

NOTA DE PRENSA

Según el informe “Jóvenes, ocio y TIC” del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad

La juventud española, cada vez más tecnológica y menos “fiestera”

- El ocio tecnológico pasa a ser central entre las y los jóvenes. Actividades como chatear, navegar por Internet, usar redes sociales o ver series en línea están entre las más frecuentes.
- Salir de copas, de bares, a bailar o a discotecas son actividades que descienden en frecuencia, a favor de un ocio más casero.
- Se mantiene la importancia atribuida a las relaciones personales (tanto en el ocio offline, como en el online), aunque también se perfila un tiempo libre individualizado y personalizado.
- El informe se ha presentado en el marco de la jornada “Jóvenes y ocio: nuevos retos, nuevas respuestas” en la que también se ha departido sobre las comunidades virtuales de fans como caso paradigmático de ocio tecnológico juvenil.

(Madrid, 27 de noviembre de 2019).- Los y las jóvenes españoles de 15 a 29 años cada vez son más tecnológicos. De hecho, la actividad que realizan con más frecuencia en su tiempo libre (el 74,6% lo indica) es chatear o navegar por internet. A esto se añade al descenso en las salidas nocturnas y su reflejo en irse de copas, de bares, discotecas o salir a bailar. En 2019, solo el 22,7% declaran practicar este tipo de ocio nocturno con frecuencias altas.

Esta es una de las principales conclusiones del informe “**Jóvenes, ocio y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías**”, realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad, financiado por Telefónica y Santander, y que ha sido presentado en el marco de la Jornada “Jóvenes y ocio: nuevos retos, nuevas respuestas” celebrada en el Espacio Fundación Telefónica.

En él se analiza cómo las TIC han irrumpido en los espacios de ocio juvenil y los efectos que todo ello supone en la estructura, actividades y vivencias del mismo. El informe se ha realizado a partir de una **encuesta** aplicada a 2000 jóvenes de entre 15 y 29 años y de los discursos manejados en **talleres participativos** con grupos juveniles de la misma edad.

Han asistido a la presentación el director de Asuntos Públicos de Telefónica, **Francisco de Borgia**; el presidente de Fad, **Ignacio Bayón**; **Eduardo Puig de la Bellacasa**, director de Reputación y Cultura Corporativa de Telefónica; **Javier López Martínez**, director de Impacto Social de Santander Universidades y **Beatriz Martín Padura**, directora general de Fad. La presentación de los datos y principales resultados han corrido a cargo de la subdirectora del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, **Anna Sanmartín**.

LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Hoy en día hay tres actividades que realizan con bastante o mucha frecuencia más de la mitad de jóvenes entre 15 y 29 años: **el 75% dice “chatear y/o navegar por internet”**; el 68,5% dice “ver series y/o películas de forma activa, en streaming o a la carta” y el 54,6% indica “estar con las y los amigos sin más”.

En un segundo nivel, entre el 40 y el 45% se dedica, con alta frecuencia, a comprar u ojear catálogos online (42,4%), a jugar con videojuegos o consolas (41,5%), a salir a comer o cenar fuera de casa (40,8%) o a hacer deporte (40,6%).

La práctica de actividades de ocio digital es más frecuente entre los 15 y los 19 años y entre las mujeres. Y la frecuencia de uso de videojuegos y apuestas aumenta entre los 15 y los 19 años y entre los varones.

PRÁCTICA DE DISTINTAS ACTIVIDADES DE OCIO CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA POBLACIÓN 15-29 AÑOS

	% Frecuencia
Chatear/ navegar por internet	74,6
Ver series, películas (Streaming o televisión carta)	68,5
Estar con amigos/as sin más	54,6
Hacer compras online o mirar catálogos online	42,4
Jugar con videojuegos, consolas	41,5
Salir a comer o cenar	40,8
Hacer deporte	40,6
Ver lo que ponen en televisión	36,3
Leer libros, revistas, cómics	36,1
Hobbies (coleccionismo, clases baile, pintar)	35,2
Ir al cine, conciertos, espectáculos	30,9
Ir de tiendas	29,3
Pasar el tiempo sin hacer nada	28,9
Ir de bares/ copas	25,1
Ir a discotecas/ ir a bailar	20,2
Jugar a juegos de mesa	15,9
Visitar museos o exposiciones	12,6
Juegos de azar y de apuestas (online/presencial)	12,2
Hacer botellón	10,8

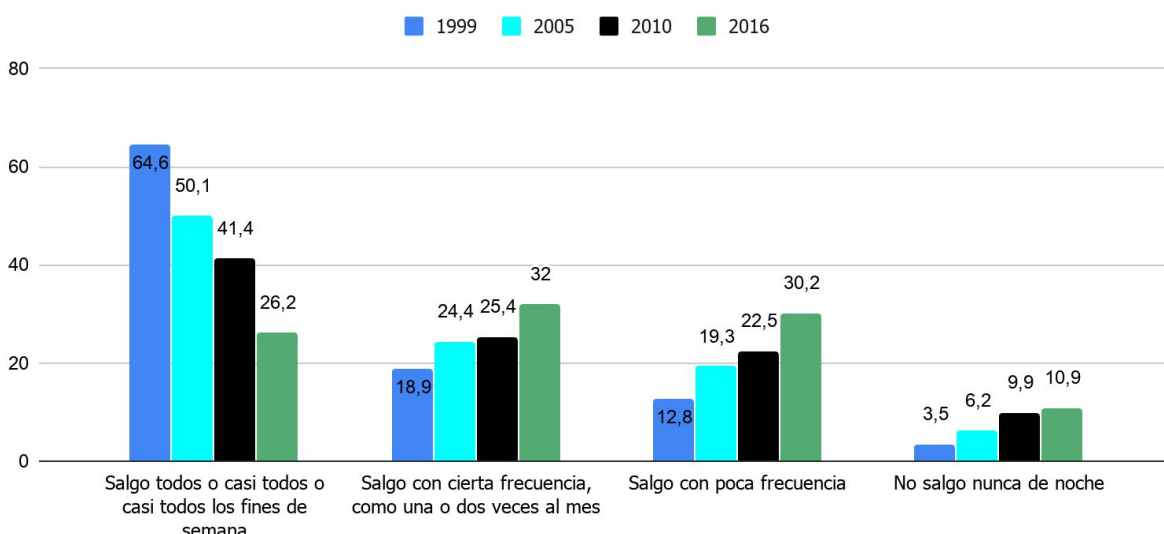
La **principal novedad en las actividades de ocio en los últimos años es la incorporación mayoritaria del ocio mediado por herramientas tecnológicas**. Desde comienzos del siglo XX, el uso del ordenador o la navegación por internet ha ido ganando peso en la estructura del tiempo libre y el ocio, situándose en el momento actual en la actividad más mayoritaria y frecuente entre los y las jóvenes.

“Ver televisión” ha descendido en dicha jerarquía a la vez que el “seguimiento de series o películas en streaming u online” se sitúa también entre las actividades más frecuentes y mayoritarias. Algo que no cambia es la importancia de “estar con las amistades”, aunque sea sin hacer nada en especial, que ha estado y sigue estando también en los lugares más altos de la tabla.

Las compras online, más incluso que ir de tiendas, se incorporan con fuerza entre las actividades de ocio mayoritarias, en un nivel similar a la práctica del deporte que también ha crecido en los últimos años.

Lo que quizá es más relevante, desde el punto de vista histórico, es el descenso en las salidas nocturnas y su reflejo en beber, ir de bares y copas, discotecas, etc. Actividades que se manifiestan de forma diferente según la edad, de tal manera que ir de bares y copas es algo más frecuente en las edades más altas, mientras que ir a discotecas y de botellón aumenta entre los y las jóvenes de menor edad. **El panorama de estos cambios parece apuntar a un ocio relacional, cada vez más mediado por la tecnología digital, y cada vez más casero.**

EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE SALIR (POR LA NOCHE) LOS FINES DE SEMANA



Fuente: González Anleo, J.M.; López Ruiz, J.A., 2017.

Según los datos existentes entre 2004 y 2014, la estimación del tiempo libre del que se dispone semanalmente estaría alrededor de las 28 horas por término medio.

El gasto medio semanal destinado al ocio es de 38 euros. Más de la mitad de los y las jóvenes destina 20 euros o menos y el 30% entre 20 y 50 euros, frente al 6% que dice invertir más de 100 euros semanales en sus actividades de ocio.

LAS TIC EN EL OCIO

De entre las actividades mayoritarias que realizan los y las jóvenes en internet destacan las que se vinculan con la música, la visualización de páginas con objetivos de diversión, el contacto con personas, la búsqueda de información, el juego online... Con esta información no cuesta

entender que, aunque las TIC tengan una utilidad innegable y real en contextos, por ejemplo, de estudio o trabajo, su uso tiene una vinculación evidente con la organización del ocio y el tiempo libre.

Ocio y tecnología

	Casi siempre	A veces	Rara vez	Nunca	Ns/Nc
Buscar, escuchar y/o descargar música	75,6	16,6	4,4	2,3	1
Miro páginas para divertirme	48,3	30,9	15,7	4,1	1
Contacto con personas que no veo frecuentemente	45,8	28,4	16,3	8,7	0,9
Busco información y documentación	41,6	43,8	12,5	2	0,1
Juego online (videojuegos y similares)	37,6	21,9	22,2	17,4	1
Miro información de otras personas	31,2	29,2	29,1	9,8	0,7
Intercambio información y opiniones con otros	30,1	33,5	21,4	13,7	1,4
Subo fotos, videos, etc.	26,2	34,5	27,2	11,5	0,6
Sigo blogs, webs...	26,1	23,2	24,4	24,8	1,5
Busco información sobre ocio, hobbies, eventos...	23,2	43	26,4	6,7	0,7
Empleo el internet de las cosas	13,8	16,3	19,5	38,2	12,3
Comparto/ envío información y novedades de otros	13,3	21,6	28,6	34,4	2,2
Participo en páginas para compartir archivos (música...)	13,3	14,2	22,2	47,4	2,8
Mantengo mi propia web, blog...	9,9	7	8,3	69,9	4,9
Participo activamente en foros	5,7	9,2	21,1	58,9	5
Apuesto online	4,7	3,4	5,2	83,4	3,3

Al preguntar específicamente sobre las redes sociales, **algo más de la mitad de los y las jóvenes (55,1%) considera que las redes sociales cumplen un papel bastante o muy importante en el ocio**, y el 31,8% les otorgan una importancia relativa.

Entre los aspectos que más destacan en uso de las redes, y en general de las TIC, en contextos de ocio, se resalta sobre todo la posibilidad de conocer a más gente y poder compartir o comunicar con otras personas las cosas que se hacen.

Aspectos del ocio que facilitan las TIC

	Mucho	% Bastante/mucho	N
Conocer a más gente	6,54	57	1.994
Compartir lo que haces en el ocio	6,59	56,9	1.993
Hacer cosas variadas en el tiempo libre	5,66	42,6	1.993
Ir a más sitios	5,71	42,3	1.973
Ligar más	5,06	36,7	1.960
Tener más tiempo libre para divertirme	4,80	30,9	1.988

LOS RASGOS CON LOS QUE SE DEFINEN LAS Y LOS JÓVENES

En relación a la percepción sobre los rasgos que caracterizan a las personas jóvenes, los y las jóvenes se consideran en 2019, sobre todo y como colectivo, “tecnológicos, trabajadores, responsables y honrados”.

Todas estas características cuentan con una puntuación media superior a 7 en la escala 0-10, y son consideradas como muy o bastante de Finitorias de la juventud por un porcentaje entre el 65,4% y el 69%.

	Mucho	% Bastante/mucho
Tecnológicos/as	7,33	69
Trabajadores/as	7,20	66,7
Responsables	7,22	66,1
Honrados/as	7,24	65,4
Tolerantes	6,79	59,8
Solidarios/as	6,53	53,5
Independientes	6,36	51,2
Consumistas	5,84	46,6
Dependientes de la familia	5,76	44,1
Fiesteros/as	5,46	43,4
Pensando solo en el presente	5,27	34,8
Rebeldes	4,59	27,6
Egoístas	3,88	21,1

La comparación con los datos desde 2006 es muy expresiva: los tipos de características con los que los y las jóvenes se identifican se habrían invertido casi completamente. En 2006, la auto-imagen de la juventud se expresaba desde el consumismo, el presentismo, la rebeldía y el egoísmo, mientras que en 2019 lo hace desde el trabajo, la responsabilidad, la honradez y la tolerancia.



Desde una mirada longitudinal es relevante destacar la revalorización de los principios de integración social desde la individualidad, a la vez que se mantiene la importancia atribuida a las relaciones personales como eje vertebrador de las prácticas de tiempo libre.

LAS COMUNIDADES VIRTUALES DE FANS COMO CASO DE OCIO JUVENIL

La Jornada “**Jóvenes y ocio. Nuevos retos, nuevas respuestas**” ha incluido una mesa de diálogo sobre las conclusiones de la investigación “El fandom en la juventud española”, desarrollada en el marco del programa de Ayudas a la Investigación del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad.

Daniel Cassany, investigador de la Universidad Pompeu Fabra y autor del estudio dedicado a las comunidades virtuales de fans, ha destacado que “aunque el fandom no es un fenómeno mayoritario, la juventud española está presente en la gran mayoría de comunidades de fans de productos culturales diversos (videojuegos, cómic, música, fanfic, series de TV, películas, etc.)”.

El tiempo libre de las y los fans se centra, en gran medida, en la canalización de sus pasiones. Siguiendo a Cassany, “se organizan en comunidades sofisticadas, trabajan mucho en equipo, son muy constantes y dedican tiempo al mantenimiento de la identidad del grupo: enseñan a los novatos, producen contenido de su ámbito, lo comparten con sus colegas... La idea del fan como un joven perezoso que solo quiere divertirse es totalmente falsa.”. Son, por tanto, un **ejemplo paradigmático de ocio juvenil en la actualidad, en tanto que aprovechan al máximo las posibilidades relacionales de las tecnologías y las aplican al disfrute individual y colectivo.**

El **programa de Ayudas a la Investigación** del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad, financiado por Telefónica y Santander, pretende reconocer a investigadores, investigadoras y grupos de trabajo de toda España y América Latina que trabajan específicamente en el estudio de esta etapa de la vida.

#JóvenesYOcio

Acceso al informe “Jóvenes, ocio y TIC” completo:

<https://cutt.ly/heMbnC5>

Acceso a la investigación “El fandom en la juventud española”:

<https://cutt.ly/4eMbQoG>