

2. EL VALOR DEL OCIO EN LA SOCIEDAD ACTUAL

Idurre Lazcano - Aurora Madariaga - Instituto de Estudios de Ocio - Universidad de Deusto

Índice

2.1. Aclaración de conceptos: ocio vs. tiempo libre

2.2. Algunas consideraciones sobre el fenómeno del ocio

El ocio, un derecho humano básico

El ocio, ámbito de desarrollo y calidad de vida

2.3. El ocio en la sociedad actual: experiencia, mercantilización y consumo

2.4. El ocio de las personas jóvenes

El ocio juvenil en ecosistemas físicos y digitales

Espacios de ocio de las personas jóvenes: compartidos, monitorizados, reciclados y naturales/propios

Bibliografía

El ocio está presente en la vida del ser humano desde los orígenes de la humanidad. Como fenómeno ha evolucionado con éste: su significado, relevancia y modo de ser vivenciado, ha variado en cada momento histórico. Existe consenso en que el siglo XX ha sido el del gran avance del ocio y dos acontecimientos favorecieron un progreso en su reconocimiento. Por un lado la revolución industrial, como momento en el que el aumento en la disponibilidad del tiempo libre propició el desarrollo de nuevas prácticas de ocio, aunque con simbologías y matices sociales¹. El segundo momento hay que situarlo en los años 60, en plena guerra fría, con el surgimiento de la denominada sociedad del bienestar. A partir de esta década, progresivamente, el ocio inició un proceso de consolidación como derecho humano básico, ya reconocido implícitamente en la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, incorporándose a los posteriores tratados internacionales y constituciones de los países democráticos.

En el marco de la sociedad del bienestar, el ocio se considera un elemento de calidad de vida, definitorio de las sociedades modernas, y de los nuevos estilos de vida y mundo de valores de la nueva ciudadanía. No cabe duda que el Siglo XXI es y será el de la gran Era del Ocio.

En los albores del siglo XXI, pudiera parecer innecesaria una justificación de la importancia del ocio en la sociedad actual, si bien es cierto, es necesario señalar cómo en las últimas décadas el fenómeno del ocio se ha ido transformando a nivel social, económico y político, cambiando su significado en cuanto a dimensión y relevancia. Nos encontramos inmersos en una nueva era, en la que el ocio es un valor en alza, tanto a nivel individual, social, como económico, lo que ha originado un ascenso de éste en la escala de valores, al encontrarnos en una sociedad en la que las personas persiguen la satisfacción de sus necesidades (Madariaga y Cuenca, 2012). No cabe duda de que lo que pensamos y somos se refleja en el ocio de una manera explícita e implícita. De ahí que examinar el ocio críticamente nos lleve a determinar los caminos para hacer de él algo valioso para las personas y comunidades (Lazcano y Doistua, 2010).

¹ Véase, Veblen, T.B. (1944). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.

2.1. Aclaración de conceptos: ocio vs tiempo libre

El ocio, como fenómeno multidimensional, es más que la mera disponibilidad de tiempo libre o sinónimo de actividad, ya que cualquier actividad practicada por el hombre en su tiempo libre no puede ser definida e interpretada como ocio. El ocio debe ser interpretado como ámbito de desarrollo personal, es decir, como el espacio vital en el que las personas tienen la posibilidad de desarrollo integral. Desde esta premisa, entendiendo que el hombre es en esencia un ser social, el ocio es también ámbito de desarrollo social, elemento de cohesión social, de vivencia en comunidad, y factor de desarrollo económico.

Tal y como afirma Cuenca (2000: 16), el ocio forma parte de los derechos democráticos, estilos de vida y mundo de valores de la nueva ciudadanía y como tal hay que abordarlo. No es posible vincular éste con el mero desarrollo de actividades o con el aumento en la disponibilidad del tiempo libre, es indiscutible la grave simplificación a la que estaríamos sometiendo al ocio si así se hiciera, ataduras que por otra parte hasta hace no tantos años parecían indisolubles. La vinculación del término ocio con el del tiempo libre comienza tras la revolución industrial, con la aprobación de derechos civiles y la disminución de las horas de trabajo. La democratización del tiempo ha favorecido el desarrollo de un ocio de tiempo cotidiano, en el que cada persona lo utiliza de modo y manera, actividad y experiencias, espacios e intencionalidades distintas (San Salvador del Valle, 2000: 53).

Tampoco podemos confundir y mal entender el ocio como mero desarrollo de actividades. La oferta de actividades de ocio en las sociedades desarrolladas es exorbitante, pero en ningún caso es posible asumir y aceptar desde planteamientos científicos, que cualquier actividad practicada en el tiempo libre por el ser humano sea susceptible de ser definida e interpretada como ocio. En conclusión, una concepción integral del ocio no admite supeditar éste a la disponibilidad de tiempo libre, ni al desarrollo de actividades, aun cuando la práctica de ocio sea limitada por razones de tiempo, dinero, medios, etc., su necesidad siempre está presente y es cada vez más imperiosa.

“El ocio y el tiempo libre viven en dos mundos diferentes. Nos hemos acostumbrado a pensar que son lo mismo, pero todo el mundo puede tener tiempo libre, y no todos pueden tener ocio. El tiempo libre es una idea de la democracia realizable; el ocio no es totalmente realizable, y, por tanto, es un ideal y no sólo una idea. El tiempo libre se refiere a una forma determinada de calcular una determinada clase de tiempo; el ocio es una forma de ser, una condición del hombre, que pocos desean y menos alcanzan”. (De Grazia, 1966: XIX).

Por todo ello, estamos obligados a ir más allá, a establecer las bases teóricas de un ocio que al fin y a la postre sea causa de desarrollo humano y social, para difundirlo e intervenir acorde con ello.

2.2. Algunas consideraciones sobre el fenómeno del Ocio

El ocio, un derecho humano básico

La Asociación Mundial de Ocio (WLRA. World Leisure and Recreation Association), es un organismo internacional especializado que ha trabajado a lo largo de varias décadas en la definición y conceptualización del término, y cuyos postulados son ampliamente aceptados en la actualidad, por los estudiosos del fenómeno. Dicha asociación, ya en el año 1981 aprobó la denominada Carta del Ocio², en la cual a través de siete artículos manifestaba como:

1. El Ocio es un derecho básico del ser humano.
2. El Ocio es un servicio social tan importante como la Salud y la Educación.
3. En principio, la mejor fuente de Ocio y Recreación reside en cada persona.

² Esta carta (1981), es el resultado de un proceso de revisión de la “Carta del Ocio” adoptada por WLRA en mayo de 1970, en Ginebra, Suiza. Esa revisión tuvo su inicio en el Seminario de la II Conferencia Internacional de Liderazgo en Recreación y Tiempo Libre, realizada en San Juan de Puerto Rico en octubre de 1979. Después se preparó una carta preliminar la cual se fue perfeccionando hasta el XXV Encuentro Anual de WLRA, en Twannberg (Suiza), en noviembre de 1981. El texto íntegro se encuentra disponible en <http://www.redcreacion.org/documentos/cartaocio.html>

4. Las ofertas de Ocio, recreación y tiempo libre deben enfatizar la satisfacción personal, el desarrollo de las relaciones interpersonales, la integración familiar y social, el entendimiento y la cooperación internacional y el fortalecimiento de las identidades culturales.
5. La formación de líderes, animadores y profesionales de Ocio y Recreación debe ser garantizada allí donde sea posible.
6. La gran variedad de fenómenos de Ocio y Recreación, incluyendo experiencias personales y colectivas, deben ser objeto de estudios sistemáticos e investigaciones académicas.
7. Las instituciones educativas de todos los niveles deben dar énfasis especial a la enseñanza de la importancia del Ocio y la Recreación, ayudando a los alumnos a descubrir sus potencialidades para integrar el Ocio en su estilo de vida.

En la actualidad no cabe duda de que el ocio es un derecho humano básico, el cual está protegido de manera explícita a partir de la denominada segunda generación de derechos humanos. La Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, el 10 de diciembre de 1948, supone una verdadera innovación en lo que concierne a la protección internacional de los mismos, hasta entonces ningún texto internacional había recogido los llamados derechos de segunda generación (Oraá y Gómez, 2002: 73). Como señala Lázaro (2006: 144), al hablar de derechos humanos, nos estamos refiriendo al "conjunto de derechos que el ser humano posee por el mero hecho de haber nacido", entre los cuales está integrado el derecho al ocio.

En la actualidad nos situamos en la denominada tercera generación, la de los nuevos derechos, que salvaguardan una concepción de la vida en comunidad y exigen para su realización un consenso y compromiso de todos los estratos sociales. Los principales derechos contemplados en esta última generación son: el derecho a un medio humano, al medio ambiente, a la paz y al desarrollo (San Salvador del Valle 2000). Aunque específicamente los enunciados de los derechos de tercera generación no mencionan el ocio como tal, investigadores del ocio (Herrán Ortiz, 2007; Lázaro, 2006; Cuenca, 2000; San Salvador del Valle, 2000; Gorbeña, 1997) entienden que en los epígrafes "derecho al desarrollo" y "derecho a la calidad de vida", el ocio juega un papel clave y, por lo tanto, concluyen que el derecho al ocio está amparado bajo el paraguas de la tercera generación de derechos humanos.

Cuando el derecho al ocio es reconocido explícita o implícitamente en esta tercera generación de derechos humanos, éste rompe sus ataduras definitivamente del trabajo y, lo que es más trascendental, es posible la fundamentación y justificación de la existencia del ocio como realidad independiente a otros ámbitos de la existencia humana.

La sociedad del bienestar en la que los países desarrollados estamos inmersos, avalada y protegida por estados democráticos y de derecho, protegen en sus normas supremas el derecho al ocio de las personas (Doistua, Lazcano y Madariaga, 2011). Pero, es en el desarrollo político de estas normas, donde el derecho al ocio corre el riesgo de quedarse en mera declaración de intenciones. Por ello, es fundamental desarrollar una doble acción de vigilancia con el objetivo, en primer lugar, de garantizar que el desarrollo normativo y político del ocio sea abordado a partir de unas bases teóricas en las que éste sea motor de desarrollo humano y social, y en segundo lugar, con el objetivo de que los grupos en riesgo de exclusión social tengan asegurada su participación en iguales condiciones.

El ocio, ámbito de desarrollo y calidad de vida

El ocio sobre todo es vivencia, es experiencia, en la que la persona tiene la facultad de definirla como tal, al ser actor y protagonista de la misma. En la definición de experiencia de ocio entran en juego tanto factores individuales como sociales. Pero no todas las actividades de ocio pueden ser definidas como experiencia, ni todas las experiencias son satisfactorias, aunque todas las experiencias de ocio sean auténticas. Los teóricos que han destacado por sus aportaciones en torno a la conceptualización de la experiencia, denominada ésta de diversas formas según las necesidades expresivas de cada autor. La aproximación de los autores al concepto se sitúa bien desde planteamientos más generalistas, que derivan en su

³ La primera generación de derechos humanos comprendía los derechos clásicos, es decir, los derechos civiles y políticos, surgidos de las revoluciones burguesas del siglo XVIII.

aplicación al ocio (Dewey o Csikszentmihalyi), o bien desde el ocio como núcleo de sus investigaciones científicas (Kelly, Neullinger, Iso-Ahola y Stebbins). Estos autores han profundizado en los componentes de las experiencias satisfactorias, tanto desde el ocio como desde planteamientos más generalistas, denominando a ésta de diversos modos: verdadera experiencia, experiencia óptima, experiencia de flujo, ocio autotético, ocio serio u ocio sustancial. Aspectos todos ellos abordados a lo largo de este capítulo.

Desde una visión humanista, el ocio se entiende como un área fundamental de la experiencia humana que favorece el desarrollo personal y social (Lazcano y otros, 2012), cuyos elementos definitorios son: libertad percibida, autotelismo y motivación intrínseca. El ocio autotético, término acuñado por Cuenca (1995), es la vivencia de un ocio maduro que sirve a la persona como canal de desarrollo, se realiza sin una finalidad utilitaria, de un modo satisfactorio, libre y por sí mismo. La clave de este ocio no está en el tipo de actividad que se lleva a cabo, sino en los desafíos que proporciona y el disfrute que supone su realización. Esta concepción del ocio como experiencia hay que situarla en la realidad social, económica y política del siglo XXI, en la sociedad de consumo y economía de mercado en la que estamos inmersos. Ciertamente es que la experiencia de ocio satisfactoria no puede ni venderse ni comprarse, pero, si conocemos los procesos y elementos que hacen posible su surgimiento, estaremos más cerca de crear actividades, servicios y productos, desde las entidades públicas y privadas, facilitando los medios y condiciones para que la persona tenga la posibilidad de vivirla.

• Las funciones del ocio

El ocio, para el que lo experimenta, cumple una serie de funciones. De la misma manera que el contexto en el que éste tiene lugar influye y es influido por la propia vivencia de ocio. Así, definir las funciones del ocio permite profundizar en la conceptualización y comprensión del fenómeno. Múltiples autores han investigado y reflexionado en torno a las funciones que cumple el ocio, para abordar este contenido tomamos como referente a los dos autores, Joffre Dumazedier y Roger Sue, que tal vez, en mayor medida, han sentado las bases de la definición del concepto a partir de sus funciones.

El sociólogo francés Joffre Dumazedier señaló que el ocio era el eje fundamental de una nueva civilización, definiendo el ocio como:

“un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (1964: 29-30).

Una década más tarde, en 1974 lo definió de nuevo como “el contenido del tiempo orientado hacia la realización de la persona como fin último”. Señaló que el ocio cumple tres funciones fundamentales: descanso, diversión y desarrollo. Como se observa a continuación, este autor vinculó las funciones del ocio con la esfera de lo personal, y más concretamente con lo psicológico.

1. Descanso. Nos libera de la fatiga. El ocio nos protege del desgaste y del trastorno físico o nervioso provocado por las tensiones derivadas de las obligaciones cotidianas y en particular del trabajo.
2. Diversión. Ésta función nos exime del aburrimiento. Es compensación o huida por medio de la evasión hacia un mundo diferente al de todos los días.
3. Desarrollo de la personalidad. Libera de los automatismos del pensamiento y de la acción cotidiana, permite una participación social más amplia y más libre, y una cultura desinteresada del cuerpo, de la sensibilidad técnica. Por tanto, la participación voluntaria en la vida de los grupos recreativos, culturales y sociales permiten el desarrollo y actualización de actitudes y habilidades. Así mismo, las motivaciones de ocio posibilitan que nos introduzcamos en aprendizajes y conocimientos innovadores, creativos (Lazcano y otros, 2010) y libres, que facilitan el desarrollo completo de nuestra personalidad individual y social.

Para la determinación de las tres “D”, como configuradoras de las funciones del ocio, Dumazedier (1964) analiza el contexto sociolaboral en el que el ocio cobraba sentido en la década de los 60. La principal conclusión de este análisis, a partir del cual define las funciones, es que el trabajo industrial de ejecución es más fragmentario, organizado y más rápido que en el siglo XIX, lo que resulta más fatigante para los nervios, por lo que la necesidad de descanso y evasión resulta más apremiante para la mayoría de los trabajadores.

Dos décadas después Roger Sue (1982: 76) reflexiona en torno al fenómeno del ocio desde las funciones de éste, al afirmar que independientemente de las diversas concepciones que pudieran tenerse del ocio, existen una serie de funciones que se manifiestan como consecuencia de su vivencia. El autor identificó tres grandes grupos de funciones. La primera de ellas se corresponde con la esfera personal, compartiendo pensamiento con Dumazedier, pero además de ésta incorporó la esfera social y la económica.

1. Funciones psicológicas. Incorpora entre éstas las tres "D" de Dumazedier (diversión, descanso y desarrollo), pero matiza que las dos primeras proporcionan compensaciones que son esenciales para el equilibrio psicológico del individuo, pero no posibilitan una compensación total frente al trabajo. Mientras que la función de desarrollo personal es la más compensadora en relación con el trabajo. Para Sue (1982: 64) la función de desarrollo se caracteriza por una búsqueda dinámica de todas las actividades que puedan contribuir al desarrollo físico y mental.
2. Funciones sociales. En este grupo incluyó tres tipos: la de sociabilidad, la simbólica y la terapéutica. Sobre la sociabilidad, afirma que las condiciones del trabajo moderno y la configuración de las ciudades han generado un empobrecimiento de la comunicación interpersonal y un aislamiento que sólo parece encontrar su contrapunto en las nuevas oportunidades y experiencias de ocio.
Para la descripción del elemento simbólico se basa en los escritos de Veblen, por ser quien más ampliamente ha desarrollado la idea de que el ocio es ante todo un símbolo de clase, en su libro Teoría de la clase ociosa (1944). Pero señala, igualmente, que éste se va diluyendo con el desarrollo de los años y las nuevas conquistas sociales. El ocio permite tanto cierta movilidad social como la posibilidad de emancipación de las divisiones sociales y expresión, según los propios deseos y gustos. Por último, sobre la función terapéutica señala que el ocio contribuye a mantener un buen estado de salud física y mental, cobrando nuevamente sentido las funciones psicológicas que se han referido antes y, en especial, el descanso y la diversión.
3. Función económica. La industria de las diversiones, como las denomina el autor, desempeña un papel importante en las economías occidentales, pero las diversiones modernas de ocio son inseparables del consumo de productos y servicios, por lo que puede ocurrir que el posible desarrollo personal se transforme en algo secundario, pasando a un primer plano el consumo en sí mismo y convirtiendo la experiencia de ocio en enajenación.

Se acepta así el hecho de que el fenómeno del ocio ejerce influencia sobre tres esferas: la personal, la social y la económica. Aunque es posible matizar que estas tres esferas ciertamente pueden ser dos, la personal y la social, entendiendo que el ámbito económico es un elemento que está enclavado a todos los efectos como un componente más de la esfera social. A partir de estas dos esferas (individual y social) Cuenca identifica y clasifica hasta cinco funciones del ocio, que fusionan los planteamientos de Dumazedier y de Sue:

1. Compensatoria. El ocio cumple una primera función de restablecer el equilibrio tanto físico, como psicológico. El ocio repara el desgaste producido por el trabajo, entendiendo éste en su sentido más global, tanto trabajo remunerado, como trabajo no remunerado, especialmente representado en nuestra sociedad por la mujer (cuidado del hogar, atención a la familia - niños, personas dependientes...) e incluso de las obligaciones diarias para una parte importante de la población (estudiantes, niños, jóvenes, parados/as, jubilados/as...). El ocio supone un distanciamiento con la rutina, posibilita evadirse de la realidad.
2. Autorrealizadora. Esta función del ocio está vinculada estrechamente con la esfera de lo personal. El ocio como ámbito de desarrollo humano, propicia un crecimiento personal a través del aumento de conocimientos, habilidades, destrezas... Todo ello en un marco procesual donde la vivencia, la satisfacción con la actividad realizada y el reto que el individuo otorga a ésta se convierten en elementos clave de desarrollo.
3. Relacional. Esta función del ocio está vinculada estrechamente con la esfera de lo social. El ocio es marco de convivencia, de solidaridad, de disfrute y de compartir con el igual. A través del ocio, en su práctica comunitaria, las sociedades se transforman, se tornan más humanas, más cohesionadas. El ocio presenta aquí una capacidad de relacionalidad que no es posible de vivenciar en ninguno del resto de ámbitos sociales o personales.
4. Identificadora. Esta función del ocio interrelaciona la esfera de lo personal y lo social. El ocio aquí representa la dialéctica de construcción de la identidad personal a partir de nuestra identificación con lo social. A través de la práctica de actividades de ocio el individuo va construyendo su propia personalidad, se sitúa en un espacio y un tiempo que le posibilitan la identificación con una cultura, un estilo de vida, unos valores, en definitiva un modo de entender la vida.

5. Terapéutica. Esta es la función con mayor carácter utilitario de entre las presentadas hasta el momento, ya que el ocio es entendido como instrumento de trabajo, que a través de actividades permite alcanzar objetivos relacionados con la rehabilitación o la integración comunitaria.

El concepto de ocio desde un enfoque humanista

Con lo señalado hasta el momento queda de manifiesto como el ocio es una realidad, un fenómeno complejo y pluriforme que se manifiesta a través de una gran variedad de prácticas. El ocio, es ante todo, una experiencia humana cargada de contenidos y símbolos diversos según la edad, el sexo, el entorno de vida, el nivel educativo y formativo, el nivel de renta, los recursos materiales y sociales etc. Desde la perspectiva humanista se entiende el fenómeno del ocio como una experiencia integral de la persona y un derecho humano fundamental. El ocio como elemento clave de desarrollo humano es el pilar fundamental en el que se sustentan los principios del ocio humanista.

El ocio puede manifestarse en una doble direccionalidad, tanto positiva, como negativa. Esta idea se plasma en las denominadas “coordenadas de ocio” (Cuenca 2004: 34-36), cuatro áreas de acción en las que la vivencia de ocio adopta una forma diferenciada. Las dos primeras están adscritas a una direccionalidad negativa y las dos últimas a una direccionalidad positiva.

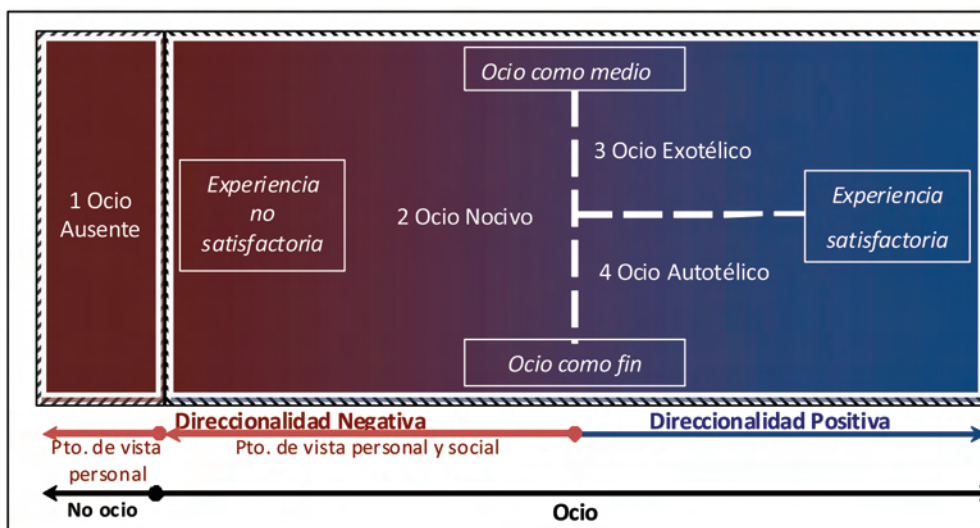
La direccionalidad negativa del ocio se manifiesta cuando la realización de esta experiencia se muestra perjudicial, bien para la sociedad en la que dicha acción se realiza, bien para el propio sujeto que la vivencia. El ocio se transforma aquí en acción dañina, como ocio nocivo que es necesario corregir, prevenir y, en último caso, rectificar. La educación del ocio tiene en esta área una enorme tarea, tanto de tipo terapéutico como de desarrollo educativo y preventivo.

“Por ocio Ausente entendemos la carencia de ocio, una vivencia en la que el sujeto percibe como ausencia de vivencias libres, satisfactorias y gratuitas. (...) El ocio ausente no es, por tanto, un ocio negativo desde un punto de vista social, es negativo en cuanto percepción personal (...) Finalmente, llamamos ocio nocivo a las experiencias de ocio caracterizadas por la ausencia de libertad (personal o social), de satisfacción (en el sentido de satisfacción interna) y gratuidad (referida a fin en sí mismo)” (Cuenca, 2010b: 76).

La direccionalidad positiva del ocio va unida a la vivencia gratificante del mismo, tanto desde el punto de vista de la persona, como desde el de la sociedad. Esta direccionalidad se estructura en torno a dos manifestaciones según el fin de la práctica de ocio.

1. Ocio exotético: práctica del ocio como medio para conseguir otra meta y no como fin en sí mismo.
2. Ocio autotético: verdadero ocio, aquel que se realiza de un modo satisfactorio, libre y por sí mismo, sin una finalidad utilitaria.

FIGURA 1. COORDENADAS DEL OCIO



Fuente: Lazcano, I (2011)

El ocio, ámbito de desarrollo y calidad de vida

El ocio es una expresión humana y personal, esencialmente subjetiva, aunque encuadrado en un contexto social que lo hace posible. Entendido de este modo, el ocio presenta dos vertientes interpretativas: lo personal y lo social.

Centrándonos en la vertiente personal, es posible afirmar, en primer lugar, que el ocio es el espacio vital en el que las personas tienen la posibilidad de cubrir sus necesidades de desarrollo integral (mental y físico), esto es viable en la sociedad del siglo XXI, ya que décadas atrás el trabajo ocupaba el lugar que hoy ocupa el ocio. El ocio como elemento de desarrollo personal aparece como una constante en muchos autores. Joffre Dumazedier (1974: 28) define el ocio desde la base del desarrollo personal: "el ocio es el contenido del tiempo orientado hacia la realización de la persona como fin último". Cuenca (2004b: 35) afirma que el ocio, en cuanto autorrealización del ser humano, "es un proceso dinámico, que crea un ámbito de mejora relacionada con el conocimiento, las habilidades y la toma de conciencia respecto a sí mismo y los otros". De modo que el autodesarrollo conduce a la autonomía, en el sentido de ser capaz de tomar decisiones que, en el caso del ocio, sirven para mejorar la experiencia y la vida. El ocio, en cuanto autorrealización de la persona, es una manifestación de dignidad, es, como ya se ha señalado, un derecho individual y social al que deben tener la posibilidad de acceder todos los ciudadanos.

En cuanto a la vertiente social del ocio, no cabe duda de que éste es un elemento de cohesión social, de vivencia en comunidad y también un factor de desarrollo económico. Luis Racionero, en su obra *Del paro al ocio* (1983: 47), defiende el ocio con dignidad, del cual afirma que "es el basado en un trabajo suficiente y empleado en quehaceres personales o filantrópicos que mejoran al individuo y a la sociedad". El ocio en las últimas décadas se ha convertido en una industria de primer nivel que crea empleo, productos, bienes y servicios, ocupando ya un puesto central en el desarrollo de la economía de los estados. Por tanto, resulta obvia la consideración del ocio como ámbito privilegiado para la construcción personal y social. E igualmente obvia comienza a ser la vinculación entre calidad de vida y tiempo de ocio disponible.

El concepto calidad de vida es de origen reciente, se pone de moda en la segunda mitad del siglo XX. Hoy en día todavía no existe un consenso, académicamente hablando, en la aceptación de una definición única. El origen de tal expresión está vinculado a la identificación por varios autores de las consecuencias no deseadas provocadas por el desarrollo económico y la industrialización. Setién (1993: 138) define la calidad de vida como "el grado en que una sociedad posibilita la satisfacción de las necesidades —materiales y no materiales— de los miembros que la componen. Tal capacidad se manifiesta a través de las condiciones objetivas en que se desenvuelve la vida social, así como a través del sentimiento subjetivo de los miembros de la sociedad sobre la satisfacción de sus deseos —socialmente influidos—, y sobre su existencia".

Desde la sociología, la calidad de vida se concibe como un fenómeno que sobrepasa el ámbito material y económico, abarcando un amplio abanico de necesidades, valores y recursos. Según Setién, existe consenso en que (2000a: 35):

1. "La calidad de vida tiene sentido como un todo, pero se materializa en distintos componentes: fisiológicos, culturales, económicos y socio-políticos. Por lo tanto, la calidad de vida se hace realidad a través de las distintas áreas de la vida, como son: salud, familia, vivienda, aspectos económicos (ingresos, consumo...), trabajo, ocio, seguridad, participación, medio físico y social, educación..."
2. "La calidad de vida se centra en los resultados logrados, es un resultado de procesos de desarrollo social, económico y político. Este resultado se hace evidente en el conjunto de la sociedad, pero se plasma y tiene su repercusión en la vida de las personas".

Desde este punto de vista, la calidad de vida de los individuos no depende exclusivamente de ellos mismos y de sus circunstancias. La calidad de vida de las personas pasa por el filtro de ciertos aspectos personales, pero fundamentalmente es el tipo de sociedad que nos envuelve la que configura el marco de posibilidad de nuestra propia calidad de vida (Setién, 1993). Las sociedades que configuran los países denominados del primer mundo han logrado, en mayor o menor medida, satisfacer las necesidades básicas de sustento y seguridad, una vez logrado esto la ciudadanía ha desarrollado nuevas formas de entender la vida.

Pero como recuerda De la Cruz (2006: 71), no es posible obviar cómo la sociedad de consumo determina la calidad de vida en términos puramente hedonistas y también en relación a la mayor o menor capacidad, principalmente económica, de

las personas de adquirir bienes materiales para satisfacer sus “necesidades” de ocio. Sin embargo, aún a pesar de la fuerte presencia de este patrón en la sociedad contemporánea, cuya premisa subyacente al modelo es que la calidad de vida de los individuos está extrínsecamente vinculada al medioambiente físico y social en el que viven. El principio de calidad de vida más extendido en la actualidad es el que lo empareja con la idea de una existencia lo más placentera posible, materializada en la consecución de satisfacciones personales (materiales e inmateriales). Así entendido, sobrepasa el ámbito estrictamente utilitario y económico.

En este sentido, De la Cruz (2006: 70) sostiene que la calidad de vida es definida a partir de tres términos: necesidades, preferencias y recursos. Con respecto a las necesidades, se entiende que existe un mayor nivel de vida en cuanto que una persona o grupo social satisface sus necesidades tanto básicas, como afectivas y de autorrealización. En términos de preferencias, la calidad de vida se asocia al logro de aquello que se desea o aquello que es importante. Y, por último, en lo que se refiere a los recursos, éstos son imprescindibles para poder organizar esas necesidades y dirigir de manera más plena los proyectos de vida personal o comunitario.

Siendo el ocio un elemento definitorio de las sociedades modernas se ha transformado en un determinante fundamental del bienestar y la calidad de vida entre los ciudadanos (Madariaga, 2011). Las personas son cada vez más conscientes de las ventajas del ocio para su propio desarrollo y calidad de vida. El binomio entre calidad de vida y ocio ha sido trabajado por múltiples autores, desde diversas disciplinas científicas. Ruskin (2000: 121) señala que “el ocio, es uno de los principales recursos para el desarrollo personal, social y económico, y uno de los aspectos importantes de la calidad de vida”. Junto con Ruskin, otros expertos del fenómeno del ocio como Dumazedier (1964, 1980), Roberts (2002) o Setién (2000a), entre otros, han definido la importancia del ocio como elemento de calidad de vida. Un buen número de estudios empíricos llevados a cabo confirma la existencia de una estrecha relación entre participación en ocio, bienestar psicológico y satisfacción vital. Por tanto, no cabe duda de que el ocio es uno de los componentes en que se desglosa la calidad de vida, y esto es así porque el ocio es una necesidad y un derecho, constituye una experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano.

La calidad de vida mejora a partir de la conquista de la perfección personal o autorrealización, que en un contexto de ocio supone el afán por alcanzar cierta “excelencia” personal. En cualquier caso, la calidad de vida, tal y como se ha descrito, se identifica con una manera determinada de entender el bien y la felicidad (Madariaga y otros, 2011), diferente a la que apuntábamos al vincularla exclusivamente a la capacidad económica y al poder adquisitivo del individuo.

2.3. El ocio en la sociedad actual: experiencia, mercantilización y consumo

El siglo XX ha sido el del gran avance del ocio, su importancia se ha hecho patente desde tres ejes fundamentales:

1. La disponibilidad de tiempo liberado: las condiciones socioeconómicas, la situación del mercado de trabajo, el aumento de la esperanza de vida y el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación son elementos que han contribuido a que se disponga de mayor cantidad de tiempo libre. Lo que, en términos generales, no ha mantenido una correlación positiva con el aumento de prácticas de ocio tendentes a favorecer un desarrollo personal y social. Esta mayor disponibilidad de tiempo libre ha incrementado, también, nuevos problemas sociales cuyo origen se sitúa en la ausencia o mal uso de ese tiempo libre.
2. La diversificación de actividades: el aumento de la oferta de ocio de todo tipo hace que la persona sienta la necesidad de hacer cosas que le permitan reafirmar su identidad. Esta amplia oferta sitúa al individuo en la tesitura de elegir, de rechazar o ignorar posibilidades, de tomar decisiones, las cuales se ven influenciadas tanto por variables internas del individuo, como externas.
3. El ocio como consumo: en la actualidad el ocio va unido a gasto económico, convirtiendo prácticas de consumo (comprar, tener...) en prácticas de ocio. Una, tal vez, excesiva vinculación de equipamientos relacionados con el ocio, junto a servicios, bienes y productos que se compran, forman parte del patrón cotidiano de determinados estilos de vida en ocio de la sociedad desarrollada en la que vivimos.

Estos tres argumentos nos hacen intuir el origen estructural de la relevancia adquirida, de manera progresiva, por el ocio a lo largo del pasado siglo.

La mercantilización de la experiencia de ocio

El análisis de la experiencia de ocio en la actualidad requiere ser abordado en el marco interpretativo que nos ofrece el siglo XXI. En este marco destaca la importancia de dos aspectos que, aunque en apariencia son contradictorios, se complementan: la concepción humanista de la experiencia de ocio y la vivencia de la misma en el contexto socioeconómico capitalista de las sociedades occidentales.

Al referirnos a la experiencia de ocio nos acercamos a las experiencias que nos resultan satisfactorias y que hemos seleccionado entre otras posibles. Intelectuales de prestigio, nacionales e internacionales, especializados en distintas disciplinas desde hace ya varias décadas, a través de sus teorías y pensamientos, han definido la necesidad del hombre de vivenciar un ocio creativo, sano y digno. En la sociedad contemporánea, la "experiencia" es un valor en alza que ha hecho de ella sinónimo de plenitud, dominio, perfección y satisfacción. Se ha transformado en un objetivo, un paradigma a alcanzar en la búsqueda de la felicidad, fin último de la existencia humana como señalaba Aristóteles. El concepto experiencia alude a algo de carácter extraordinario, que se aleja de la rutina, de lo cotidiano, y penetra en lo más profundo de la persona propiciando, en algún sentido, el cambio, la mejora o el crecimiento. Al hablar de experiencia nos estamos introduciendo en el ámbito de lo subjetivo, y por tanto, los resultados variarán en función de la personalidad de quién la experimente.

La sociedad occidental del siglo XXI vive regida por un capitalismo arrollador. Jeremy Rifkin (2000: 8) denomina a esta época como La Era del Acceso, la cual puede significar pura y llanamente la última etapa del capitalismo, que ve satisfecho su deseo de llevar todo el tiempo humano a la arena comercial. Dependiendo del ámbito del que se trate hablamos de sociedad del conocimiento, de modernidad líquida, de postmodernidad, de sociedad de la innovación... Desde que en los años 20 del pasado siglo irrumpiera la producción en masa en el mercado, la capacidad de consumir fue ganando terreno a las demás capacidades humanas, hasta ocupar el primer puesto entre las capacidades más valoradas en nuestra era que ha dado en llamarse con acierto era de la información, y que podría llamarse era del consumo (Cortina, 2002: 21). Como señala Verdú (2005: 21), "la sociedad de consumo tiene como misión proveer de placeres sin tregua y como destino esencial la diversión hasta morir".

El primer paso hacia esta nueva era se dio con la llegada de la sociedad post-industrial, en los años 60. Esta nueva fase se caracteriza por suponer una "desviación hacia el consumo como proceso social, económico y cultural central, al tiempo que el capitalismo se vuelve cada vez más global en su impacto a través de las compañías multinacionales" (R. Bocoock, 1995: 115). Así, se incrementó el acceso al consumo de ocio a través de la democratización a su acceso. Sin embargo, consumir más no implica necesariamente disfrutar más, por lo que la ilusión de la democratización del ocio pone en peligro la vivencia de experiencias plenas. La explosión de la oferta de ocio de los años 60, ligado al incremento en las posibilidades de consumo de los ciudadanos, dio lugar a que peligrara la esencia misma del ocio, es decir la pérdida del potencial experiencial de la misma, transformando el individuo de actor en mero consumidor. Para Bauman (2002) la identidad del individuo, en esta sociedad de consumo, se recicla. Es ondulante, espumosa, resbaladiza, acuosa, tanto como su metáfora preferida: la liquidez. Multitud de autores están abordando en los últimos años el concepto de mercantilización de la experiencia, como criterio fundamental para entender los nuevos consumos culturales y de ocio. Estos cada vez están más en el ámbito del mercado y menos en el ámbito del Estado, ya que el Estado ha pasado de crear espacios sociales fuera del mercado, a convertirse en un ente mercantilizador que anima al sector privado y a los negocios del sector privado.

Como se ha puesto de relieve, la interpretación del concepto experiencia de ocio se basa en una serie de características que, a priori, no parecen ser susceptibles de manipulación ajena al individuo, debido fundamentalmente al carácter subjetivo de la misma (singularidad, vivencia unívoca, efecto transformador, ...). En definitiva, parece que estos componentes protegen la experiencia frente a las astucias de la economía de mercado. Pero este planteamiento es totalmente discutible, bastantes autores se plantean las potenciales amenazas que pueden derivarse de la mercantilización de las experiencias de ocio (Cuenca, 2004; Rifkin, 2000; San Salvador del Valle, 2000). No cabe duda que la experiencia ha adquirido un gran protagonismo en nuestro tiempo pero, como afirma San Salvador del Valle (2007), hemos permitido que gran parte de las experiencias que atraen al ciudadano en este momento estén mercantilizadas, que los sentimientos y emociones humanas se hayan convertido en mercancía.

Es cierto que la experiencia es individual, singular e irreplicable, pero esto no significa que no sea manipulable fundamentalmente a través de los valores que se construyen en torno a ellas. La cuestión que nos planteamos es si realmente la economía de mercado es una amenaza para el libre ejercicio del derecho al ocio de todos los ciudadanos o una oportunidad para

favorecer el incremento de vivencias de ocio satisfactorias, que no significa necesariamente incrementar los consumos de manera exponencial.

El concepto de moda que se impone no es otro que la economía de la experiencia, sobre la que numerosos autores han profundizado. El nuevo orden social y económico vende los productos y servicios de ocio a través de la "marca" experiencia, en la mayoría de los casos el peligro de esta mercantilización de las experiencias de ocio radica en la manipulación utilitarista de la información que sobre ella se manejan y sobre las consecuencias, más bien beneficios, que de ella derivan. En las últimas décadas los poderes fácticos han extendido la creencia entre los ciudadanos de que la vivencia de experiencias de ocio sólo puede venir de la oferta diseñada en el marco de la sociedad de consumo, que consiste en seducir al cliente con estrategias no racionales sino experienciales, simbólicas e, incluso, afectivas (Verdú, 2005: 22). Como ya se ha señalado, para que algunas prácticas de ocio sean vividas como experiencias, es necesario que algunas otras no lo sean. De ahí, el peligro de hacer sentir y pensar a la población que cualquier práctica de ocio es a priori una experiencia. Las instituciones, las asociaciones y las empresas que tienen por objeto la oferta de actividades y servicios culturales, turísticos, deportivos o recreativos, se convierten en posibilitadoras de experiencias de ocio. Este hecho resulta esperanzador a sabiendas de que como señala San Salvador del Valle (2004: 10) "el pleno desarrollo de las potencialidades del ocio pasa por la comprensión integral del fenómeno por parte de la nueva economía", de los agentes que participan de sus dinámicas.

El problema que subyace a esta creencia radica en la negación por parte de la ciudadanía de su capacidad para promover experiencias de ocio, no necesariamente situadas fuera del mercado. En otras palabras, se ha desplazado el núcleo de la experiencia, del individuo como protagonista, por tanto, como generador de su propia experiencia, a la acción de consumo. Lo que no buscan los proveedores de experiencias de ocio, que nos llegan a través del consumo, es la satisfacción continua del cliente (Bauman, 2007) pues ello supondría anular el ya instaurado proceso de búsqueda incesante de nuevas experiencias de ocio del que ya formamos parte. Es más, esta satisfacción sólo es posible a partir de la insatisfacción real de los consumidores. En uno de los pasajes de la obra *Modernidad Líquida* (2007), Bauman afirma que:

"el valor característico de una sociedad de consumidores, el valor supremo frente al cual todos los demás deben justificar su peso, es una vida feliz. Y más, la sociedad de consumidores es quizás la única en la historia humana que promete felicidad en la vida terrenal, felicidad aquí y ahora y en todos los ahóras siguientes, es decir, felicidad instantánea y perpetua" (Bauman, 2007: 67).

Citando a Layard, Bauman sostiene que la felicidad puede ser alcanzada por medio de satisfacer ciertas necesidades, pero esa satisfacción tiene un umbral específico y pasado dicho límite el consumidor no sólo no encuentra la felicidad añorada sino que se somete a su "yugo hedonista" (Bauman: 2007:89). En consecuencia, surgen sentimientos antisociales de conformismo, inseguridad, infelicidad, depresión o estrés en aquellos grupos en donde predomina la riqueza y el consumo acelerado. En definitiva, confiar la promoción y el control de las experiencias de ocio en los poderes económicos de la sociedad actual, como únicos diseñadores y proveedores de las mismas, supone una pérdida irrecuperable desde el punto de vista de las potencialidades del ocio como desarrollo humano.

Diferentes investigaciones han dado sustento a la tesis de la relación homóloga entre clase social y consumo. Según Bourdieu (1979, 1989), desde un análisis sociológico, el consumo puede dividirse en tres espacios:

1. Espacio estructural. Comprende las condiciones y posiciones del consumidor en la sociedad (los elementos que definen su clase social) y está formado, básicamente, por la dotación de capital⁴ (humano, social y económico) que posee el consumidor. Es decir, la clase social es una situación compartida entre los miembros de un grupo social respecto al control sobre los bienes y recursos en los mercados (Hout, Brooks y Manza, 1993: 262).
2. Espacio simbólico. Hace referencia a la distinción de la posición social del grupo, al estilo de vida y a la clase de productos consumidos, que demuestran un determinado gusto o capacidad de apreciación asociado sólo a determinados grupos sociales (Dimaggio, 1987: 270). Las características de los productos son deseadas por sus propiedades simbólicas, por su capacidad de facilitar distinción social.

⁴ Humano: herencia cultural y la formación educativa / Social: inversiones en relaciones sociales con unos rendimientos esperados / Económico: activos con valor económico y los rendimientos esperados.

3. Espacio del gusto. Incluye los esquemas de percepción y evaluación interiorizados, la estructura cognitiva y la forma de apreciación adquiridas a partir de experiencias repetidas realizadas en las condiciones de vida y posiciones del consumidor en su contexto social. Este espacio afecta a las probabilidades de obtener las recompensas deseadas en la interacción de diferentes estratos sociales (Dimaggio, 1997: 267). Ser diligente en la reproducción de la cultura de las clases dominantes tiene su recompensa. Éstas te permiten entrar en el mercado laboral, tener unos buenos ingresos y mantener un nivel de vida acorde.

2.4. El ocio de las personas jóvenes

La disponibilidad de tiempo libre y los modos en que este tiempo se organiza ha sido una de las áreas prioritarias de interés en el análisis de la población joven, y en la que, al menos en las últimas décadas, se ha centrado una buena parte de la investigación sobre jóvenes y adolescentes. Y lo ha sido desde muchos puntos de vista, tanto por lo que supone el tiempo libre como espacio- tiempo de socialización, como por sus repercusiones desde el punto de vista social e identitario, económico y de consumo así como por constituirse como un escenario particular en la exposición y toma de decisiones respecto a ciertas prácticas de riesgo.

Como ya se ha señalado, el consumo, posee una capacidad de estructuración y de definición identitaria; siendo así, es uno de los referentes básicos también en la estructuración del ocio y, como distintos autores han señalado, se ha convertido en un elemento básico que trasciende el componente profesional como eje fundamental para la proyección personal y su posicionamiento en el entramado social (Conde, F, Rodríguez, E., 2001). Esta dinámica, especialmente entre las personas jóvenes, implica que sean los referentes del consumo los que sirven y mediatizan el ser social, sobre todo cuando las dinámicas laborales y de consolidación profesional han dejado de servir para la expresión de la identidad personal, y que los espacios y tiempos (también las alternativas) de materialización del tiempo libre y de ocio estén absolutamente impregnados de necesidades consumistas (Conde, F, 1996).

En los últimos 30 años se han ido produciendo una serie de cambios económicos, culturales, políticos y sociales, reflejados con la introducción de valores postmaterialistas. Las nuevas generaciones enfatizan la autoexpresión, la identidad y la autonomía, dentro de un contexto de inseguridad e incertidumbre, que Bauman define como "modernidad líquida". Las nuevas generaciones, como indica Camacho (2011), son las que están contribuyendo al cambio paulatino en los valores y en las actitudes, entre los que emergen con fuerza la realización personal, la libertad y la autonomía de los individuales frente a las instituciones tradicionales. Los valores postmaterialistas conllevan además la fragmentación y la diversidad que afecta a las trayectorias personales que ya no tienen un itinerario único.

Camacho menciona la confianza interpersonal como uno de los valores que confiere a una sociedad mayor cohesión y mejores oportunidades para la participación y la cooperación. Los datos del Centro de Investigaciones Sociológicas relativos a la confianza en los demás (2005-2011) permiten afirmar que la tendencia de la confianza de los jóvenes y del conjunto de los españoles es ascendente, posiblemente consecuencia del relevo generacional y de una apertura hacia la responsabilidad colectiva en contradicción con el ascenso del individualismo. Las personas jóvenes son un sector de la ciudadanía con circunstancias y necesidades propias que tienen que ser objeto de atención específica.

El concepto de juventud viene siendo interrogado desde algunas Ciencias Sociales en los últimos años. Los términos en los que entendemos hoy juventud y adolescencia son construcciones sociales históricas y socialmente variables que aparecen en un preciso momento del desarrollo de las sociedades occidentales (Criado, 1998). Es decir, la función, el sentido y el significado que le damos a la juventud es variable histórica, geográfica y culturalmente.

Hasta hace pocas décadas, la transición desde la infancia a la asunción de responsabilidades que se entienden propias de la etapa adulta se desarrollaba según un orden y una secuencia preestablecida y se condensaba en la idea de juventud. A grandes rasgos, la juventud era el período en el que se conseguía, más o menos secuencialmente, una identidad social adulta definida por la autonomía profesional y financiera, y la independencia familiar.

Como señalan Tejerina, Carbajo y Martínez (2012), hoy en día parece que los límites temporales que marcaban la juventud (la edad) están extendiéndose y las instituciones que caracterizaban a los procesos de transición e integración en la edad adulta (escuela, trabajo, familia, religión y Estado), parecen estar perdiendo parte de su eficacia. La juventud, como

categoría social que daba cuenta de un lugar de paso o etapa de transición entre la infancia y edad adulta, parece haber mutado el significado que se le otorgaba.

Actualmente, se van afirmando una serie de situaciones particulares, intermedias, ambiguas, entre deberes adultos y estatus juveniles, que puede prolongarse por un tiempo indefinido, en un continuo ejercicio de reajuste de las posibilidades y de las expectativas que cada persona lleva en su historial biográfico (Gil-Calvo, 2005).

Este cambio no parece ser sólo efecto de las transformaciones estructurales, sino que también es efecto de las modificaciones ocurridas dentro del propio proceso y contenido de la transición, que se ha vuelto cada vez más individualizado, variable e incierto (Madariaga, Lazcano y Doistua, 2009). En definitiva, la juventud es entendida desde esta investigación como un espacio social de experimentación individual prolongado donde conviven una multiplicidad de situaciones (de dependencia, de autonomía y de semi-independencia) y en las que se vuelve difícil encontrar términos que den cuenta de esa complejidad que ya no es exclusiva de lo que ha venido entendiéndose por juventud.

Así, un aspecto a atender sobre la juventud, imprescindible para cimentar todas las acciones positivas sobre este colectivo, es la concepción de la juventud como una etapa fundamental en la vida de las personas, no sólo como una etapa de tránsito hacia la edad adulta. Así lo señala Lanaspá (2012: 1):

“La juventud es la etapa en la que las personas se preparan para asumir las responsabilidades de la vida adulta, cuando se definen proyectos vitales y se establecen prioridades y objetivos de futuro. Para ello es necesario que dispongan de oportunidades estimulantes, de incentivos capaces de promover su desarrollo personal y de comprometerles con el sostenimiento y la mejora de la sociedad.”

Esta concepción sobre la juventud es una constante ya consolidada en la bibliografía actual. Así lo señala también González-Anleo (2010), entendiendo que la juventud no es una etapa de tránsito sino que tiene entidad en sí misma y constituye un gran activo social.

Desde el 2001, la Unión Europea ya ha incorporado esta nueva visión de la juventud, plasmándolo en diferentes documentos, recomendaciones y dictámenes, como es el caso del programa Juventud en Acción o el Libro Blanco sobre la Juventud, que recoge en cuatro áreas algunos de estos aspectos:

1. Desarrollar una ciudadanía activa.
2. Ampliar y reconocer nuevos campos de experimentación.
3. Promover la autonomía de los jóvenes a través de políticas de juventud que no se circunscriban a ámbitos específicos.
4. Defender los valores de los jóvenes.

Como afirma Comas (2011), la categoría juventud es una categoría social caracterizada por una gran pluralidad, las situaciones de las personas jóvenes son muy variadas y en múltiples aspectos no tienen nada en común. Además, tampoco podemos negar que las personas jóvenes están en constante evolución y la situación de ayer no es ni la de hoy ni la que será mañana. Pero esta pluralidad, según el autor, no impide que consideremos a las personas jóvenes como una categoría social.

El ocio juvenil en ecosistemas físicos y digitales

No cabe duda de que las personas jóvenes objeto de esta investigación son un sector de la ciudadanía con circunstancias y necesidades propias que tienen que ser objeto de atención específica. Este es un periodo vital caracterizado por transformaciones profundas en el plano cognitivo, en su desarrollo físico, psicológico y social, y en las relaciones del individuo con las personas e instituciones del mundo social. Estos cambios conllevan adaptaciones, referidas a relaciones entre sus acciones sobre el contexto y la acción del contexto en ellos, por lo que nos encontramos ante un proceso bidireccional.

La introducción de tecnologías para salvar distancias en el espacio y en el tiempo permitió la transmisión de contenidos simbólicos a lugares alejados geográficamente y permitió el conocimiento de cualquier acontecimiento simultáneamente de su ocurrencia, creando nuevas formas de comunicación (comunicación mediática), de relación social y nuevas maneras de pautar el tiempo y el espacio que caracterizan la socialización, sensibilidad y construcción del yo de la juventud contemporánea (Thompson, 1998). Sabemos que para los jóvenes el uso de las TIC tiene dos finalidades básicas, una lúdica y otra de relación con sus amigos e iguales. Sin embargo, el carácter informativo o formativo que las TIC tienen es para ellos menos importante. La barrera entre medios electrónicos e impresos se incrementa, por las posibilidades que generan los ordenadores en relación al ocio y el entretenimiento (Ballesta, 2003; 2007).

Durante la última década, ordenadores, teléfonos móviles e Internet se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana de una amplia parte de la ciudadanía. En los países industrializados de todo el mundo, los jóvenes son en gran medida los usuarios más entusiastas de estas tecnologías de comunicación (Rasanen, 2006; Willis y Tranter 2006, Howard 2009). Este hecho es particularmente relevante si nos referimos a los tiempos de ocio, o como lo denominan diversos investigadores, los tiempos de uso de tecnología que no está relacionado con el trabajo (Wei, 2006; Wilska Pedrozo, 2007). Juegos en red con multijugadores, entornos virtuales, sitios de redes sociales y otros lugares de reunión en línea que involucran la interacción con otros usuarios se han convertido en algunas de las razones más importantes por las que los jóvenes inicia sus conexiones (Lehdonvirta, 2009, Soderstrom, 2009, West, 2009). La finalidad de los contenidos de las TIC está dirigida especialmente al ocio y a las relaciones interpersonales. El uso de Internet aumenta a medida que el alumnado avanza en sus estudios de la ESO. Hay un mayor uso y acceso en los últimos cursos de la ESO respecto a sus niveles inferiores.

Algunos autores (Rheingold, 1996) tienen fe en las posibilidades que brinda la tecnología para establecer relaciones, acercar a las personas, reformular vínculos amenazados por las formas de vida contemporánea y facilitar la participación democrática. Un amplio número de investigaciones empíricas en el ámbito de las ciencias sociales en los últimos años han tenido como objetivo abordar la cuestión urgente de si la sociabilidad digital puede ser un sustituto de algunas de las estructuras de los grupos tradicionales que se están desintegrando en la sociedad moderna tardía. Los estudios recientes muestran que las interacciones mediadas por ordenador son ahora una parte integral del estilo de vida de los jóvenes, máxime si nos referimos a sus tiempos sociales de ocio, y su comprensión es crucial para entender los cambios en los valores, actitudes y actividades de su vida cotidiana (Boyd 2008, Livingstone 2008). Determinadas variables sociodemográficas se han identificado como fluctuantes en las experiencias de identificación on- y off-line de la juventud. Algunas de estas variables independientes son el género y el nivel socioeducativo, cuyo hallazgo es consistente con los estudios sobre los roles de género (Frost 2003, Lin 2008, Williams et al. 2009).

Una parte de la realidad grupal de los jóvenes y adolescentes se basa en la pertenencia a múltiples grupos, presentes en un número cada vez mayor de escenarios de interacción. Cada uno de estos grupos responde a distintas funciones y objetivos, e incluso en cada uno de ellos una misma persona puede representar y adoptar roles diferentes. Es lógico pensar que la pertenencia múltiple no se produce por la mera concurrencia coyuntural de situaciones que favorezcan la integración en los distintos grupos, ya que cada persona va tomando sus decisiones voluntarias para la elección de aquellos a los que finalmente pertenece y a los que no (Requena, 1994). Los grupos de pares son fuentes importantes para la configuración de la identidad social de los jóvenes: en los últimos años, los tradicionales grupos de pares se han unido – sin ser sustituidos – a grupos accesibles mediados por ordenador, convirtiéndose en una parte cotidiana de la vida de este colectivo. En este momento, no parece que pueda afirmarse que las relaciones virtuales sustituyen a las presenciales, antes bien ocurre lo contrario: en opinión de algunos autores (Pisani y Piotet, 2008: 62) la tendencia es a aumentarlas y a convertir la ocasión del encuentro en un espacio que satisfaga la necesidad de expresarse y los deseos de verse representados. Aunque los jóvenes no renuncian a las relaciones de pertenencia, tienden a multiplicar, en varios entornos simultáneos, físicos y virtuales, las relaciones reticulares, transitorias, de alcance limitado, que permiten la experimentación sin consecuencias.

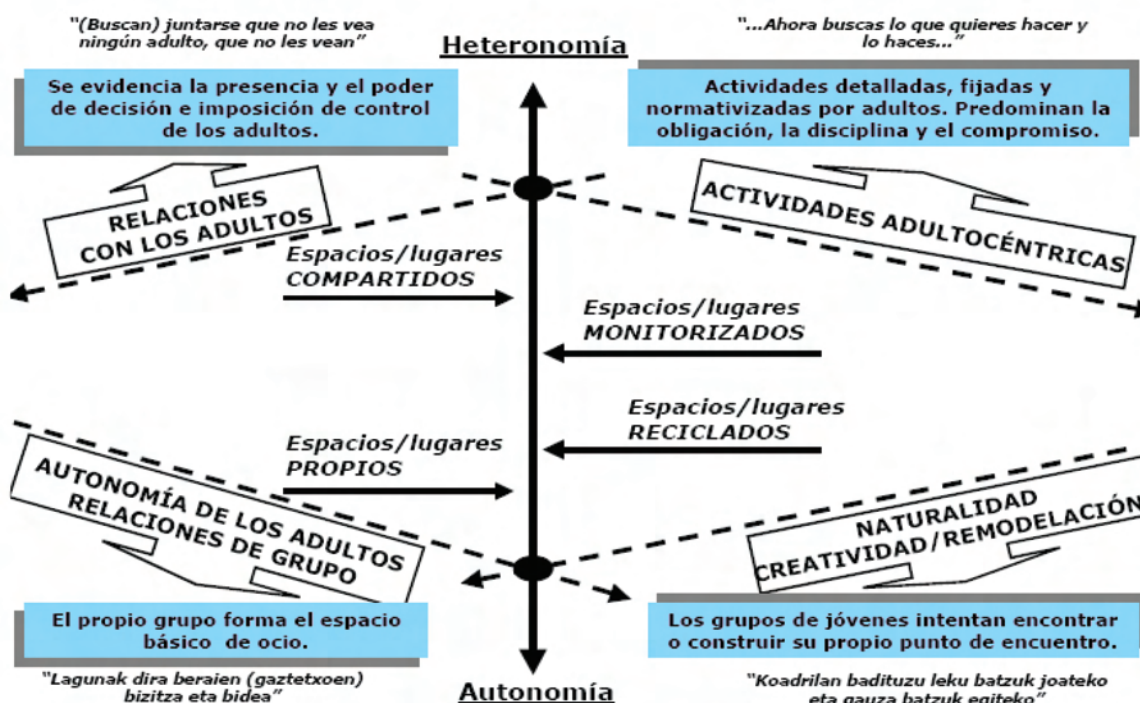
Distintas razones se están dando para comprender el porqué de la participación profunda de los jóvenes con los medios digitales, convirtiéndose este asunto en un tema de investigación muy relevante en los estudios de los jóvenes. La principal razón, o al menos la más abordada, es el hecho de que las nuevas tecnologías está siendo utilizada para procesar algunas de las tareas importantes durante la edad objeto de estudio, 16-18 años, especialmente en la formación de la identidad madura y la evaluación de la influencia de los pares (Wilska Pedrozo 2007).

Espacios de ocio de las personas jóvenes: compartidos, monitorizados, reciclados y naturales/proprios

Los profesores Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002), realizan una clasificación de los diferentes espacios de ocio en uso por parte de las personas jóvenes. Como rebela el título del apartado es posible hablar de cuatro espacios: compartidos, propios, monitorizados y reciclados. En la figura siguiente se representa gráficamente las características definitorias de estos, a partir de un eje limitado por dos polos: heteronomía y Autonomía. Las relaciones, los espacios y las actividades que el colectivo de personas jóvenes sitúa en el extremo de autonomía son las que viven con más placer en su tiempo libre, mientras que en el extremo de la heteronomía o dependencia son las que la mayoría desea evitar. El espacio, lo han considerado como un punto de unión o confluencia, reflejando y caracterizando la existencia y peculiaridades de los espacios de ocio.

Los Espacios Heterónomos se definen como espacios ordenados y disciplinados, dirigidos por adultos cuyo funcionamiento está controlado por adultos también. Por el contrario, los Espacios Autónomos serían aquellos espacios desregularizados y flexibles, apartados de la mirada de los adultos, normativizados y gestionados por adolescentes.

FIGURA 1. ESPACIOS HETERÓNOMOS Y ESPACIOS AUTÓNOMOS



Fuente: Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002)

I. Espacios compartidos

Los adolescentes no lo perciben como "su ocio", deben integrarse y adecuarse a lo que les viene dado, tienen unas normas que deben cumplir, se encuentran controlados por adultos, y no tienen posibilidad de diferenciarse. Este tipo de espacios comprenden los hogares familiares, los equipamientos escolares cuando su uso es a través de actividades extraescolares, las infraestructuras culturales y deportivas de carácter público y los centros de consumo (centros comerciales, cibernéticos...).

Entre los espacios compartidos merecen especial atención los institucionales (bibliotecas, polideportivos, casas de cultura...). En primer lugar, las ventajas que tienen como espacio de ocio son su entrada libre y sus recursos. Son sitios públicos y abiertos y su utilización y funcionamiento suele ser flexible, les da opción para estar fuera o entrar y salir cuando quieran (muchas veces con idas y venidas constantes) sin tener que dar demasiadas explicaciones. Destaca el acceso libre y la comodidad, ya que es preciso tener en cuenta que en ese tramo de edad de 14-16 años los bares no son todavía referencia para juntarse y estar a diario.

za, los adolescentes tienen más posibilidades de estar a su aire, y en el caso de las bibliotecas y las casas de cultura posibilitan estudiar y al mismo tiempo estar con los amigos. De todas formas, lo que se hace allí siempre tendrá un contexto formal y regulado. Por eso, cuando utilizan la biblioteca o la casa de cultura lo que hacen allí es, en su representación, un pasatiempo.

II. Espacios monitorizados

Son infraestructuras y actividades creadas por adultos, desde su perspectiva, para el ocio de los adolescentes. Es un ocio estructurado, ubicado en locales bajo la responsabilidad de unos monitores. Suelen ser proyectos unidos a la educación no formal, basados en la realización de actividades planificadas. Habitualmente son del gusto de los adolescentes, pero implican un compromiso por su parte.

Estos espacios aglutinan a grupos culturales y deportivos, grupos de tiempo libre, aulas jóvenes y proyectos especiales para jóvenes.

En relación a las aulas para jóvenes (espacios jóvenes, gaztelekus...) como espacios monitorizados, los autores de la investigación los definen de la siguiente manera:

“según el funcionamiento y las relaciones para con los monitores, pueden ser espacios con una infraestructura y funcionamiento flexible y abierto para los adolescentes, pero también pueden ser infraestructuras que están al margen de su ruta de tiempo libre. Si se consigue algún tipo de referencialidad, los adolescentes elegirán pasar allí su tiempo libre, utilizando los espacios y recursos para diferentes usos u ocupaciones”.

Los talleres y cursillos que se organizan suelen ser numerosos e interesantes desde el punto de vista de las aficiones de los adolescentes; además, como no son actividades para todo el año, ni actividades que exigen una preparación especial, les supone poco compromiso. Además de poder participar en los talleres y cursillos que allí se organizan, disponen de una gran oferta de juegos; por todo ello pueden constituir una buena opción para disfrutar del tiempo libre.

Debemos reseñar que no todos se ciñen al mismo patrón o modelo, pudiendo adoptar diversas formas de funcionamiento, estructura u organización. Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002) afirman que no todos estos espacios tienen las mismas características, y que según sean éstas tienen diferentes niveles de éxito y de aceptación entre los adolescentes.

En ese sentido, hay dos variables que guardan relación con su aceptación; por un lado, la edad de los usuarios que se reúnen allí, y por otro lado, el modelo de organización de las actividades y su control. En lo que respecta a la edad de los usuarios, hay que tener en cuenta que los adolescentes buscan relacionarse con sus semejantes y que suelen querer estar con jóvenes de su edad; si en un espacio de ocio se reúnen adultos, pero también si hay personas más jóvenes o niños, los adolescentes, normalmente, no suelen querer acudir. Por otra parte, en lo que respecta a la organización y al control de las actividades, las actividades que se programan de antemano no resultan del agrado de la mayoría de los adolescentes, aunque coincidan con sus gustos; en cambio, las actividades sobre las mismas temáticas o aficiones habitualmente tienen éxito si son creadas y organizadas por iniciativa de los propios adolescentes.

Además de lo expuesto, el funcionamiento de todos los espacios no suele ser flexible, y en lugar de establecer las normas como consecuencia del proceso de relaciones, las normas se presentan como un código cerrado impuesto de antemano; el hecho de que sea así, más que atraerlos aleja a los adolescentes; sobre todo, a los adolescentes que tienen dificultades en la familia o en el colegio y a los que tienen conductas de riesgo. Cuando aceptan estos equipamientos como área de ocio, además de hacer uso de los servicios que ofrecen, suele ser el punto de encuentro para reunirse con los amigos; quedan a la entrada diferentes grupos de amigos, en algunos casos, un número muy considerable de jóvenes.

Los servicios y actividades propios de estos espacios deben de pivotar sobre una triple tipología: en primer lugar pensar en un ocio educativo, en cuanto que haya actividades tanto creadas directamente por los/as jóvenes como propuestas por el equipo de dinamización, interviniendo en el ámbito formal e informal, con zonas de encuentro y disponibilidad de material. En segundo lugar, se deben favorecer los apoyos necesarios para la creación y producción, dotar de espacios, medios y de un circuito donde exponer y proyectar de forma que se favorezca el intercambio entre creativos, y por último habilitar canales para la expresión y participación, para la información, orientación y el acompañamiento.

III. Espacios reciclados

Son lugares públicos elegidos por los adolescentes de entre el mobiliario/entorno urbano, apropiándose de ellos para su ocio. Son adecuados para realizar sus actividades propias, óptimos para reunirse y estar en grupo. Les permiten estar apartados de los adultos. Por tanto los espacios son las calles, plazas, parques, lugares refugiados, rincones apartados, portales, soportales.

IV. Espacios naturales/propios

Espacios elegidos o creados por los/las adolescentes para un ocio intensivo. Se encuentran fuera del mundo de los adultos y están hechos a medida para los/las adolescentes, fomentan actividades y expresiones propias, ofrecen la posibilidad de desarrollar la experiencia colectiva, de diferentes culturas jóvenes. Están ligados a sensaciones de libertad, evasión y placer, donde sienten el poder de decisión y protagonismo. Se refiere a zonas de bares, discotecas, lonjas...

Las zonas de bares son lugares idóneos para los jóvenes como espacios para reunirse, espacios donde pueden encontrar ambientes diferentes, lo que les permite realizar actividades de su gusto (escuchar música, bailar, beber...).

Las discotecas son espacios para reunirse en grandes grupos, para realizar actividades ligadas a la marcha nocturna. Lugares deseables para desarrollar las expresiones corporales, la estética y los signos de libertad.

Las lonjas, peñas... , son espacios para la auto-organización de las personas jóvenes, espacios para desarrollar las relaciones intragrupalas, pero también lugares tranquilos para el consumo de alcohol y otras drogas.

Por último señalar como Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002) también hacen referencia a la influencia del entorno en la experiencia del tiempo libre, y analizan la existencia de diferencia entre el ámbito rural y el urbano, como se observa en la siguiente figura.

FIGURA 2. DIFERENCIACIÓN ENTRE ADOLESCENTES: FORMAS DE SER JOVEN: GÉNERO, ENTORNO Y CULTURAS JUVENILES



Fuente: Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002)

Como señala Tejerina (2012), más allá de las críticas posibles a esta tipología, lo que resulta importante destacar es su capacidad para hacer comprensible los espacios de ocio joven dentro de un continuo que va desde una normativización adulta e institucional (heterónoma para la juventud) a una normativización (emergente, institucionalizante, autónoma) elaborada desde los propios jóvenes. Es decir, posibilita, de manera transversal, identificar un proceso de diferenciación (y constitución) de los espacios juveniles y sus conexiones con la construcción de la identidad grupal (y personal).

Bibliografía

- Bauman, Z. (2002). *La modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Miedo líquido: la sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Berrio-Otxoa, K., Hernández, J.M., Martínez, Z. (2002) *Los adolescentes y el Tiempo Libre: Mirando al futuro 2001-2002*. Universidad del País Vasco.
- Bocoock, R. (1995). *El consumo*. Madrid: Talasa.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus Alfaguara.
- Boyd, D. (2008). Why youth's social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (ed). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 119-142
- Camacho, J.M. (1998). Principales retos de las políticas de juventud. *Revista de estudios de juventud*. N°. 94. Producir la juventud: crítica de la sociología de la juventud p. 49-67.
- Comas, D. (coord.) (2011) *Las Políticas Públicas de Juventud*. Madrid: INJUVE.
- Conde, F. (1996). Crisis de las sociedades nacionales de consumo de masas y nuevas pautas de consumo de drogas. *Revista de Estudios de Juventud*, n° 37 (71-84). INJUVE, Madrid
- Conde, F; Rodríguez, E. (2001). Crisis del modelo de pacto social. *Revista de Estudios de Juventud* n° 54. La noche, un conflicto de poder, INJUVE, 2001, pp. 63-70.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo: la ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Taurus.
- Csikszentmihalyi, M. (2008). Aesthetic opinion: an empirical study. *Public Opinion*. Spring 69, Vol. 33, Issue 1, 34-45.
- Cuenca, M. (1995). *Temas de pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2000). *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Documentos de Estudios de Ocio, 16. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del ocio: modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2005). *Ocio solidario. La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados*. Documentos de Estudios de Ocio, 29. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M.; Aguilar, E.; Ortega, C. (2010). *Ocio para innovar*. Documentos de Estudios de Ocio, 42. Bilbao: Universidad de Deusto.
- De Grazia, S. (1966). *Tiempo, Trabajo y Ocio*. Madrid: Tecnos.
- De la Cruz, C. (2006). Una lectura ética sobre la incidencia del ocio en nuestra sociedad. En M. Cuenca. (coord.). *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio* (pp. 59-81). Documentos de Estudios de Ocio, 31. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Dewey, J. (1949). *El arte como experiencia*. México: Fondo de cultura económica.
- Dimaggio, P. (1997). Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology*, Vol 23, 263-287.
- Dimaggio, P. Y Ussem, M. (1978). Cultural democracy in a period of cultural expansion: the social composition of arts audiences in the United States. *Theory & Society*, Mar 78, Vol. 5, 141-162.
- Doistua, J.; Lazcano, I. y Madariaga, A. (2011). Estrategia de inclusión en ocio para la juventud con discapacidad, en A. Madariaga y J. Cuenca. (eds.). *Los valores del ocio: cambio, choque e innovación* (pp. 279-292). Documentos de Estudios de Ocio, 43, Bilbao: Universidad de Deusto.
- Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir*. París: Editions du le Seuil.
- Frost, L. (2003). Doing bodies differently? Gender, youth, appearance and damage. *Journal of youth research*, 6 (1), 53-70.
- Giddens, A. (2002). La reconstrucción de la sociedad en un mundo en proceso de cambio. En M. CASTELLS; A. GIDDENS y A. TOURAINE. *Teorías para una nueva sociedad* (pp. 69-92). Santander: Fundación Marcelino Botín.
- Gil Calvo, E. (2005). El envejecimiento de la juventud. *De Juventud* núm. 71, pp. 9-11, INJUVE, Madrid.
- Gonzalez-Anleo, J.M., López, J.A., Valls, M., Ayuso, L., González, G. (2010). *Jóvenes Españoles 2010*. España: Ediciones SM-FSM.
- Gorbeña, S. González, VJ, y Lázaro, Y. (1997). *El Derecho al Ocio de las personas con discapacidad*. Documentos de Estudios de Ocio, 4. Bilbao: Universidad de Deusto.

- [Herrán Ortiz, A.I. \(2007\)](#). El ocio como derecho fundamental: perspectiva jurídica del ocio a través de los textos legales internacionales, en E. Aguilar Gutiérrez y Monteagudo, M.J. (eds.). La experiencia de ocio a debate, más allá del consumo y la participación: Comunicaciones (pp. 57-70). Cuadernos de Estudios de Ocio: Investigación y conocimiento, 4. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Hout, M.; Brooks, C.; Manza, J. \(1993\)](#). The persistence of classes in post-industrial societies. *International sociology*, vol. 8, 259-277.
- [Howard, P.N., et al. \(2009\)](#). Sizing up information societies: towards a better metric for the cultures of ICT adoption. *The information society*, 25 (3), 208-219
- [Iso-ahola, S.E. \(1988\)](#). The Social Psychology of Leisure. En Barnett. L.A. (ed.) *Research About Leisure: Past, Present and Future*. Champaign, USA: Sagamore Publishing.
- [Kelly, J.R. \(1998\)](#). Political dimensions of leisure. *Revista WLRA*, 7-10.
- [Lázaro, Y. \(2006\)](#). Derecho al ocio. En M. Cuenca. (coord.). *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio* (pp. 143-156). Documentos de Estudios de Ocio, 31. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Lazcano, I.; Doistua, J.; Lázaro, I. y Madariaga, A. \(2012\)](#). La experiencia de ocio como factor de desarrollo humano en el colectivo de personas con discapacidad. *Revista Siglo Cero*, vol. 43(1), (formato Cd). núm. 241.
- [Lazcano, I. \(2011\)](#). El asociacionismo cultural en la sociedad del siglo XXI: un espacio para la vivencia de experiencias de ocio. Disponible en http://www.proquest.co.uk/products_pq/descriptions/pdqat.shtml.
- [Lazcano, I.; Cuenca, M.; Landabidea, X. \(2010\)](#). Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas. *Documentos Estudios de Ocio*, 41. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Lazcano, I.; Doistua, J. \(Eds.\) \(2010\)](#). Espacio y experiencia de ocio: consolidación, transformación y virtualidad. *Documentos Estudios de Ocio*, 38. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Lehdonvirta, V. \(2009\)](#). Virtual consumption. *Turku School of Economics*.
- [Lin, H. \(2008\)](#). Body, space and gendered gaming experiences: a cultural geography of homes, cybercafes and dormitories. In Y.B. Kafai, C. Heeter, J. Denner, and J.Y. Sun, eds. *Beyond barbie and mortal kombat: new perspectives on gender and gaming*. Cambridge, MA: MIT Press, 54-67.
- [Livingstone, S. \(2008\)](#). Learning the lessons of research on youth participation and the internet. *Journal of youth studies*, 11 (5), 561-564.
- [Madariaga, A.; Lazcano, I. Doistua, J., y Lázaro, Y. \(2012\)](#). La inclusión en ocio: ¿Un elemento de innovación en la sociedad actual? ¿Cómo se puede avanzar. *Revista Siglo Cero*, vol. 43(1), (formato Cd). núm. 241.
- [Madariaga A. y cuenca, J. \(eds.\) \(2011\)](#). Los valores del ocio: cambio, choque e innovación. *Estudios de Ocio*, 43. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Madariaga, A. \(2011\)](#). Los servicios de ocio de las asociaciones de discapacidad. Análisis de la realidad y propuesta de recorrido hacia la inclusión. *Cuadernos de Estudios de Ocio*, 13. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Madariaga, A. Lazcano, I. y Doistua, J.; \(2009\)](#). Situación del ocio de la juventud con discapacidad en Euskadi. *Observatorio vasco de la juventud de Gobierno Vasco e Instituto de Estudios de Ocio*, Universidad de Deusto (inédito).
- [Madariaga A. \(2008\)](#). Claves del acceso al ocio de toda la ciudadanía, en M^oJ. Monteagudo. (ed.) *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio* (pp. 287-316). Documentos Estudios de Ocio, 35. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Neulinger, J. \(1981\)](#). *The psychology of leisure* (2^o ed.). Springfield, Illinois: Charles C. Thomas.
- [Oraá, J. Y Gómez Isa, F. \(2002\)](#). *La declaración universal de derechos humanos*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [Pisani, F. y Piotet, D. \(2008\)](#). *La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
- [Racionero, L. \(1983\)](#). *Del paro al ocio*. Barcelona: Anagrama.
- [Rasanen, P. \(2006\)](#). Information society for all? Structural characteristics of internet use in 15. European countries. *European societies*, 8 (1), 59-81.
- [Rheingold, H., \(1993\)](#). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- [Rifkin, J. \(2000\)](#). *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
- [Ruskin, H. \(2000\)](#). Desarrollo humano y educación del ocio. *ADOZ, Boletín del centro de documentación en ocio*, 19, 13-17.

- [San Salvador Del Valle, R. \(2000\)](#). Políticas de ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación. Documentos de Estudios de Ocio, 17. Bilbao: Universidad de Deusto.
- [San Salvador Del Valle, R. \(2004\)](#). La experiencia de ocio. ADOZ, Revista de estudios de ocio, 28, 9-11.
- [Setién, M.L. \(1996\)](#). Ocio y calidad de vida. Minusval, 103, 21-23.
- [Soñderström, S., \(2009\)](#). Offline social ties and online use of computers. A study of disabled youth and their use of ICT advances. *New media & society*, 11 (5), 709-727.
- [Stebbins, R.A. \(2007\)](#). Serious leisure: a perspective for our time. New Brunswick, NJ: Transaction Publisher.
- [Sue, R. \(1982\)](#). El ocio. México: Fondo de cultura económica.
- [Tejerina, B.; Carbajo, D.; Martínez, M. \(2012\)](#). El fenómeno de las lonjas juveniles. Nuevos espacios de ocio y sociabilidad en Vitoria-Gasteiz. Informes del CEIC, 004.
- [Thompson, J.B. \(1998\)](#). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- [Verdú, V. \(2005\)](#). Yo y tú, objetos de lujo: el personalismo: la primera revolución cultural del siglo XXI. Barcelona: Debate.
- [Wei, R. \(2006\)](#). Lifestyles and new media: adoption and use of wireless communication technologies in China. *New media & society*, 8 (6), 991-1008.
- [West, A, Lewis, J., and Currie, P. \(2009\)](#). Students' facebook 'friends': public and private spheres. *Journal of youth studies*, 12 (6), 615-627.
- [Williams, D., et al. \(2009\)](#). Looking for gender: gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of communication*, 59 (6), 700-725.
- [Willis, S. and Tranter, B. \(2006\)](#). Beyond the 'digital divide'. Internet diffusion and inequality in Australia. *Journal of sociology*, 42 (1), 43-59.
- [Wilska, T-A. and Pedrozo, S. \(2007\)](#). New technology and young people's consumer identities: a comparative study between Finland and Brazil. *Young. Nordic journal of youth research*, 15 (4), 343-368.