistua, Universidad de Deusto

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Publicaciones de la Universidad de Deusto

Apartado 1 - 48080 Bilbao

e-mail: publicaciones@deusto.es

ISBN: 978-84-9830-312-4

Valores de la experiencia creativa y recreadora de ocio estético

M.^a Luisa Amigo Fernández de Arroyabe

¿Cómo es posible que una obra de arte, unos trazos de pluma o de lápiz, un esbozo frágil en el papel constituyan «una *persona* —una Beatriz, un Falstaff, una Ana Karenina— cuya sustancia para innumerables lectores o espectadores, excede a la vida misma en su *realidad*, en su apariencia fenoménica, en su longevidad encarnada y social?» (Steiner, 2006: 55). La pregunta formulada por George Steiner, reconocido intelectual, nos sitúa en el enigma de la creación y nos conduce a una cuestión clave que quisiera afrontar en este trabajo: los valores de la experiencia del arte desde el punto de vista del ocio estético. Podemos preguntarnos: ¿Qué valor conlleva la experiencia de la obra de arte, portadora de un impulso tan radical? O, en otros términos: ¿En qué consiste la transformación valiosa de la obra de arte? Y, en definitiva, ¿cuáles son los valores de la experiencia de ocio estético? No pretendo contestar de forma absoluta esta cuestión que un autor como Steiner plantea como *la más difícil* de la poética y de la psicología. Sólo me propongo razonar algunos aspectos que se muestran a la sensibilidad y al sentido cuando vivenciamos estas experiencias y que parecen escurrirse cuando pensamos sobre ellas. Comencemos concretando algunos conceptos.

Este trabajo concreta su enfoque en los valores de la experiencia de ocio estético en su doble vertiente creadora y recreadora. Me propongo destacar la dimensión valiosa de las obras de arte creadas por los artistas. Quiero apuntar con ello a lo que podríamos llamar la generación de valor que producen los creadores. El término *valor* y el adjetivo *valioso* no los

utilizo en un sentido de apreciación subjetiva, ni menos en una dimensión económica. Los emplearé apuntando la riqueza del resultado creado, de la obra conseguida, destacando la *transformación de la realidad*, que la acción creativa lleva a cabo. Los artistas crean, nombran, fundan otra realidad. En las grandes obras creadas es posible discernir una *irradiación* que las sobrepasa (Souriau, 1965: 35) o una *transfiguración* de los objetos que representan (Dufrenne, 1982, I: 371). Ambas expresiones apuntan a un *plus*, un acrecentamiento de lo real; la obra de arte desborda su significado en un sentido no unívoco, sino abierto (Eco, 1979) y simbólico (Gadamer, 1977, 1996). Estos aspectos muestran su valor e indican que los poetas, los artistas en general, son creadores en el sentido más profundo del término.

El arte muestra de una manera intuitiva formas portadoras de valores, creados por una persona, el artista, para otra, el receptor. Esto nos sitúa en una perspectiva comunicativa. En la experiencia de ocio estético realizamos diferentes operaciones sensibles e intelectuales y en ellas estimamos o desestimamos, en otras palabras, valoramos. Esto no quiere decir que inventemos subjetivamente los valores del arte, sino que los descubrimos en esa relación y que en ella o a partir de ella se desarrollan.

Esos valores se hacen patentes en una relación entre la obra y el receptor; esta relación comunicativa posibilita el descubrimiento de los valores encarnados en las formas y converge en el desarrollo de otros valores en la persona. Esto significa que la vertiente recreadora de la experiencia de ocio estético sitúa el horizonte de valor en otra dimensión. Me refiero a los beneficios que aporta para el desarrollo personal. Utilizo ahora el término valor en el sentido de humanizar o de favorecer el desarrollo humano, es decir, de todo aquello que potencia a las personas que son seres valiosos en sí mismos, en sentido kantiano. Desde esta perspectiva los valores del arte, aunque no sean específicamente morales, adquieren esta dimensión en la medida que se integran en una forma de desarrollo específicamente humana (Cortina, 2001: 323). Este marco se refuerza con las reflexiones que destacan el valor educativo de estas experiencias para la formación de la mente (Arnheim 1986, 1993; Eisner, 1995; Gardner, 1994; Goodman, 1995). Ahora bien, mi punto de vista en este trabajo no se centra en esta línea cognitiva trazada desde la psicología o la educación, sino en la reflexión estética y en la teoría del ocio.

Desde hace algunos años centro el ámbito de investigación en el ocio estético, encuadrado en el ocio creativo (Amigo, 2000). Como apuntaba antes, mi intención es esbozar ahora algunas dimensiones del ocio creativo como fuente de generación de valor. Esta línea conduce a la transformación valiosa de la realidad que los artistas llevan a cabo en las obras de arte y a su potencialidad para desplegar valores en la persona que las recrea.

Conceptos: Experiencias de ocio estético creador y recreador

El ámbito del ocio en el que centro la atención es el creativo. La distinción de diferentes dimensiones del ocio ayuda a estudiar teóricamente el fenómeno, que en la realidad se da de forma compleja e integrando diversos perfiles. Siendo conscientes de ello, la reflexión que se lleva a cabo en el Instituto de Estudios de Ocio destaca que el ocio creativo es una dimensión del ocio autotélico y se corresponde con «las experiencias de ocio que se realizan de un modo satisfactorio, libre y por sí mismas, sin una finalidad utilitaria». Se trata de un ocio desinteresado desde el punto de vista económico que «proporciona autorrealización y calidad de vida» (Cuenca, 2006: 14).

La dimensión creativa se entiende como la realización actual del concepto de ocio propio de la cultura clásica. Se concreta en el ocio formativo, reflexivo, cultural, creativo y de crecimiento personal. La reflexión teórica ha destacado su carácter consciente, de apertura y encuentro, relacionándolo con la autorrealización, subrayando el aprendizaje y la formación. La creación y la recepción artísticas se encuadran en esta dimensión (Cuenca, 2000). Desde la Antigüedad el ocio se ha comprendido vinculado al conocimiento y a la cultura, como un ejercicio propio de la persona formada, culta y sensible. Por ello, el ámbito de las artes destaca en el marco de los aprendizajes de ocio, desde Aristóteles. El ocio es cauce para lograr el fin supremo del ser humano, su realización personal y social. El ideal del ocio clásico trasciende lo personal y se orienta a la formación del ciudadano y al servicio a la comunidad (Segura, Cuenca, 2007: 22-38).

Concretando estas ideas en el marco estético, podemos reconocer un nivel creativo o productivo, que supone la producción de realidades previamente no existentes, y otro nivel recreador, capaz de acoger aquellas y recrearlas (Amigo, 2000).

El primero hace referencia a la creación de objetos estéticos y obras artísticas, a la creación de *imágenes* en un espacio de ficción. El segundo alude a experiencias de recreación de esos objetos y obras. En él se da también la dimensión creativa en la medida en que aquellos objetos y, especialmente, las obras de arte culminan en la apropiación que realiza el receptor. La creatividad no se comprende, en exclusiva, para el artista creador y se desplaza al horizonte de la recepción de las propuestas estéticas.

Los receptores son creadores, en la medida en que las acogen, las completan o desarrollan (Eco, 1979), (López Quintás, 1998). Así podemos concretar que bajo el binomio de ocio estético comprendemos las experiencias creativas y receptoras que crean y recrean los objetos estéticos. Las primeras nos conducen, primariamente, al ámbito de la creación y las segundas a la recreación. Pero en ambas hay una dimensión de creatividad, de participación y de recepción estética (Jauss, 1986; Gadamer, 1996).

La belleza, ámbito de relación del ocio estético

Uno u otro caso, creación o recreación, conducen a la persona y a una determinada actitud ante la realidad. Ese ámbito de relación lo podemos articular bajo el término belleza. Las palabras clave que lo encuadran esta relación son: la persona, su actitud, la experiencia, la creación, la participación, la contemplación, todas ellas reunidas bajo el ámbito de la belleza.

Cuando los artistas quisieron defender la autonomía del arte escribieron textos reclamando este espacio. Así podemos leerlo en Lessing, quien se limita a aquellas obras en las que el artista se ha manifestado como tal y en las que la belleza ha sido su único objetivo: «Solo quisiera dar el nombre de obras de arte a aquellas en las que el artista se ha podido manifestar como tal, es decir, aquellas en las que la belleza ha sido para él su primera y última intención» (Lessing, 1990:76). La intención de Lessing es marcar distancia con obras que obedecen a parámetros religiosos o a finalidades prácticas, que no son consideradas en el marco de una creación autónoma.

Evidentemente, después del arte implicado del siglo XX, no se puede limitar el arte a esta concepción. Sin embargo, el ámbito de la belleza como horizonte conceptual puede seguir sirviendo para priorizar la relación estética, tanto desde el punto de vista creador como receptor. Trato así de destacar que en estas experiencias se privilegia la relación con la realidad, desde el punto de vista estético. La experiencia creadora se condensa en el esfuerzo del artista por encontrar el cauce de expresión. El escultor con el cincel en la mano, el escritor concretando la palabra y el pintor con el pincel nos dan la imagen del desafío de la creación en busca de la obra. Todo artista tiene que encontrar la forma que exprese lo que quiere decir. En la experiencia recreadora esta relación con la realidad se concreta en el disfrute de su contemplación, participando en ella sin otra finalidad, es decir, desde la apreciación de la belleza. Se disfruta de algo por lo que es en sí mismo, por la relación con ello, independientemente de su posesión, de uso o de su consumo. Eso significa que la relación de ocio estético es autotética.

Valores de la experiencia creativa de ocio estético

¿A qué experiencia creativa nos referimos?

La experiencia creativa de ocio estético se concreta en la creación de objetos estéticos y obras artísticas. Requiere un creador, un artista, y se condensa en una realidad creada, una obra. Sabemos que algunas pro-

puestas del arte contemporáneo han abundado en la vivencia como *obra*, que no requiere la consolidación en un objeto. No me centraré en ellas, sino en aquéllas que patenten la creación en obra, susceptible de ser, a su vez, participada y revivida por otra persona.

Desde la Ilustración se comprende la acción creadora como fruto de un artista genial. Sin negar las reflexiones anteriores de la Antigüedad o Renacimiento, es el pensamiento kantiano el que sostiene la idea de genio creador, que aún se mantiene viva. Kant concreta que el genio es un don natural para producir obras de arte originalmente, sin reglas aprendidas ni imitadas. Estas obras serán consideradas ejemplares. Se trata de un talento natural que no consiste en una capacidad de habilidad, ni tampoco en normas aprendidas. El genio debe aprender el oficio artístico, formar su gusto y dominar su intuición con el entendimiento, pero su aparición es algo natural e imprevisible. De modo que la originalidad es su primera cualidad. Además la obra no debe ser un absurdo sino un modelo que sirva a los demás. El artista genial no sabrá explicar cómo la realiza, pues no hay regla alguna en su creación, por lo que tiene grandes dificultades para comunicarla a los demás. La genialidad es innata y Kant la concreta como «la facultad espiritual innata mediante la cual la naturaleza da la regla al arte» (Kant, 1973: 359). Es decir, se entiende como un don natural para producir obras de arte originales, sin partir de reglas ni modelos imitados; estas obras de arte serán consideradas ejemplares.

En nuestro tiempo el concepto abarca una extensión muy vasta. Csikszentmihay (1998) destaca diferentes usos y atribuye la creatividad, propiamente, a las personas que han modificado el campo simbólico, como Leonardo o Picasso. Estas personas, usando símbolos en un dominio dado, como por ejemplo en las artes, realizan obras novedosas, que son reconocidas por el ámbito cultural correspondiente, en ese caso, el arte. Destaca, por lo tanto, la cualidad de la persona y también el resultado reconocido dentro del espacio cultural.

Esta comprensión ha incidido en la relación recreadora y en la valoración de las obras de arte. Si admiramos algo como obra de un genio, destacamos que su creación, —que no obedece a la aplicación de unas reglas—, surge de un hacer que sobrepasa esa acción, lo que nos conduce a un horizonte que penetra en el misterio o en el inconsciente y hunde sus raíces en un espacio irracional. El filósofo Gadamer puntualiza que precisamente por ello queda caracterizado lo que es artístico, lo que es «estéticamente valioso» (Gadamer 1996: 66). Para corresponder a esta creación se necesita un receptor con una capacidad *congenial*, que sepa disfrutar recreando. Eso no significa que la obra tenga la misma función para el creador que para el recreador. Hauser concreta que para el autor la obra es la definición, la articulación de estados anímicos caóticos, mientras que

para el receptor es un modo de comprensión del mundo, un medio de catarsis y de participación en destinos ajenos (Hauser, 1977: 569).

La experiencia de ocio estético creativo es valiosa para el propio sujeto creador. Para el artista, la creación es una búsqueda, que sólo con esfuerzo y dedicación culmina en obra. Escribe el pintor Matisse: «Lo propio del artista es crear; donde no hay creación no existe arte. Pero nos equivocáramos si atribuyéramos este poder creado a un don innato. En materia de arte, el auténtico creador no es únicamente un ser dotado sino un hombre que ha sabido ordenar todo un conjunto de actividades cuyo resultado es la obra de arte. Es así como para el artista la creación comienza en la visión. Ver es ya una operación creadora y que exige un esfuerzo» (Matisse, 1978: 203).

Hablar de arte parece conducir a homogeneizar ámbitos bien diferenciados como la composición de una obra musical, una ópera, una obra pictórica o un poema. Unas y otras requieren tiempos distintos que posibiliten su realización. Cuando leemos confesiones de los artistas, de uno u otro ámbito, reconocemos la plenitud de la experiencia vivida, el gozo que experimentan al idear la obra y al verla concluida. El placer de crear se vincula al orgullo de la obra hecha. El poeta Juan Ramón Jiménez escribe en un aforismo: «Nada significa el aplauso de los demás. Las manos se cansan. Flor de un día. Procurad los deleites íntimos que nos proporcionen una vida noble y bella. Haced vuestra obra por el placer de hacerla, por el placer de dejarse en la vida, de perpetuar nuestra alma en el río de las ideas» (Jiménez, 1990 b: 295). El texto muestra que el poeta entiende la poesía como un fin en sí misma, no un medio para otra finalidad. No busca un objetivo didáctico, ni un premio, no persigue tampoco el aplauso de los demás. Ofrece su obra a los otros como fruto del trabajo gustoso y nos invita a realizar nuestra obra personal con placer y deleite íntimo. En su pensamiento, ocio y trabajo se unen en su propuesta del trabajo gustoso. El trabajo gustoso, es decir, el ocio, sería una forma de cultivarse y realizarse, en suma, una realización poética, lo llama Juan Ramón.

Ahora bien, en estas páginas, no voy a centrarme en el valor de la experiencia para el propio sujeto creador. Lo haré concretando la reflexión en la generación de valor que aporta la obra creada. Me propongo apuntar los valores de la experiencia de ocio creativo, no en la propia creatividad del artista sino en el fruto creado, tratando de destacar por qué las obras son valiosas.

El fruto de la experiencia: una obra valiosa

He destacado que la experiencia creadora de ocio estético se concreta en la generación de obras artísticas. Requiere un creador, un artista, y se

condensa en una realidad creada, una obra. Por ello mi centro de atención no es el de aquellas vivencias que renuncian a la forma, sino la de aquellas que se consolidan en obra creada.

La obra de arte se origina en una acción compleja en la que el artista debe moverse en diferentes planos que van configurando una forma sensible portadora de una realidad suprasensible. Plazaola destaca que en nuestra tradición occidental el arte implica un material y una transformación sobre él; una acción que hunde sus raíces en un mundo inconsciente, pero que bajo la luz de una intuición y guiada por una razón da forma sensible a ese material. La obra de arte es una realidad que aporta novedad y la comunica (Plazaola, 1979, 1991). En la misma línea J. Jiménez destaca el valor del arte como imagen, como forma simbólica de conocimiento e identidad. Su valor arraiga en que la obra es singular y rompe la cadena de signos del universo cultural de masas. El arte es poiesis, creación, producción de conocimiento y placer. Por ello subraya que el arte invita a una participación activa (Jiménez, 1986). Otros pensadores reconocerán una sabiduría instauradora (Souriau, 1965) o creadora de ámbitos (López Quintás, 2005).

La forma creada es una fuente de luz e iluminación de sentido. Es una realidad creada por una persona, el artista, que reclama un receptor, otra persona que dialogue con ella. Los artistas realizan formas en las que encarnan su visión de las cosas y su experiencia del mundo. Esa labor de encarnación es una acción primordial de búsqueda y clarificación de la forma, ya que el arte requiere la forma creada.

La acción creadora del artista configura una obra que resulta ser una nueva realidad. Las obras de arte no pueden comprenderse sólo en clave de soportes materiales y cualidades sensibles. El arte es una actividad instauradora —escribe E. Souriau—: «Es el conjunto de las búsquedas, orientadas y motivadas que tiende expresamente a conducir un ser desde la nada o desde el caos inicial, hasta la existencia completa, singular, concreta, de la que da fe su presencia indiscutible. En toda obra es posible discernir una irradiación que la sobrepasa» (Souriau, 1965: 35-95). La expresión de Souriau, una irradiación que la sobrepasa, explícita de nuevo el arte como creación de valor.

Con estas reflexiones vamos observando que las obras de arte se caracterizan por ser un ámbito de sentido, de luz, de acrecentamiento de lo real. En esta línea podemos hablar de una transfiguración del arte. El pensador de Estética Dufrenne concreta: «El arte transfigura los objetos que representa» (Dufrenne, 1982, I: 371). Los objetos que un artista representa, —aunque estén tomados de un paisaje, de una realidad natural—, quedan inmolados a un sentido que los sobrepasa. El arte nos enseña a ver más allá de nuestra visión cotidiana; nos ayuda y nos entrena en la visión metasensi-

ble: «Lo que interesa y estimula a un artista es, entre los objetos del mundo, lo que no está hecho y que parece que está esperando: se trata de esa insalvable dimensión de lo real, que no se manifiesta más que en la afectividad, y que sólo el arte puede fijar y comunicar» (Dufrenne, 1982, I: 364).

La obra de arte dice algo, directamente, más allá de su significado inteligible, revela una cierta cualidad afectiva, que no es fácil de traducir, pero que se experimenta de manera distinta. La obra creada ofrece una pluralidad de sentidos, que atestiguan su profundidad y su riqueza. No tiene un sentido unívoco, sino plural, abierto y simbólico. Ahí radica su valor. Trataremos, a continuación, de desplegar la riqueza que se desprende de lo aquí apuntado.

¿Por qué la obra creada es valiosa?

Voy a tratar de responder a esta pregunta dando una serie de razones, que no pretenden la exhaustividad, sino sencillamente apuntar las direcciones que desde el punto de vista del ocio estético indican el valor.

Quisiera destacar, en primer lugar, el valor propio de la creación, el valor de crear y voy a explicitarlo con la expresión de Juan Ramón Jiménez: Las obras de arte *aumentan el mundo* con realidades valiosas. Esta expresión del poeta arraiga en el horizonte ético-estético que marcó su pensamiento. Juan Ramón piensa que un poeta ha de aumentar el mundo en alguna forma y manera «por su pensamiento, su sentimiento o su expresión (*sic*)» (Jiménez, 1975: 145). Concibe su acción poética en el doble sentido de crear —aumentar de este modo el mundo con su palabra— y profundizar los interrogantes, dar significado a las preguntas:

Hemos venido solamente para comprender por qué y para qué hemos venido. Y el único saber que puede compensarnos en nuestro papel de ignorantes en la representación humana sucesiva (de nuestro volver a lo otro oscuro sin el seguro secreto entre cuyo sol anduvimos tanto) es el amor de nuestra materia animada por la semilla de la sucesiva verdad completa (Jiménez, 1990 a: 171).

Aumentar el mundo se traduce en los artistas en la obra de creación. Esa obra está sustentada en la conciencia de apropiación del mundo desde el yo y en la donación de significatividad a las cosas. Se trata, por tanto, de una acción estética, creadora, pero que sitúa al artista en un horizonte de autenticidad de carácter ético. La obra creada es para los que no somos artistas un horizonte de comprensión, de renovación de nuestra propia visión de la realidad, y, al mismo tiempo, una fuente de gozo.

Ahora bien, si sólo comentáramos que el artista aumenta el mundo, la visión parecería meramente cuantitativa. Por eso debemos añadir que el fruto de esa acción es valioso. Puede serlo en diversas direcciones, pero quisiera apuntar una de ellas: El artista es capaz de crear *una realidad invisible: Lo esencial es invisible a los ojos*, dice el *Principito* (Saint-Exupéry, 2008: 72). Destacaba antes el esfuerzo de los artistas por dotar la obra de nuevas significaciones. Quizá, ahora, la palabra clave que nos puede ayudar a comprender esta realidad invisible sea *valor*. La realidad creada por el artista es un ámbito de transformación que transfigura las cosas en valores. La *realidad invisible* es una vida espiritual, un alimento del alma que el artista, en este caso el escritor, es capaz de crear y que nos invita a que nosotros, lectores, lo veamos también.

Lo mismo en *Platero y yo* que en *El Principito* la acción realizada transforma las *cosas* en *valores*. La obra de arte nos ofrece esta mirada profunda de la realidad hecha palabra, forma.

Intentaré concretar estos valores en sus principales dimensiones:

1.º Valor de exaltación de lo sensible: La obra creada hace presente y exalta la riqueza sensible

Ni los poetas ni los pintores ni los artistas en general buscan una réplica del mundo sensible. Sus obras creadas hacen presente imágenes de *plenitud sensible*. En expresión de Cassirer: «El arte nos proporciona una imagen, más rica, más vívida y coloreada de la realidad y una visión más profunda en su estructura formal» (Cassirer, 1971: 251). La ciencia se encarga de descubrir las leyes y los principios generales, el arte de revelar la profundidad sensorial. Así nos ayuda a *ver* las formas y a gozar de su variedad. En ese sentido destaca el valor que proporciona su conocimiento, un conocimiento singular y específico que se basa en la *visión simpática* de la realidad.

Toda obra de arte tiene una materia que no es sólo un medio indispensable para la configuración de la obra, sino también un fin; vale por sus cualidades y porque éstas se ofrecen a la percepción estética, mostrando la dimensión sensible de la obra. Los artistas configuran lo sensible para que pueda ser captado sin equívocos. El lenguaje intensifica las representaciones sensoriales, bien por el empleo de los adjetivos, de las imágenes, sugiriendo una red de relaciones sinestésicas o bien intensificando las metáforas. Son recursos del artista que definen los elementos del lenguaje encargados de atraer nuestra atención en la experiencia estética.

Sabemos que Cezanne trabajaba sus obras despacio, volviendo una y otra vez sobre el motivo, porque sabía que pintar la naturaleza no es co-

piar el objeto, sino darnos cuenta de las propias sensaciones: «Pintar al natural no supone copiar el objetivo, sino materializar las sensaciones propias. Dos cosas tiene el pintor: vista y cerebro, y ambas deben ayudarse entre sí. Hay que procurar que se desarrollen mutuamente: la vista, a través de la visión natural; el cerebro, a través de la lógica de las sensaciones organizadas» (Cezanne, 1993: 18). Buscaba el pintor otro modo de representar la realidad, más duradero y capaz de captarla desde diferentes puntos de vista. Lo mismo podemos observar en el siguiente texto:

La granada

¡Qué hermosa esta granada, Platero! Me la ha mandado Aguedilla, escogida de lo mejor de su arroyo de las Monjas. Ninguna fruta me hace pensar, como ésta, en la frescura del agua que la nutre. Estalla de salud fresca y fuerte. ¿Vamos a comérmola? ¡Platero, qué grato gusto amargo y seco el de la piel, dura y agarrada como una raíz a la tierra! Ahora, el primer dulzor, aurora hecha breve rubí, de los granos que se vienen pegados a la piel. Ahora, Platero, el núcleo apretado, sano, completo, con sus velos finos, el exquisito tesoro de amatistas comestibles, jugosas y fuertes, como el corazón de no sé qué reina joven. ¡Qué llena está, Platero! Ten, come. ¡Qué rica! ¡Con qué fruición se pierden los dientes en la abundante sazón alegre y roja! Espera, que no puedo hablar. Da al gusto una sensación como la del ojo perdido en el laberinto de colores inquietos de un calidoscopio. ¡Se acabó! (Jiménez, 2005, II, 3: 534-535).

Algunas obras de arte nos hacen ver el mundo sensible en toda su riqueza, realzando aspectos que no vemos con la mirada cotidiana.

2.º Valor de la interrogación y del descubrimiento: Las obras de arte interrogan la realidad

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

Este esfuerzo hacia la forma es valioso, pues tiene detrás una labor de experimentación, de interrogación, de concreción y de orden. Visión, atención y orden son aspectos clave de la creación que destacan los artistas.

El escultor Eduardo Chillida reconoce que trabaja en función del conocimiento, para clarificar determinadas cuestiones que sólo se hacen luz en las formas abstractas. En Bilbao tenemos una escultura que lleva este título, *Buscando la luz, IV*. Reconoce Chillida:

Para mí la escultura es el medio de conocimiento más apto que he encontrado. Cuando estoy trabajando en una obra, estoy tratando de contestarme preguntas que yo me hago a mí mismo en relación a mi entorno, a mi mundo, pero siempre tratando de buscar luz a través de este lenguaje que es mi obra, una obra es como una pregunta (Ugalde, 1965:74).

Hacer luz, mostrarla en palabras, en hierro, en melodía es el esfuerzo de la creación. El poeta lo intenta con las palabras; el pintor con los colores, el músico con los sonidos.

La obra creada, la forma conseguida, puede ser comprendida como *forma de claridad*. El concepto es de María Zambrano: «Existen lugares privilegiados en toda la realidad, aun en esa extraña realidad que es una obra humana de creación, lugares en que se crea un medio de visibilidad, donde la claridad se hace transparencia y la oscuridad se aclara en misterio, como un claro en el bosque donde brota un manantial y que parece ser el centro que torna visible al «bosque que los árboles han ocultado», visible porque lo torna vivo» (Zambrano, 1982: 17). Esta imagen de formas de claridad destaca el poder del arte para configurar con su propia luz nuevas facetas de lo real y pone de manifiesto que hay obras realmente iluminadoras.

Quizá podamos pensar que este epígrafe sólo haría referencia a ciertas obras de creación como algunos textos de Borges o ciertos poemas más metafísicos. No es mi intención restringirlo a unas determinadas obras. Tampoco pretendo lo contrario y atribuirlo a *todas*. Pero sí quisiera destacar que se puede observar en muchas. En algunos casos este rasgo salta a primera vista, pero en otros debemos hacer un esfuerzo para comprender que el artista no ha querido hacer un duplicado de la realidad, sino *otra realidad* que modifica aquella, que la transforma o la denuncia. En esta línea reflexiona Marcuse y apunta que toda obra es «subversiva de percepción y comprensión, una denuncia de la realidad establecida, la manifestación de la imagen de la liberación» (Marcuse, 1978: 57-58).

La pintura de Giorgio de Chirico fue pronto valorada como pintura metafísica y admirada por los surrealistas por la inquietud que suscita. En un texto escribe: «Todo objeto tiene dos aspectos: el aspecto común, que es el que generalmente vemos y que todos ven, y el aspecto fantasmal y metafísico, que sólo ven raras personas en momentos de clarividencia y meditación metafísica. Una obra de arte tiene que contar algo que no aparece en su forma visible» (González, 1979: 147). También la obra de René Magritte produce un efecto semejante. Utiliza elementos figurativos, fácilmente reconocibles: cascabeles, cortinajes, follaje, rocas, árboles... Pero los sitúa de un modo extraño. Los ordena de forma desconcertante y así perturba nuestro sentido de realidad.

Nada es lo que parece, a primera vista, y nos invita a preguntarnos cómo son las cosas. Sus imágenes buscan nuestras preguntas. A Magritte le interesa el efecto que la obra provoca en nuestra mente; quiere romper los hábitos de visión de nuestra mirada acomodada, sólo vemos lo que nos interesa ver. Le cautiva encontrar relaciones nuevas insólitas, misteriosas entre los personajes de sus cuadros y los objetos que le rodean.

Relaciones que provocan en nosotros un efecto de desplazamiento y de inquietud.

En un espacio más cercano podríamos reconocer esta torsión en obras como las de los pintores Jesús Mari Lazcano o Javier Riaño.

3.º Valor del nuevo significado: La obra creada condensa nuevas significaciones

El artista busca la forma; sabe que es portador de una experiencia creadora radical. Los poetas desean *nominar con plenitud de sentido*, buscando la palabra esencial. Por ello piden a la inteligencia el *nombre exacto de las cosas* y evitan el riesgo del tópico común, gastado en su uso y, a veces, vaciado de sentido. Las palabras, a diferencia de las otras materias que utilizan los artistas, tienen, como precisó A. Machado, *una significación de lo humano*, a las cuales ha de dar *una nueva significación*. El poeta sólo tiene la palabra y con ese material debe hacer la joya, convertir el metal en obra única:

La palabra es valor de cambio, convencional, moneda de curso; el poeta hace de ella medio de expresión, valor único de lo individual; necesita convertir la moneda en joya. Mas el aurífice hará una joya con el metal de una moneda, fundiéndola, e imprimiéndole nueva forma. Para labrar su joya el poeta no puede destruir y borrar la moneda. Porque su material de trabajo no es lo que en la palabra correspondría al metal de la moneda, esto es: el sonido, sino aquellas significaciones del humano que la palabra, al hacerse moneda, pretende objetivar (Machado, 1988, II: 1315).

La transformación del *metal en joya* no viene dada por el valor fonético, ni en la línea, ni en el color, sino en *la honda palpitación del espíritu, lo que pone el alma*, es decir, la voz propia del poeta o *la respuesta animada al contacto con el mundo* (Machado, A. 1988, II: 1593). Esta *respuesta* es la que anima la forma conseguida y es ella la que muestra la *nueva significación*.

No sólo en poesía. Richard Wagner valora con las siguientes palabras el logro de Beethoven: «En la sinfonía de Beethoven los instrumentos hablan

en un lenguaje que hasta aquella época nadie había empleado: su expresión puramente musical, cautivando al auditor y multiplicando los matices con la más inconcebible variedad, conmueve profundamente, llega a lo más íntimo de nuestro ser con una fuerza que otro arte cualquiera no puede alcanzar» (Wagner, 1995: 106). El pintor tiene el color para expresar las nuevas significaciones. Por eso la obra se vuelve simbólica, como reconoce Gauguin. El símbolo se crea por medio de armonías inteligentes:

Puesto que el color es enigmático en sí mismo en las sensaciones que nos produce, lógicamente sólo puede ser utilizado de forma enigmática, cuando se usa no para dibujar, sino para proporcionar las sensaciones musicales que se desprenden de él, de su propia naturaleza, de su fuerza interior, misteriosa, enigmática. El símbolo se crea por medio de armonías inteligentes. El color es una vibración, como la música, y por ello llega hasta lo que hay de más general y parte de lo más vago que existe en la naturaleza: su fuerza interior (Gauguin, 1989:147).

Estas reflexiones conducen al horizonte simbólico: Las creaciones artísticas son símbolos. Destacaba antes que partía de la comprensión de la obra de arte como portadora de una multiplicidad de sentidos, por su riqueza inagotable (Dufrenne, 1982) y por su carácter ambiguo (Eco, 1984). La fecundidad de su forma reside en su dimensión simbólica. Plazaola destaca que las obras de arte pueden no ser imitativas, pero siempre son *símbolos*. Por su parte López Quintás sostiene que lo que el gran arte de todos los tiempos intenta plasmar y traer a presencia del espectador nos son objetos, sino «ámbitos de realidad» (López Quintás, 2004). El carácter simbólico tiene que ver con la multivocidad del arte. Frente a una lectura directa —la señal de tráfico— el arte es inagotable, es multívoco, simbólico, invita a ser interpretado. De ahí la *actualidad de la obra* que consiste en un estar constantemente abierta a nuevas integraciones, como un presente intemporal (Gadamer 1996: 56).

Bajo esta dimensión simbólica cobran unidad los aspectos anteriores que he ido destacando: la exaltación de la riqueza sensible en una forma clarificada, las nuevas significaciones, el aumentar el mundo o la torsión de la realidad son facetas de un prisma complejo —la obra creada— que manifiesta en ellas su riqueza simbólica. Lo representado queda penetrado de sentido, más allá de las limitaciones de su propia representación. Esta dimensión abre la experiencia a lo absoluto, a la trascendencia en todo un arco que reconoceríamos desde la superación de lo sensible al misterio, el enigma de la realidad, la apertura a lo incondicionado y a Dios. Hay que entender esta trascendencia encarnada en la forma simbólica, que se despliega y se abre al sentido.

En correspondencia a esta plenitud, la comprensión de la obra no se circunscribe al sentido literal, ni se reduce a la imitación; invita al receptor a una comprensión profunda para descubrir la hondura del mundo que encierra la obra. Nelson Goodman destacó la eficacia cognoscitiva de los símbolos artísticos y subrayó que la simbolización debe estimarse según sirva al propósito cognoscitivo (Goodman, 1976: 258).

El artista conoce las propiedades y funciones de ciertos sistemas simbólicos que le permiten crear obras que actúen de manera estéticamente eficaz: Densidad sintáctica, semántica, plenitud relativa, ejemplificación y referencia múltiple y compleja son propiedades que tienden a centrar la atención en el símbolo. El símbolo artístico desempeña diversas funciones referenciales integradas y lleva consigo una pluralidad de significados.

Observemos, por ejemplo, el cuadro de *El Segador* de Van Gogh. Esta pintura es una imagen simbólica. El propio artista concreta en una de las cartas a su hermano Theo que el segador es un símbolo de la muerte. Pero para comprenderla en toda su plenitud tenemos que vincularla con la otra imagen muy querida del artista: el sembrador. De ambos temas realiza el pintor varias versiones. Conocedor de las tareas del campo se inspira en ellas para recordarnos que, como el campesino realiza con la tierra, nosotros debemos fructificar y germinar en nuestra vida. El amarillo se vuelve un símbolo esperanzador: la muerte no es aquí una amenaza, sino el tiempo de recoger el fruto germinado y maduro (Van Gogh, 1982).

El arte nos ofrece imágenes clarificadas concretas de fuerzas y relaciones menos tangibles como son los deseos, las esperanzas, el miedo o el sufrimiento. Estas fuerzas se muestran como un campo de estímulos organizados de tal modo que el receptor no puede realizar una comunicación referencial; no puede aislar los significantes para referirlos unívocamente a un significado denotativo; tiene que captar el sentido de la obra encadenando los significados que la forma encarna y le sugiere.

Valores de la experiencia recreadora de ocio estético

Algunos autores como R, Arnheim (1993) o Gardner (1994) y otros pensadores han destacado la importancia de una educación artística para el desarrollo integral de las personas. Siguiendo sus contribuciones y vinculándolas con la reflexión del Instituto de Estudios de Ocio, desde hace algunos años mi atención investigadora se ha centrado en este tema (Amigo, 2000, 2007, 2008).

Al llevarla a cabo desde este horizonte, nuestro punto de vista parte de la experiencia autotélica de ocio: El disfrute de la obra de arte es en sí mismo valioso porque genera estados de satisfacción y armonía. En esa

experiencia —sin necesidad de que tenga otra finalidad—, la reflexión es capaz de desplegar su riqueza y observar las habilidades concretas que contribuyen a la formación de la mente.

Al hablar de la mente me refiero al despliegue de todo nuestro psiquismo, de todas las habilidades que conforman nuestra forma de sensibilidad inteligente, siguiendo la orientación de Arnheim y Gardner. La recreación de las artes ayuda a desarrollarla, siendo así valiosa también para cooperar con los otros ámbitos educativos. No obstante la lectura que apunto, a continuación, no se centra en esta posible cooperación, sino en la riqueza estética y, por lo tanto, desde el punto de vista del ocio estético que es el que nos guía.

1.º El valor de renovar nuestra percepción. La recreación de la obra creada renueva nuestra percepción

Destacaba más arriba que la experiencia creadora hace presente y exalta la riqueza sensible. Pues bien, si ahora observamos la recepción de esta experiencia en una persona que la recrea, descubriremos que la obra potencia la renovación de la percepción. Subrayaba antes que el esfuerzo hacia la forma es valioso, pues tiene detrás una labor de experimentación, de interrogación, de concreción y de orden. Si para el autor la acción creadora es una operación de clarificación y búsqueda de la forma, para el receptor el fruto conseguido le ofrece una ocasión para renovar su mirada. Las obras proporcionan nuevas formas de experiencia que permiten a los receptores confrontar su visión con la del artista. En este sentido escribe Jauss: «La percepción estética renueva esta energía de la mirada, sublima la exigencia de ver y de ser visto, y la convierte en una *poética de la mirada*» (Jauss, 1986: 121). La experiencia de la obra creada permite renovar la mirada, confrontar la visión de la realidad con otros ojos. También el escritor Muñoz Molina apunta en este sentido: «El arte nos enseña a mirar: a mirar el arte y a mirar con ojos más atentos el mundo. En los cuadros, en las esculturas, igual que en los libros, uno busca lo que está en ellos y también lo que está más allá, una iluminación acerca de sí mismo, una forma verdadera y pura de conocimiento» (Muñoz Molina, 2008: 207).

Esta nueva forma de ver es una metáfora que no se circunscribe a la visión sensible y se concreta mejor desde el horizonte de renovación de nuestra sensibilidad. El arte nos ayuda a detener nuestra mirada, enseñándonos a ver de forma privilegiada objetos, personas o acontecimientos: «Debe estudiarse —escrive Francastel— porque él (el arte) hace posible un desmenuzamiento de lo real según modalidades de percepción particu-

lar (...) Pone a disposición de los individuos y de las sociedades un instrumento propio para explorar el universo sensible y el pensamiento (Francastel, 1988:115).

El arte tiene muchos caminos para renovar nuestra mirada; bastaría detenernos en los diferentes momentos históricos para observarlo con facilidad. Las obras de arte estimulan los sentidos del espectador, pero esta función va más allá del enriquecimiento sensitivo. El artista condensa en ellas investigaciones analíticas, propuestas que ensanchan nuestra visión. Muchas obras nos interrogan, nos sorprenden, nos sacuden y, en ocasiones, nos irritan.

2.º Valor de la interrogación y el descubrimiento

El artista creador condensa en la obra creada el trabajo de su configuración. La obra surge de este proceso y se alza como una *forma clarificada*, como un *claro del bosque*, al decir de María Zambrano.

He apuntado en las páginas precedentes el esfuerzo de Eduardo Chillida. Pensemos ahora en el *Peine del viento*, una obra enclavada en la bahía de San Sebastián. Para el escultor este lugar era un espacio significativo desde hacía años, cuando era estudiante de bachiller. Le gustaba sentarse entre las rocas y quedarse contemplando el mar y las olas rompiendo. ¿De dónde venían las olas? —se preguntaba. Años más tarde, ya encauzada su labor como creador reconoce: «He nacido frete a ella (la mar), algo que me ha impulsado siempre a penetrar en su misterio, a contemplarlo como un universo dotado de sus propias leyes» (Chillida, 2005: 26). El mar, el viento, la piedra, todos los elementos de la naturaleza son aspectos clave del hacer de un artista que se siente parte de ella. Como los pensadores griegos, el escultor formula preguntas:

*Qué hay detrás de la mar
y de mi mirarla?
Qué hay detrás de la mar
y de mi oírla?
Entre el viento y mi raíz
con la más fuerte alianza
el horizonte, la mar.*

Estas preguntas del escultor son las que le llevan a realizar una obra en la que trabaja durante años, desde 1952 hasta 1999. En el *Peine* trata de condensar el encuentro del mar, su lucha y los hombres «arrimándose a mirar lo desconocido desde el pasado hasta hoy, que seguimos mirando sin saber lo que hay detrás» (Chillida, Peña, Bazal, 1986: 57). Pues bien,

esas preguntas son las que la obra plantea al contemplador; preguntas, no respuestas. Por eso esta relación entre el participante y la obra se torna filosófica. Sólo por este impulso a la interrogación, la experiencia ya es valiosa. La pregunta es una invitación a la reflexión que conduce al descubrimiento del *mundo* que el artista ha encarnado en la forma.

Sabemos que el arte tiene un gran poder para penetrar la realidad y mostrar con su propia luz nuevas facetas de lo real. Tiene la capacidad de transfigurar, enriquecer, ahondar la realidad y hacernos partícipes de ello. Crea formas alternativas que iluminan nuevas posibilidades para el ser humano, sus relaciones con el mundo y con los otros. Como espectadores, nos adentramos en ellas en una experiencia que tiene una dimensión cognitiva, basada en un modo de conocimiento por participación en el que se vinculan conocimiento y acción creativa. Es un tipo de conocimiento experiencial y este adjetivo alude a la inmersión activo-receptiva del sujeto que participa en la experiencia estética, subrayando su protagonismo. Este proceso es valioso para la persona que lo experimenta. Así lo reconoce Eisner: «El valor principal de las artes en la educación reside en que, al proporcionar un conocimiento del mundo, hace una aportación única a la experiencia individual» (Eisner, 1995: 9). U. Eco destaca que la obra ofrece *complementos del mundo*, formas autónomas que actúan como *metáforas epistemológicas*. El arte condensa metafóricamente el modo como la ciencia y la cultura de la época ven la realidad (Eco, 1979: 89).

Goodman recuerda que los mitos del intelecto insular o de la emoción sin inteligencia han quedado obsoletos. La percepción, el sentimiento, la razón son facetas de la cognición y cada una influye sobre las demás. Así las obras de arte funcionan en la organización y reorganización de la experiencia acumulada, estimulando la mirada activa, agudizando la percepción, aumentando la inteligencia visual, sacando a la luz nuevas conexiones. Así participan de hacer y rehacer nuestros mundos (Goodman, 1995: 271).

Tanto desde las propuestas artísticas como desde la reflexión estética se reconoce que la recepción del arte es creatividad, activamente participante e interactuante. La experiencia estética supone una tarea de reconstrucción e integración que involucra plenamente al receptor; no es una actitud pasiva y quieta sino de participación y coejecución. U. Eco ha destacado la categoría de *ambigüedad*, como nota distintiva de un texto artístico. Significa que la obra estimula múltiples interpretaciones, obligando a fijar la atención en la propia estructura de la obra. Se genera así un *desafío* para el intérprete que actúa como un criptoanalista. La experiencia se perfila contraria a una lectura de consumo (Eco, 1984: 121).

Este desafío hacia la forma concluye en una apropiación interior del receptor. La experiencia de recreación se realiza en el espacio interior que permite el discernimiento y la valoración (Jiménez, 1998: 23). La expe-

riencia estética requiere un discernimiento individual y una capacidad de distinción.

3.º Valor del entrenamiento simbólico

Hemos visto que la obra creada condensa nuevas significaciones, *aumenta el mundo, torsiona* la realidad, en suma, aporta sentido. Para el receptor la experiencia despliega su riqueza en cuanto que le invita a adentrarse en la obra como *una aventura de descubrimientos* (Eco, 1984). Frente a la interpretación de la obra como un signo, como un significante convencional, la recreación es una experiencia más compleja, que nos conduce al ámbito simbólico.

Los investigadores de la Estética han destacado desde diferentes posiciones la capacidad simbólica del arte. En ella reside el enriquecimiento cognoscitivo del arte que no depende de su valor icónico y su significado pre artístico sino de lo que sugiere y asocia. «Es la vinculación cuasimágica de los sentimientos expresados y de sus símbolos con actitudes o esquemas mentales provocados mediante esos símbolos y sus innumerables sugerencias, al margen de una semiología preestablecida» (Plazaola, 1991: 527). En la misma línea M. Dufrenne escribe: «La obra de arte dice algo, directamente, más allá de su sentido inteligible, revela una cierta cualidad afectiva, que no es fácil de traducir, pero que sin embargo se experimenta de manera distinta» (Dufrenne, 1982: 372).

La experiencia recreadora se produce en relación con la obra, por lo que la aportación del receptor es clave. Hasta el punto de que Eco llega a reconocer que un mensaje *pobre*, leído según un código arbitrario, puede enriquecerse según la riqueza aportada por el receptor (Eco, 1984:125). Gran parte de las propuestas artísticas contemporáneas, desde M. Duchamp al conceptualismo, inclinan la balanza a la lectura enriquecida del receptor.

Una de las características de la obra de arte en cuanto objeto estético consiste en ofrecer una pluralidad de sentidos. Esta pluralidad atestigua la profundidad de la obra y encuentra su raíz en la inagotabilidad del hecho humano. Ante la obra de arte presentimos un aura de sentidos, una apertura a diversos ámbitos de significación. Este modo de comprensión condensa significados y valores, experiencias individuales y colectivas que, de forma consciente o inconsciente, fijan y transmiten la experiencia humana. Así podemos entender a Gadamer cuando recuerda que el símbolo es algo en lo que se conoce y se re-conoce algo: «Símbolo significa aquello en lo que se re-conoce algo» (Gadamer 1996: 245). La obra de arte nos proporciona algo como reconocimiento, que nos ayuda a entrañarnos con

el mundo, algo que le está planteado al ser humano como la tarea de su existencia.

Esta experiencia es valiosa porque renueva nuestro conocimiento del mundo. En palabras del filósofo N. Godmann:

Lo que leemos y aprendemos por medio de un símbolo varía con lo que llevamos hacia él. No solamente descubrimos el mundo a través de nuestros símbolos, sino que además entendemos y revalorizamos nuestros símbolos de manera progresiva a la luz de nuestra experiencia creciente. Tanto la dinámica como la duración del valor estético son consecuencia natural de su carácter cognoscitivo (Goodman, 1976: 260).

Entre la imagen y el receptor se crea un ámbito, un espacio dialógico mutuamente interrelacionado. López Quintás sostiene, en esta línea, que el arte intensifica nuestra mirada para que no se detenga en la vertiente *objetiva* de los seres, sino que penetre hasta su condición de *ámbitos*, es decir de realidades que nos ofrecen posibilidades de interacción creativa. La contemplación de imágenes acostumbra a nuestra mirada a trascender lo sensible. (López Quintas 1993: 30). Esta trascendencia de lo sensible realza también el arte como creación de valor.

Descubrimos nuevas facetas de la realidad a través de los símbolos y, a la vez, nuestra comprensión de ellos se renueva con la experiencia. Quizá por ello llega a escribir Arnheim que el arte es «uno de los instrumentos más poderosos de que disponemos para la realización de la vida. Negar esta posibilidad a los seres humanos es ciertamente desheredarlos» (Arnheim, 1993: 48). El artista crea formas que nos invita a compartir y con ello a enriquecer nuestra experiencia. Muestra imágenes de la vida captada en las categorías existenciales que delinean al hombre. Su construcción imaginaria se compromete en un decir sobre el ser humano que ilumina nuestra realidad, en un horizonte de comprensión que podemos entender y compartir. Por ello el ámbito simbólico del arte conduce a la comprensión del otro, de las otras personas que vemos en el espejo de ficción. Así la experiencia de ocio estético constituye un saber sobre la condición humana.

Reflexiones finales

En las páginas precedentes he querido destacar los valores de las experiencias de ocio estético desde las dimensiones creadora y recreadora. Estas experiencias son en sí mismas valiosas por generar estados de satisfacción, vividos sin buscar otra finalidad, es decir, autotéticamente. Ahora

bien, esa experiencia despliega un abanico de valor que, sin la pretensión de agotar toda su riqueza, apunta en diferentes direcciones. Las obras de arte son portadoras de valores y tienen la capacidad de desarrollar valores en el receptor que las acoge.

Concretando estas potencialidades podemos decir que las obras de arte exaltan la realidad sensible mostrándola en imágenes de plenitud. Correspondiendo a esta presencia, la persona que recrea la obra intensifica sus sentidos, renueva su percepción. Al valor de la exaltación de lo sensible le corresponde el de la renovación de la percepción en el receptor. La creación de valor puede entenderse como un arco gradual que se iniciaría en la valoración de lo sensible, —lo visto u oído—, y culminaría en una experiencia de apertura a lo absoluto. El valor creado por la obra no sólo es importante en sí mismo, sino también por su gran potencialidad educadora del ocio, en la medida en que nos enseña a *mirar con otros ojos* y nos invita a desplegar nuestra creatividad.

Los artistas interrogan, buscan, descubren; muestran la realidad de otra manera que también es posible. Desde la creación o desde la recreación, la experiencia de ocio estético arraiga en nuestro deseo de explicarnos el mundo, de encontrar en él nuestra posición y realizan esta misión a través de un espacio de ficción que nos proporciona placer. La misión del arte no consiste en imitar la realidad sensible, sino en trascenderla, profundizarla, elevarla a un orden nuevo, en una palabra, crear un mundo. El arte nos proporciona formas, que encarnan ese mundo creado. Así podemos decir que el arte amplía la realidad sensible dotándola de nuevos ámbitos de inteligibilidad. La labor de creación de los artistas les lleva a confrontarse con la realidad, a configurar un mundo nuevo que nos invita a renovar nuestra mirada. El artista se interroga, pregunta y su trabajo es una senda de conocimiento. Las obras colaboran en nuestra propia formación, transformando nuestra mirada, ahondándola, modificando nuestra perspectiva, situándonos en el punto de vista de los otros. El arte es un anhelo por vislumbrar nuevos ámbitos de visibilidad, por clarificar el misterio de nuestra existencia que los artistas se afanan por precisar y encarnar en sus formas creadas. Por eso he destacado los valores de la interrogación y el descubrimiento.

En consecuencia, apuntamos que las obras producen nuevos significados, acrecientan lo real y crean sentido. Las obras muestran su dimensión simbólica y nos entrenan en la lectura de símbolos, tan valiosa para la vida. La excelencia estética queda definida por la constelación simbólica que opera cognoscitivamente. Por ello autores como Arnheim, Franca Castel o Gardner han valorado la especificidad del arte en el desarrollo de la mente. Con ellos podemos destacar que la experiencia de ocio estético nos ayuda a entender el mundo, haciéndonos partícipes de una vivencia en

la que la emoción y la comprensión se aúnan en el carácter simbólico de las obras. Estas son las razones por las que he destacado el valor de la experiencia como entrenamiento simbólico.

Todo ello constata la dimensión valiosa de la experiencia de ocio estético para el desarrollo personal y, por tanto, su valor educativo. Apunta también las potencialidades de estas experiencias para otros ámbitos del ocio como el turístico, ya que dan a conocer nuevos lugares valiosos, generados y enriquecidos por experiencias de ocio creativo. En definitiva, el ocio estético se despliega en experiencias valiosas en sí mismas que pueden ayudar a recrear otras experiencias de ocio.

Referencias bibliográficas

- AMIGO, M.^a L. (2000). *El arte como vivencia de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- AMIGO, M.^a L. (2007). *Bilbao, un encuentro con el arte*. Bilbao: Beta.
- AMIGO, M.L. (2008). *Las ideas de ocio estético en la filosofía de la Grecia clásica*. Documentos de Estudios de Ocio, 34. Bilbao: Universidad de Deusto.
- ARNHEIM, R. (1986). *El Pensamiento visual*. Barcelona: Paidós.
- ARNHEIM, R. (1993). *Consideraciones sobre la educación artística*. Madrid: Paidós.
- CASSIRER, E. (1971). *Antropología filosófica*. Méjico: F.C.E.
- CÉZANNE, P. (1993). Testimonios de Paul Cézanne. En *La pintura contemporánea en el Museo Thyssen-Bornemisza. Guía didáctica*. Madrid: Fundación Colección Thyssen-Bornemisza.
- CHILLIDA, E., PEÑA GANCHEGUI, L., BAZAL, J. (1986). *El Peine del viento*. Pamplona: Ediciones Q.
- CHILLIDA, E. (2005). *Escritos*. Madrid: La Fábrica.
- CORTINA, A. (2001). Valores morales y comportamiento social. En GARCÍA DE CORTAZAR, (Coord.). *El siglo xx: mirando hacia atrás para ver hacia adelante*. Madrid: Papeles para la fundación para el Análisis y los Estudios Sociales. N.º 60. pp. 319-345.
- CSIKSZENMIHALY, M. (1998). *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.
- CUENCA, M. (2000). *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Documentos de Estudios de Ocio, 16. Bilbao: Universidad de Deusto.
- CUENCA, M. (2006) (Coord.). *Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio*. Documentos de Estudios de Ocio, 31, Bilbao: Universidad de Deusto.
- DE UGALDE, M. (2002). *Hablando con Chillida*. San Sebastián: Txertoa.
- DUFRENNE, M. (1982). *Fenomenología de la experiencia estética*. Valencia: Fernando Torres.
- ECO, U. (1979). *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.
- ECO, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- EISNER, E. W. (1995). *Educación y la visión artística*. Barcelona: Paidós.

- FRANCASTEL, P. (1988). *La realidad figurativa*. I, Barcelona: Paidós.
- GADAMER, H.G. (1996). *Estética y hermenéutica*. Madrid: Técnos.
- GADAMER, H.G. (1977). *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme.
- GARDNER, H. (1994). *Educación artística y desarrollo humano*, Barcelona. Paidós.
- GARCÍA LORCA, F. (1968). *Obras completas*, Aguilar, Madrid.
- GONZÁLEZ, A. (1979). *Escritos de arte de vanguardia*. Madrid: Turner, Orbe-gozo.
- GOODMAN, N. (1976). *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Seix Barral.
- GOODMAN, N. (1995). *De la mente y otras materias*. Madrid: Visor.
- HAUSER, A. (1977). *Sociología del público*, 4. Barcelona: Guadarrama.
- JAUSS, H.R. (1986). *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid: Taurus.
- JIMÉNEZ, J. (Ed.). (1998). *El nuevo espectador*. Madrid: Visor.
- JIMÉNEZ, J.R. (1975). *Crítica paralela*. Madrid: Narcea.
- JIMÉNEZ, J.R. (1990a). *Y para recordar por qué he venido*. Valencia: Pretextos.
- JIMÉNEZ, J.R. (1990b). *Ideología (1.897-1.957)*, (*Metamorfosis*, IV). Anthropos, Barcelona, 1.990. Reconstrucción, estudio y notas de A. Sánchez Romeralo.
- JIMÉNEZ, J. R. (2005). *Obra poética*. Eds. Javier Blasco y Teresa Gómez Trueba, vol. 2, Madrid: Espasa Calpe.
- KANT, I. (1973). *Crítica del Juicio*. México: Editorial Nacional.
- LESSING, G.E. (1990). *Laocoonte*. Madrid: Técnos.
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (1993). *La formación por el arte y la literatura*. Madrid: Rialp.
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (1998). *Estética de la creatividad*. Madrid: Rialp.
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (2005). *Estética musical*. Valencia: Rivera.
- MACHADO, A. (1988). *Poesías completas*, I, y *Prosas completas*. Ed. de Oreste Macrí. Madrid. Espasa Calpe.
- MARCUSE, H. (1978). *La dimensión estética del hombre*. Barcelona: Materiales.
- MATISSE, H. (1978). *Sobre arte*. Barcelona: Barral.
- MUÑOZ MOLINA, A. (2008). *Ventanas de Manhattan*, Barcelona: Seix Barral.
- PLAZAOLA, J. (1979). *El arte y el hombre de hoy. Apuntes para una filosofía del arte contemporáneo*. Valladolid: Institución Cultural Simancas. Diputación de Valladolid.
- PLAZAOLA, J. (1981). *Introducción a la estética*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SAINT- EXUPERY, A. (2008). *El Principito*. Barcelona: Salamandra.
- SEGURA, S. CUENCA, M. (2007). *El ocio en la Grecia clásica*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SCHILLER, F. (1961). *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Madrid: Aguilar.
- SOURIAU, E. (1965). *La correspondencia de las artes*. México: FCE.
- STEINER, G. (2006). *Los logócratas*. Madrid: Siruela.
- ZAMBRANO, M. (1982). *La España de Galdós*. Barcelona.
- VAN GOGH, V. (1982). *Cartas a Theo*. Barcelona: Barral.
- WAGNER, R. (1995). *Novelas y pensamientos*. Madrid: Lípari.