

REVISIÓN

# ADOLESCENTES Y JÓVENES: OCIO Y USO DEL TIEMPO LIBRE EN ESPAÑA

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL  
PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS

Septiembre 2009

## **1. Introducción**

## **2. Consideraciones previas**

### **2.1. Ocio y tiempo libre: aspectos conceptuales**

### **2.2. Grupos de edad seleccionados para esta revisión: criterios adoptados**

## **3. Finalidad y objetivos de este trabajo**

### **3.1. Finalidad**

### **3.2. Objetivos**

## **4. Método**

## **5. Resultados**

### **5.1. Consideraciones generales sobre los resultados de la revisión**

### **5.2. Tendencias observables**

#### 5.2.1. Tiempo libre disponible para actividades de ocio

#### 5.2.2. Dinero disponible para gastos de ocio

#### 5.2.3. Actividades: frecuencia y preferencias

##### 5.2.3.1. Actividades más frecuentes

###### 5.2.3.1.1. Escuchar música

###### 5.2.3.1.2. Salir /reunirse con amigos

###### 5.2.3.1.2.1. Tendencias

###### 5.2.3.1.2.2. Culturas grupales entre dos milenios

###### 5.2.3.1.2.3. Hora de vuelta a casa

5.2.3.1.2.4. Significado del ocio nocturno

5.2.3.1.2.5. Actividades de ocio nocturno

5.2.3.1.2.6. Transporte utilizado en las salidas nocturnas

5.2.3.1.2.7. Comunicación y supervisión familiar

5.2.3.1.3. Ocio juvenil y televisión

5.2.3.1.4. Irrupción de las TIC en la práctica del ocio

5.2.3.1.5. Actividad física y deporte

5.2.3.1.6. Cine y ocio

5.2.3.1.7. Lectura como actividad de ocio

5.2.3.1.8. Ir de compras

5.2.3.1.9. Viajar

5.2.3.2. Prácticas versus deseos

5.2.4. Necesidades percibidas en relación a los recursos de ocio

5.2.5. Riesgo y ocio

5.2.5.1. Ocio y consumo potencial de drogas

5.2.5.2. Ocio y accidentabilidad vial

5.2.5.3. Ocio y conductas sexuales de riesgo

5.2.5.4. Otros riesgos

5.2.6. Ocio juvenil, riesgos, civismo y sociedad civil

### **5.3. La oferta de ocio: una aproximación a las dimensiones del mercado**

5.3.1. ¿Qué sabemos?

5.3.2. ¿Qué deberíamos saber?

### **5.4. Evidencia de efectividad de las medidas de prevención de riesgos en contextos recreativos**

## **6. Conclusiones**

# AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que durante la realización de este trabajo me han facilitado la identificación, recopilación y consulta de la información seleccionada para esta revisión, y en especial a:

Julio Camacho Muñoz, Director del Observatorio de la Juventud en España (INJUVE), y a sus colaboradores Sebastián Molina Villar, responsable del Servicio de Estadística del Observatorio, así como a Javier Aguado Maldonado, del Servicio de Documentación.

M<sup>a</sup> del Carme Moreno Rodríguez, Profesora Titular del Dpto. de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad de Sevilla y Directora en España del estudio de la OMS *Health Behaviour in School-Aged Children* (HBSC), realizado en nuestro país bajo los auspicios del Ministerio de Sanidad y Política Social.

José del Val Carrasco. Responsable del Centro de Documentación e Información de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

M<sup>a</sup> José Ruiz Cervigón, de la Subdirección General de Epidemiología y Promoción de la Salud del Ministerio de Sanidad y Política Social.

Sin su contribución, este trabajo no hubiera sido posible.

Teresa Salvador Llívina

# INTRODUCCIÓN

Al igual que sucede con la mayoría de aspectos y desarrollos de la cultura humana, el concepto y el significado del ocio ha variado sensiblemente a lo largo de la historia, ocupando espacios y sentidos muy diversos según cada etapa y civilización, y por tanto, según las características y los modelos y tipos de trabajo que han imperado en cada periodo histórico y en cada sociedad concreta. Esto incluye las relaciones de poder establecidas en todo lo referido a la producción y transacción de bienes; las rutinas, contextos, condiciones y horarios laborales; el reparto del tiempo disponible a lo largo del día en la vida diaria; la edad media de entrada y salida del grupo de población considerado laboralmente activo; las opciones y recursos disponibles de y para el ocio; y no menos importante, el uso del ocio como forma de control social por parte de los poderes fácticos imperantes en cada caso.

Así, el ocio se construye a partir del modelo económico y de trabajo imperante en cada momento, y es por tanto, una realidad social dinámica y en constante transformación.

La presente revisión se centra en describir de forma sintética las prácticas actuales de ocio entre adolescentes y jóvenes españoles, así como el marco social y la realidad en la que se inscribe este fenómeno en nuestro país.

Un marco que, como sucede en los países de nuestro entorno, se halla al comienzo de la “tercera revolución científica” regida por un modelo productivo que –comparado con la situación existente durante la era industrial– ha reducido el tiempo de la jornada laboral a mínimos históricos, disminuido los días de trabajo por semana, introducido las vacaciones pagadas, incrementado significativamente la edad media de incorporación laboral y reducido la edad de la jubilación. En conjunto, todos estos cambios han dado como resultado una disminución sensible del tiempo total dedicado al trabajo en la vida de cada persona. Todo ello acompañado, al menos hasta el inicio de la presente crisis económica, de un aumento y democratización de la riqueza, entendida ésta como acceso a los denominados “bienes de consumo”. Bienes entre los que se ha situado en lugar destacado el ocio, adquiriendo una magnitud e importancia clave, tanto desde el punto de vista del desarrollo personal, como social y económico.

En España se dispone de un número importante de trabajos sobre el tema que nos ocupa, hecho que no hace más que reflejar la importancia que ha adquirido el ocio en nuestra sociedad, muy especialmente entre adolescentes y jóvenes.

Este trabajo pretende revisar y –en la medida de lo posible– ofrecer una visión de conjunto de los principales y más sólidos estudios y trabajos de

revisión existentes sobre adolescentes, jóvenes y ocio, realizados en nuestro país en los últimos años. Trabajos que desde distintas disciplinas y perspectivas, y utilizando diversos métodos de análisis, ofrecen la posibilidad de establecer un diagnóstico de situación en relación al tema que nos ocupa.

En base a los datos aportados por estos estudios en relación al fenómeno que nos ocupa, el presente análisis pretende aportar una visión general, a modo de diagnóstico básico, sobre las dimensiones, características, significados, espacios y tendencias que definen actualmente la cultura del ocio y la ocupación del tiempo libre durante la adolescencia y temprana juventud. Todo ello intentando no olvidar su contexto y las variables clave, de carácter económico, que deben considerarse en toda reflexión que intente aproximarse a cualquier realidad social.

Finalmente cabe señalar que esta aproximación pretende contribuir al desarrollo de espacios de diálogo y reflexión social e institucional sobre la realidad del ocio juvenil actual, los retos que ésta plantea, así como sus potencialidades. Todo ello con la intención de facilitar el impulso de estrategias y actuaciones que permitan ampliar y en lo posible mejorar, los márgenes de libertad relacionados con el ocio y la ocupación del tiempo libre de las poblaciones más jóvenes.

## 2. CONSIDERACIONES PREVIAS

### 2.1. Ocio y tiempo libre: aspectos conceptuales

Antes de iniciar este informe es necesario realizar un sucinto repaso a los conceptos que se utilizan cuando se habla de ocio y tiempo libre, dado que si bien frecuentemente se tiende a equiparar ambas cosas, se trata de dos realidades distintas.

La primera definición de ocio de la que se tiene referencia la realiza Aristóteles trescientos años antes de nuestra era, utilizando el vocablo griego *σκηολή* (*skholé*)<sup>1</sup>, en latín *schola* (de donde proviene el término castellano: *escuela*). La relación entre dos conceptos (escuela y ocio), que a priori nos pueden parecer distantes, la proporciona el propio filósofo cuando, recogiendo el sentido que los griegos daban al término, define el ocio como un tiempo placentero, exento de la necesidad de trabajo y dedicado a la reflexión y al ejercicio de la capacidad especulativa, y cuyo fin es alcanzar la auténtica felicidad (Aristóteles, 2004). Es decir un tiempo para la práctica filosófica y el crecimiento intelectual y cognitivo. Un tiempo, en definitiva restringido, del que – en la sociedad griega– solo podía disfrutar un número muy minoritario de personas de la élite dedicadas a la contemplación y preparación para el ejercicio de la política y las artes.

La palabra castellana “ocio” deriva etimológicamente del vocablo latín *otium*, que significa reposo. Cicerón y Séneca hablan del *otium* como un tiempo de descanso, como concepto contrapuesto al *nec-otium* (“no ocio”), es decir al del negocio, considerando el descanso y la contemplación como un medio que permite optimizar la consecución del trabajo, siendo ambos aspectos igualmente importantes y además complementarios. Nuevamente y al igual que en Grecia, el conocimiento de la vida cotidiana y la organización del trabajo en la civilización romana indica que se trataba de una realidad accesible a la élite minoritaria de aquella sociedad (André, 1962 y 1966; Rawson, 1975; Séneca, 1991; Albrecht, 1997; Rul-lán Buades, 1997).

Aun considerando las diferencias existentes entre en ambas concepciones, en ambos casos se trata de una realidad sensiblemente alejada del significado actual del ocio. Como se ha comentado en la introducción, no es objeto de este trabajo entrar en las distintas concepciones del ocio a lo largo de

---

<sup>1</sup> Término que en griego clásico tiene varios significados: tiempo de ocio, tiempo de instrucción, paz, tranquilidad, y escuela. Al añadirle la partícula “a” negativa, el no-ocio pasa a significar ‘ocupación’, ‘trabajo’, ‘negocio’.

la historia. Sin embargo, sí es preciso señalar que –independientemente del significado que el ocio ha tenido en cada etapa histórica sucesiva– el carácter elitista y minoritario del ocio se mantuvo hasta hace aproximadamente un siglo, cuando una vez generalizado el modelo de trabajo derivado de la revolución industrial, y tras arduas luchas del movimiento obrero, se empezaron a conseguir los derechos que rigen la legislación laboral actual. Entre ellos, destacan todos los derechos relacionados con la regulación del tiempo de trabajo y descanso, como son el horario laboral diario, los descansos semanales, las vacaciones, el retraso de la edad legal para la incorporación laboral, etc. Así, la práctica masiva del ocio para el conjunto de toda la población es un fenómeno histórico completamente nuevo, una *novedad histórica* (Comas, 2000).

Actualmente la relevancia del disfrute del tiempo libre es tal que la práctica del ocio es considerada como un derecho fundamental y una forma de expresión de la libertad de toda persona. Así, la Declaración Internacional de Derechos Humanos (Artículo 24) lo incluye como uno de los derechos básicos de las personas (Naciones Unidas, 1948), y como tal, en nuestro país se halla protegido constitucionalmente (Constitución Española, Artículo 123, IV). Es por tanto equiparable al resto de derechos que nos amparan, como por ejemplo: el derecho a la salud; a la libertad; a un trabajo digno, remunerado y socialmente útil; etc. Entre otros, este aspecto básico queda igualmente recogido en los documentos de referencia internacional en este ámbito y que han sido consensuados en el seno de la “Asociación Mundial de Ocio y Recreación” (World Leisure & Recreation Association, 1993 y 2000).

En la definición de ocio ofrecida por la Real Academia Española de la Lengua (RAE), se incorpora tanto el sentido griego (que enfatiza el concepto de expansión del espíritu) como el romano (que enfatiza el concepto no productivo), presentando cuatro definiciones en el siguiente orden (Real Academia Española de la Lengua, 2001):

1. Cesación del trabajo, la inacción u omisión de la actividad
2. Tiempo libre de una persona.
3. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas.
4. Obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones.

Por consiguiente, la definición de la RAE no contribuye a clarificar las potenciales diferencias entre tiempo libre no laboral (o no productivo), descanso, desarrollo personal y entretenimiento. Sin embargo sí lo han hecho diversos autores contemporáneos que han ahondado en el estudio del fenómeno. Al referirse al ocio, lo definen como ***ejercicio y oportunidad*** de:

- **Ocupar parte del tiempo libre.** Esta consideración permite diferenciar el ocio del resto de tiempo no dedicado a algún tipo de actividad laboral o formativa, pero sí al cumplimiento de una serie de rutinas u obligaciones que, sin ser laborales, no pueden ser consideradas como actividades de ocio, por ejemplo: satisfacción de necesidades fisiológicas básicas, aseo personal, desplazamientos, compras, compromisos y obligaciones familiares, cuidados de salud, etc.

Como señalan algunos autores, existen distintas maneras de entender el tiempo libre (Munné, 1979 y 1992; Munné & Codina, 1996 y 2002):

- aquel que queda libre después del trabajo;
- el que queda libre después de atender a las necesidades u obligaciones cotidianas (de subsistencia, familiares, sociales, religiosas, etc.);
- el que quedando libre de las ocupaciones cotidianas y de subsistencia, se emplea en lo que cada persona desea;
- el que simplemente se emplea en lo que cada persona desea; y
- el que queda libre después del trabajo y se destina al desarrollo físico e intelectual personal, como un fin en sí mismo.

Aunque con matices, todas estas concepciones enfatizan el carácter temporal del concepto “tiempo libre”. Por ello, independientemente del sentido que quiera dársele, en cualquier caso, el tiempo libre constituye una condición facilitadora del ocio, pero su disponibilidad no garantiza el disfrute del ocio, para lo cual es necesario llenar el tiempo libre de sentido y contenido (Matallanes & Goytia, 2008).

- **Desarrollar las capacidades personales físicas y mentales.** En este sentido el ocio se revela como factor específico para propiciar y facilitar el desarrollo integral de cada persona, pudiendo ser un recurso para incrementar la calidad de vida, el equilibrio mental, así como la expansión cultural idónea para la formación de la identidad social, especialmente en el caso de las y los adolescentes y jóvenes.

Esta propuesta conceptual proporciona el sentido más profundo del ocio, en la medida en que lo considera un instrumento capaz de contribuir a la promoción de la identidad de cada persona, al tiempo que participa en la construcción del desarrollo personal, ya sea en el ámbito puramente recreativo, en el cultural o el lúdico (World Leisure & Recreation Association, 1993 y 1999; Gorbeña Etxebarria, 2000; Monteagudo, 2004).

En 2006 se desarrolló una conferencia internacional de consenso sobre ocio y calidad de vida impulsada por la *World Leisure & Recreation Association*. Entre las conclusiones del documento elaborado en este proceso de consenso, destaca la evidencia de que el ocio puede contribuir a mejorar la calidad de vida, aunque el grupo de expertos participantes señala que, en

general, la importancia del ocio pasa inadvertida (Jackson, 2006). En relación a la evidencia disponible, en el documento se señala que el ocio puede ser:

- Un factor positivo para contribuir al desarrollo personal durante la infancia y la adolescencia.
- Una parte importante de la vida de las personas para contribuir a lograr la relajación, la felicidad, la auto-realización así como un vehículo para la consecución de otros objetivos (por ejemplo, la salud física y mental, la supervivencia económica, el aprendizaje y el desarrollo humano) tanto en el plano individual como en el colectivo.

- **Optar libremente por alternativas y oportunidades para el disfrute personal.** Esta interpretación hace hincapié en el carácter hedonista del ocio como vía para la realización de actividades satisfactorias, placenteras y gratificantes, seleccionadas por cada persona, de forma libre, y gestionadas autónomamente.

En este marco se inscribirían todas aquellas actividades de ocio que cada persona decide realizar en su tiempo libre porque cree son de su interés, es decir porque quiere, por diversión, por entretenimiento, para promover su mejora personal, o con cualquier otro propósito soberanamente elegido que sea distinto al de proporcionar un beneficio material directo.

Enfatizando las condiciones de libre elección y capacidad para producir placer y disfrute, diversos autores (Dumazedier, 1974; Touraine, 1969; Trilla Bernet, 1991; Cuenca Cabeza, 2000 y 2004; Martínez Rodríguez & Gómez Marroquín, 2005) señalan que para que el ocio pueda ser considerado como tal debe cumplir las siguientes condiciones:

- Ser elegido libremente en función de preferencias individuales.
- Transmitir la sensación o sentimiento subjetivo de liberación.
- Proporcionar una sensación gratificante y placentera.
- Responder a una o varias de las dimensiones siguientes:
  - a. Lúdica: proporciona oportunidades de juego, diversión, ejercicio de algún hobby, o alguna otra forma de entretenimiento que permite vivir experiencias gratificantes y/o desenfadadas.
  - b. Deportiva: es capaz de proporcionar experiencias gratificantes ya sea a través de la práctica de algún deporte o mediante alguna actividad física no reglada.
  - c. Festiva: promueve vivencias de disfrute compartidas con otras personas.
  - d. Creativa: proporciona oportunidades y vivencias capaces de promover la propia creatividad artística o cultural.
  - e. Ecológica: favorece situaciones de encuentro, reconocimiento y disfrute respetuoso con diversos entornos naturales.

- f. Solidaria: promueve vivencias de entrega, cooperación y ayuda desinteresada a otras personas.

- **Descansar.** En este aspecto el ocio constituye un instrumento de regeneración física y/o mental, que permite la recuperación personal, tras el desgaste del trabajo, el estudio u otras fuentes diversas de estrés y desasosiego. Pudiendo proporcionar, además, la posibilidad de encontrar un espacio de soledad, sosiego o diálogo interior, en la medida en que algunas opciones de ocio permiten el distanciamiento de los condicionantes propios de las aglomeraciones y el bullicio de la vida cotidiana urbana.

El descanso entendido como *regeneración* o *restauración* de las energías corporales y psicológicas, fue defendido ya en el s. XIX, en plena revolución industrial cuando los trabajadores soportaban jornadas de catorce horas y empezaban a trabajar a los cinco o seis años de edad (Lafargue, 1988).

- **Obtener gratificaciones psicosociales no conseguidas en contextos cotidianos.** Desde este prisma algunos autores (Munné 1979; Coleman & Iso-Ahola, 1993; López Franco, 1993; Caltibiano, 1995; Cuenca Cabeza, 2000; González Molina, 2008) apuntan a la oportunidad que el ocio puede brindar para promover:
  - La auto-realización y con ello el incremento de la propia estima.
  - El refuerzo de la asertividad.
  - La satisfacción de la necesidad de reconocimiento por parte de un grupo de referencia, especialmente en personas con pocas oportunidades de reconocimiento en el ámbito laboral o académico.
  - La posibilidad de establecer relaciones estrechas y vinculantes que permiten desarrollar aspectos afectivos y solidarios mediante el cultivo de la amistad interpersonal, en pequeños grupos, o en contextos más amplios como los proporcionados por la realización de colaboraciones o trabajos voluntarios en organizaciones que desarrollan tareas sociales y de promoción del bien público.
  - La instauración o el incremento del sentido de pertenencia a un grupo libremente elegido.
  - La neutralización de potenciales desequilibrios, inseguridades o carencias personales, cumpliendo funciones compensatorias de naturaleza psicosocial.
  - La posibilidad de variar y salir de la rutina o de la monotonía que impone la vida cotidiana.

- El crecimiento o perfeccionamiento intelectual, artístico y cultural, compensando insuficiencias del aprendizaje reglado.

Todo ello obtenido en un contexto distinto o no vinculado a los ámbitos laboral o académico.

Asumiendo pues estos significados de ideación, disfrute, pertenencia, regeneración, liberación y compensación, este trabajo pretende realizar una aproximación al ocio juvenil y adolescente, como fenómeno que constituye un fin en sí mismo, está basado en el principio de la elección personal y es fuente potencial de satisfacción, placer, descanso, equilibrio personal (físico y/o mental) e integración social.

## 2.2. Grupos de edad seleccionados para esta revisión: criterios adoptados

Los términos *adolescencia* y *juventud*, se refieren a unas realidades temporales en constante evolución que, consecuentemente varían sensiblemente según cada contexto cultural e histórico. Probablemente sea esta consideración la que lleva a la RAE a definir los aspectos esenciales de cada etapa, sin entrar en consideraciones temporales, dejando la tarea para investigadores en campos como la psicología evolutiva, la sociología, la etnografía, la antropología, la demografía, etc. Así, la RAE (Real Academia Española de la Lengua, 2001) define:

- **Adolescencia** como: la edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo.
- **Juventud** como :
  1. Edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta.
  2. Estado de la persona joven.
  3. Conjunto de jóvenes.
  4. Primeros tiempos de algo.
  5. Energía, vigor, frescura.

## 6. Rama juvenil de una formación política, religiosa, etc.

Tanto la adolescencia como la juventud no pueden considerarse actualmente como periodos etarios cerrados sino que constituyen procesos dinámicos y etapas vitales sujetos a continuas transformaciones propiciadas por el contexto. Dichos procesos están integrados no sólo por componentes biológicos sino también psicológicos, emocionales, económicos, sociales y culturales (Jeammet, 1994; Steinberg, 1996).

Las múltiples definiciones disponibles para el concepto “*adolescencia*” enfatizan su carácter transicional entre la niñez y la madurez en todas las vertientes ya mencionadas, y sitúan esta etapa entre los 10 y los 17 años con tendencia a expandirse en dos direcciones, es decir, hacia edades cada vez más tempranas y tardías. Mientras, la definición actual de “*juventud*”, entendida como la entrada a la consecución de una efectiva independencia vital, está cambiando y haciéndose más compleja, debido a la necesidad de incluir a un sector cada vez más amplio y heterogéneo de población, en la medida que esta etapa se alarga y se acerca a la cualidad de transición adjudicada a la adolescencia. En este marco, diversos autores han propuesto nuevas denominaciones para definir la juventud, como “*post-adolescencia*”, “*tardojuventud*”, “*edad adulta emergente*”, “*adultescencia*”, “*temprana juventud*”, “*adulescencia*”, “*adoleescencia*”, etc. (Elzo, 1999; Galland, 2001; Arnett, 2000 y 2004; Verdú, 2001; Bauman, 2005; Castells, 2006). Lo cual significa que, aun con grandes diferencias entre países, la denominada etapa de “*juventud*” se está convirtiendo en una especie de terreno de nadie, que parece situarse entre los 17-18 y los 25-29 años o más, en el que, mientras algunos autores sitúan el inicio de la vida autónoma, otros la consideran como una extensión del periodo de exploración, incerteza y dependencia familiar cada vez más extendida en el tiempo.

Para acotar la información presentada en esta revisión a unos grupos que respondan a parámetros etarios que puedan considerarse como *adolescencia* y *juventud*, se ha adoptado un criterio estrictamente pragmático, basado en la exploración de la información existente en el ámbito del ejercicio del ocio.

La mayor parte de los principales estudios e informes disponibles en este campo permiten obtener información sobre los distintos grupos poblacionales comprendidos entre –aproximadamente– los 11 y los 29 años de edad, aunque para algunos aspectos o indicadores concretos puedan encontrarse datos referidos a edades anteriores y posteriores.

En este apartado es preciso señalar además que para cada franja de edad existen realidades muy distintas, marcadas por aspectos de género, estatus socio-económico, formación, procedencia cultural, población urbana o rural, u otros factores diversos de identificación grupal. Todo ello implica la existencia de una realidad heterogénea a la que hay que aproximarse de la forma más específica posible, en la medida que los datos existentes lo permiten.

## 3. FINALIDAD Y OBJETIVOS DE ESTE TRABAJO

### 3.1. Finalidad

En el marco anteriormente descrito, el presente trabajo se plantea con la finalidad de ofrecer una panorámica global y actualizada que, de forma sintética y descriptiva, permita una aproximación a lo que significa y cómo se desarrolla y gestiona el ocio entre los grupos más jóvenes de población en nuestro país, así como revisar qué sabemos sobre aquellos aspectos clave que condicionan el ocio y la utilización del tiempo libre por una parte importante de la sociedad española.

Con ello también se pretende favorecer la reflexión y el seguimiento acerca de una realidad en continua evolución, y de este modo facilitar actuaciones institucionales y sociales –informadas y basadas en la evidencia de efectividad– capaces de promover estilos de vida saludables y minimizar conductas de riesgo asociadas al ocio.

### 3.2. Objetivos

Los objetivos del estudio son:

- Realizar una revisión sobre la situación actual en España del ocio en adolescentes y jóvenes.
- Proporcionar un diagnóstico básico sobre las dimensiones y características que definen actualmente la cultura del ocio y la ocupación del tiempo libre durante la adolescencia y temprana juventud. Incorporando una aproximación al contexto económico en el que se enmarcan y desarrollan las actividades de ocio juveniles.
- Identificar qué aspectos, información o indicadores, no disponibles hasta ahora –o de difícil localización y seguimiento– sería importante considerar, recoger y difundir periódicamente, con el fin de facilitar el acceso a información longitudinal relevante y de calidad sobre factores de riesgo relacionados con el ejercicio del ocio y la ocupación del tiempo libre.

- Proponer líneas de estudio, que desde la perspectiva de la salud pública y la participación comunitaria, sería importante reforzar para la promoción de estilos de vida saludables en el marco del ocio y el tiempo libre.

## 4. MÉTODO

Para la realización del presente trabajo de diagnóstico de situación se ha realizado:

- I. **Una revisión de fuentes primarias y secundarias de información disponible en este ámbito y publicadas entre 1998 y 2008**, incluyéndose algunas publicaciones de 2009 que por sus contenidos podían complementar aspectos clave identificados para la década 1998-2008. Para ello se han revisado:
  - Estudios y encuestas periódicas o puntuales publicados por instituciones públicas o privadas que desarrollan su trabajo en el ámbito de la adolescencia y la juventud.
  - Informes institucionales que revisan aspectos diversos sobre utilización del tiempo libre entre los grupos de población más joven.
  - Literatura gris: estudios disponibles en instituciones especializadas, pero que no han sido publicados.
  - Artículos publicados en revistas de investigación relacionadas con adolescencia juventud, familia y tiempo libre.
  - Ensayos que, desde distintas disciplinas y perspectivas, ofrecen la posibilidad de complementar los estudios anteriormente descritos, para facilitar un diagnóstico de situación en relación al tema que nos ocupa.
  - Otras fuentes consideradas de interés.
- II. **Una revisión bibliográfica general sobre aspectos conceptuales relacionados con el ocio y el tiempo libre.**
- III. **Un análisis de los resultados obtenidos**, basado en la información recopilada, que incluye:
  - Una síntesis de los datos considerados más relevantes para el presente diagnóstico.
  - Una propuesta sobre indicadores o aspectos cualitativos que: a) actualmente no se recogen; b) indicadores que si bien se vienen recogiendo periódicamente, se hallan dispersos en diversas fuentes e instituciones, y su recuperación y análisis requiere

recursos amplios y altamente especializados; y c) aspectos cualitativos sobre los que sería interesante profundizar. Se trata de aspectos cuya recogida sistemática y disponibilidad mantenida a largo plazo, resultaría de interés clave para avanzar en la definición de políticas de ocio en nuestro país.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Consideraciones generales sobre esta revisión

Como ya se ha comentado, este trabajo pretende revisar trabajos que estudian la situación actual que caracteriza la práctica del ocio entre adolescentes y jóvenes en nuestro país.

Para la recogida de datos cuantitativos que recogen indicadores clave en relación al ocio entre población adolescente y joven, el presente trabajo se ha basado en una revisión de los estudios longitudinales de amplio alcance realizados a lo largo de la última década que permiten disponer de series temporales de datos y por tanto observar, no solo la situación actual del ocio, sino también las tendencias principales que emergen durante los últimos años. Por tanto, los resultados recogidos a continuación se basan principalmente en los datos aportados por los informes cuatrienales publicados por el Instituto de la Juventud (INJUVE) a lo largo del periodo estudiado (Instituto de la Juventud 2000, 2005; 2008<sup>a</sup> y 2008<sup>b</sup>). Se han incluido también los datos de los sondeos periódicos realizados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) por encargo del Observatorio de la Juventud en España del INJUVE (Instituto de la Juventud, 1998, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2007 y 2008<sup>c</sup>). Prácticamente todos los informes y estudios del INJUVE proporcionan información sobre población general de ente 15 y 29 años, con muestras representativas de ámbito nacional. También se ha incluido una revisión de los datos para España del estudio *Health Behavior in School Children* (HBSC), un proyecto auspiciado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el que participan más de 40 países, entre ellos España, gracias a la financiación aportada por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Se trata de una encuesta que desde 1986 realiza un seguimiento de un amplio abanico de conductas relacionadas con la salud en población escolarizada de edades comprendidas entre los 11 y los 18 años, a partir de una amplia muestra de adolescentes, representativa nacional y por CCAA. Entre los indicadores estudiados, algunos incluyen aspectos relacionados con el ocio. Sus ediciones más recientes se ubican dentro del periodo revisado por el presente trabajo y corresponden a los años 2002 (Moreno et al., 2002 y Moreno et al., 2008).

Adicionalmente, han resultado de utilidad otros estudios y trabajos centrados en aspectos específicos, realizados por diversos autores, y

frecuentemente auspiciados también por el INJUVE u otras instituciones de referencia en este campo, como son el Instituto de la Mujer, el Ministerio de Sanidad y Consumo –incluido el Plan Nacional sobre Drogas–, el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia, la red europea IREFREA, o la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Así como otros trabajos que por su calidad y relevancia aportan información complementaria de interés para complementar esta aproximación a la realidad objetivo del presente trabajo de revisión.

### **Limitaciones de los datos disponibles**

En esta introducción a los resultados del trabajo, es preciso señalar que al intentar estudiar las tendencias observables para muchos de los indicadores presentados a continuación, en algunos casos, incluso algunos de los estudios longitudinales más potentes han sufrido –a lo largo de los años de su realización– modificaciones de diseño, método, criterios de muestreo, tamaños de muestra, ampliación de los grupos de edad estudiados, así como modificaciones en la formulación de las preguntas o adopción de diferentes definiciones para cada indicador estudiado.

Teniendo en cuenta estas sensibles limitaciones, es preciso considerar los resultados con cautela, necesidad que por otro lado no invalida la posibilidad de obtener una aproximación suficiente a la realidad global que se describe.

## **5.2. Tendencias observables**

Al aproximarnos a los trabajos disponibles que analizan cuáles son los factores básicos determinantes del ocio en la actualidad y en el marco de la sociedad de consumo y el libre mercado, la mayoría de análisis (Roberts, 1999; Cuenca, 2000; Henry, 1993 y 2001; Vittgero et al., 2003; Gratton & Taylor, 2004; Haworth & Veal, 2005; San Salvador, 2006) apuntan que, en mayor o menor medida, emergen cuatro factores centrales:

- La cantidad de tiempo libre disponible.

- El poder adquisitivo o la capacidad económica para acceder a bienes o servicios de ocio.
- El grado de satisfacción asociado a la práctica de las distintas opciones de ocio posibles.
- El contexto económico que caracteriza el creciente mercado del ocio.

En este punto de la presente revisión se analizan los tres primeros factores, dedicándose un punto específico posterior a abordar el cuarto factor para el cual, la disponibilidad de datos es limitada.

### **5.2.1. Tiempo libre disponible para actividades de ocio**

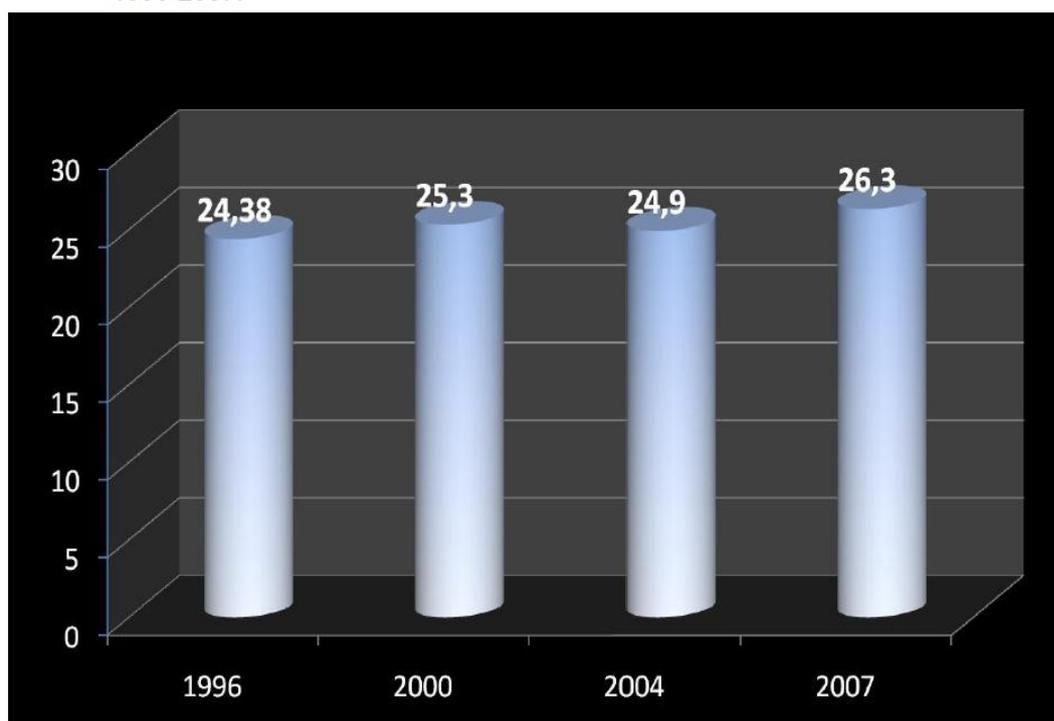
Como ya se ha comentado, las actividades de ocio ocupan una parte del tiempo libre y permiten el disfrute de momentos percibidos como gratificantes, placenteros y exentos del cumplimiento de las obligaciones propias de los estudios o del trabajo. En este marco, la cantidad de tiempo libre disponible para el ocio se convierte en un prerequisite básico para su ejercicio.

Como diversos autores han analizado de forma exhaustiva, la sociedad postindustrial y –en ella– la irrupción de las tecnologías digitales de la información y comunicación (TIC), ha marcado un cambio profundo en el ámbito laboral y del tiempo libre (Galbraith, 1969; Touraine, 1973; Bell, 1976; Drucker, 1993; Munné & Codina, 1996 y 2002; Tapscott, 1996).

En España, como en otros países, se ha producido un aumento constante del tiempo libre del que puede disfrutar la ciudadanía, en especial los grupos de población de menor edad. Entre otros cambios sociales, las últimas décadas del s. XX y los inicios del s. XXI se han caracterizado por la emergencia de dinámicas que han propiciado un sustancial incremento del peso y trascendencia del tiempo libre disponible para el ocio.

Globalmente y según los datos del INJUVE, la población general comprendida entre los 15 y los 29 años, disponía en 2007 de una media de 26,3 horas libres a la semana para dedicar a actividades de ocio. Esta cifra supone que en poco más de una década (desde 1996 hasta 2007), se ha producido un incremento aproximado de casi dos horas semanales para actividades de ocio (Ver **Figura 1**).

Figura 1. Horas libres a la semana para ocio en población joven (15-29 años). Evolución 1996-2007.



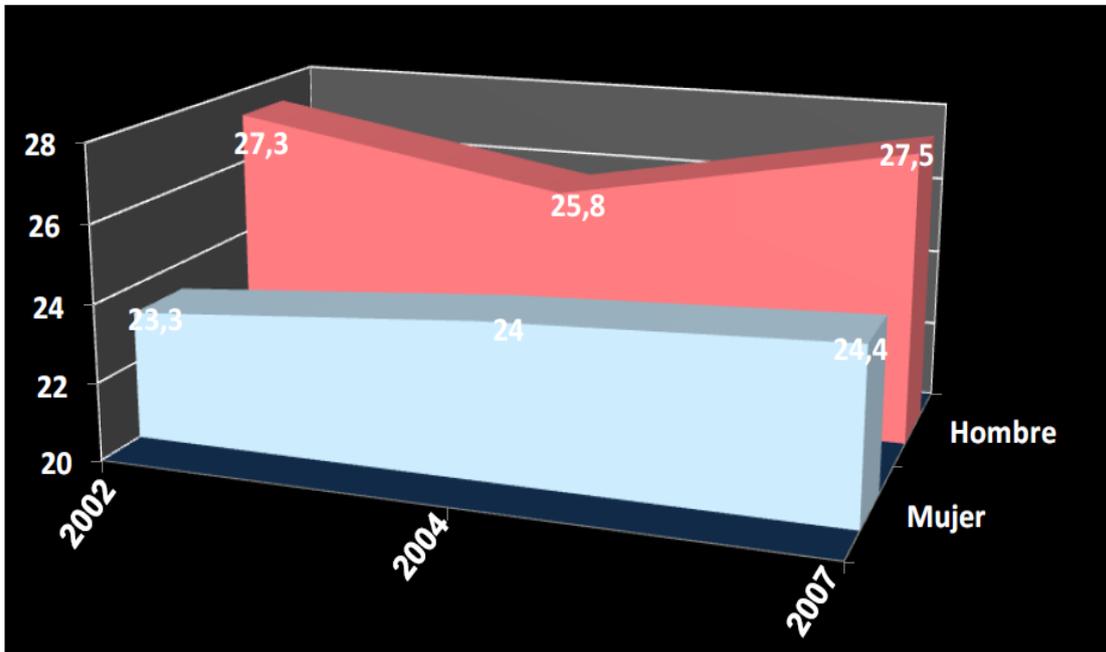
Fuente: Instituto de la Juventud, 2000; 2004; y EJ077, INJUVE EJ100, EJ124, 2007.

Sin embargo, se observan grandes diferencias tanto de género como por grupos de edad. Así globalmente, las mujeres disponen de aproximadamente 3 horas semanales menos que los hombres de tiempo para dedicar a su ocio personal. Aunque entre 2002 y 2007 las mujeres han añadido una hora semanal a su tiempo de ocio, este avance no parece suficiente para reducir la sensible diferencia entre sexos. Persistiendo, en todos los grupos de edad, una importante diferencia entre sexos (Ver **Figura 2**).

Este desajuste es especialmente significativo a partir de que las chicas cumplen los 20 años. La tradicional mayor implicación de las mujeres en las tareas domésticas, junto con la mayor dedicación a su propia formación, pueden explicar que persista esta diferencia por género.

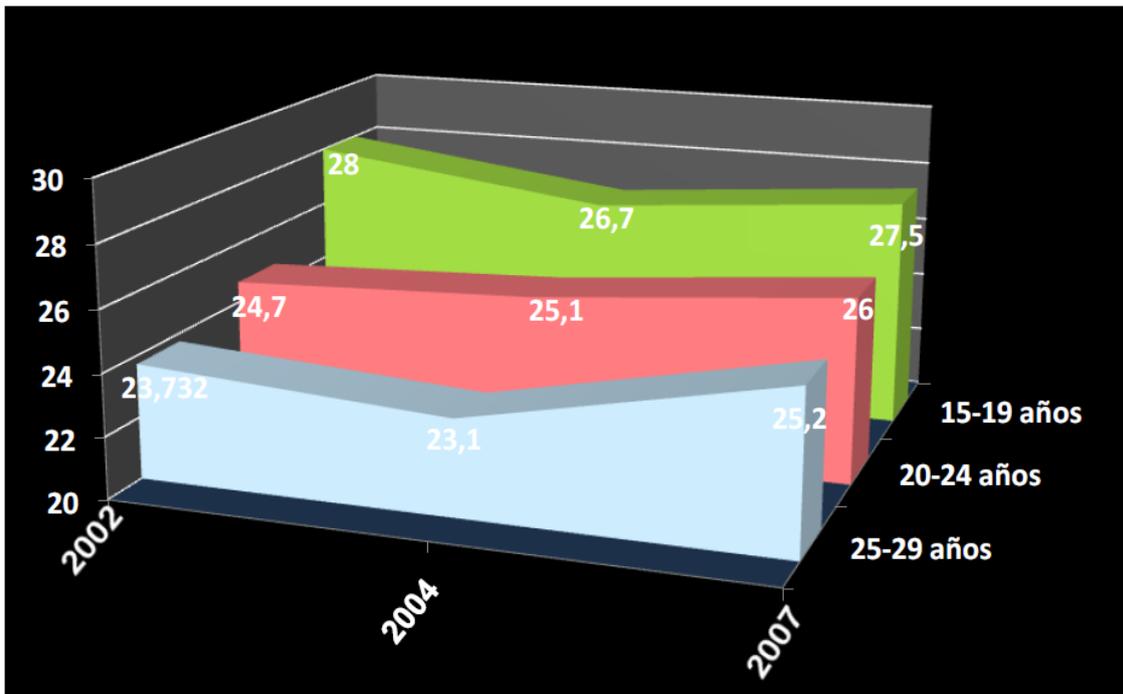
Como es de esperar, el tiempo libre es sensiblemente mayor para los grupos de menor edad, y va disminuyendo a medida que se incrementa la edad. En 2007, los y las adolescentes disponían de casi tres horas más para ocio que los y las jóvenes de mayor edad (Ver **Figura 3**). Así, es a partir de los 25 años cuando se observa una mayor pérdida de tiempo libre semanal disponible para actividades de ocio, etapa que coincide con la edad en que las obligaciones laborales y familiares van adquiriendo más peso.

Figura 2. Horas libres a la semana para ocio en población joven (15-29 años) por sexo. Evolución 2002-2007.



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ077, EJ100, EJ124.

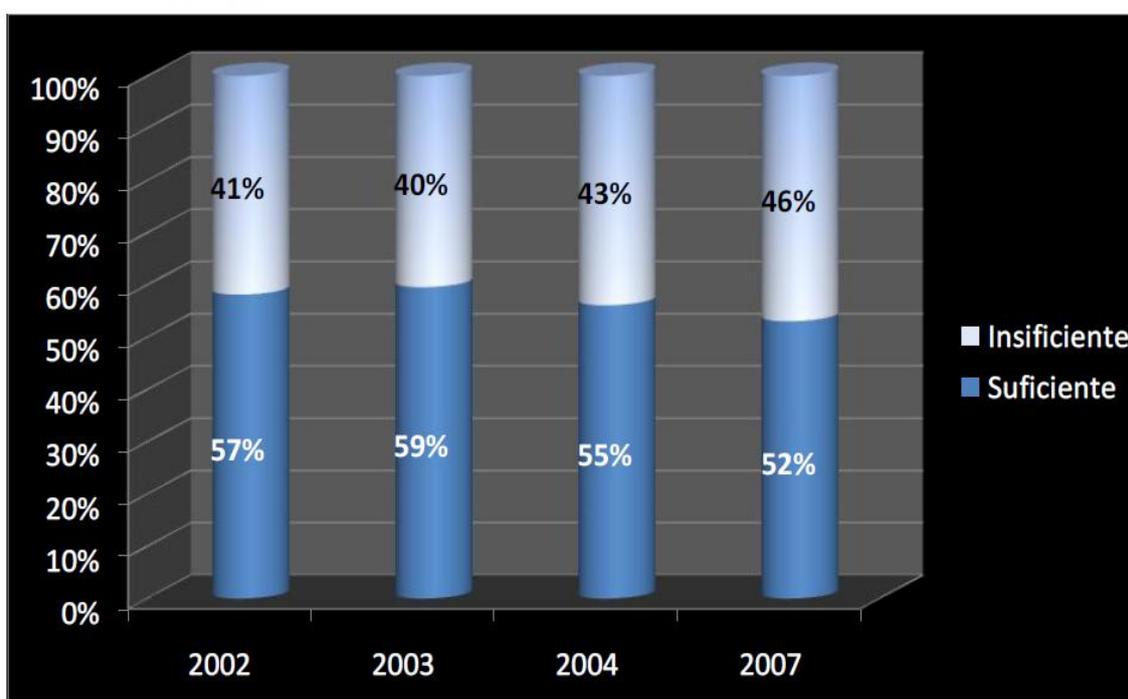
Figura 3. Horas libres a la semana para ocio en población joven (15-29 años) por grupos de edad. Evolución 2002-2007.



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ077, EJ100, EJ124.

La mayoría –más de la mitad– de la población estudiada percibe como suficiente el tiempo disponible para ocio, aunque esta percepción varía por sexo y edad, y su evolución entre 2002 y 2007 apunta a un aumento de cinco puntos porcentuales de las personas que lo valoran como insuficiente (Ver **Figura 4**).

Figura 4. Valoración horas libres a la semana para ocio en población joven (15-29 años). Evolución 2002-2007.



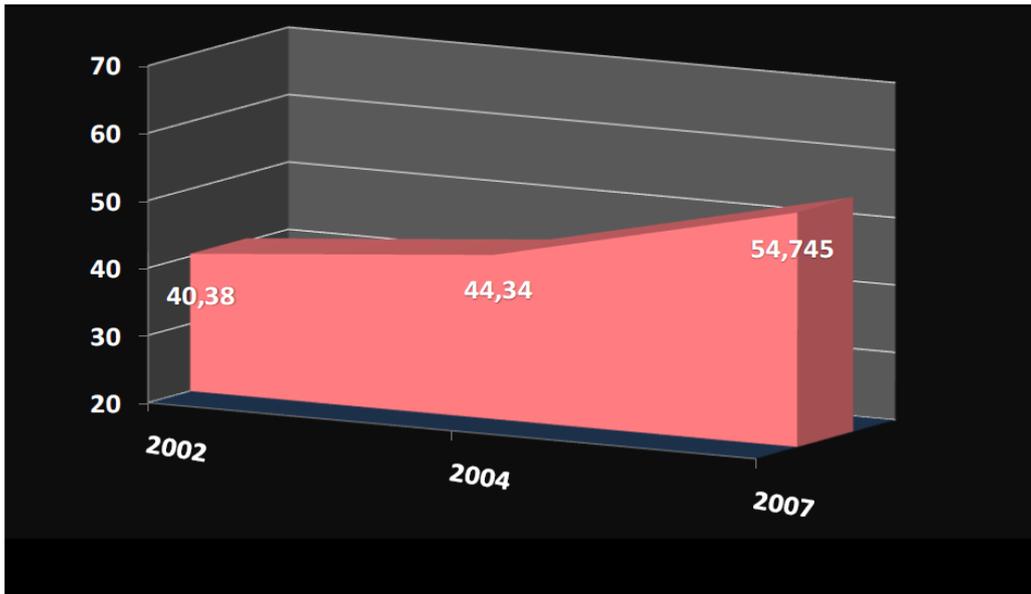
Fuente: Instituto de la Juventud, EJ077, EJ100, EJ124.

### **5.2.2. Dinero disponible para gastos de ocio**

Actualmente y en el marco de la sociedad de consumo, el hecho de disponer o carecer de tiempo libre no es condición suficiente para permitir la realización de actividades de ocio. El poder adquisitivo condiciona en gran medida –y cada vez más– el acceso al ocio, así como la elección del tipo de actividades a realizar. Así, tan importante como el tiempo libre es hoy en día el dinero disponible para el ejercicio del ocio.

En 2007, la cantidad media de dinero de que dispone el conjunto de la población entre 15 y 19 años es de una media que se aproxima a los 55 € semanales, cantidad que se ha incrementado en algo más de quince € desde 2002 (Ver **Figura 5**).

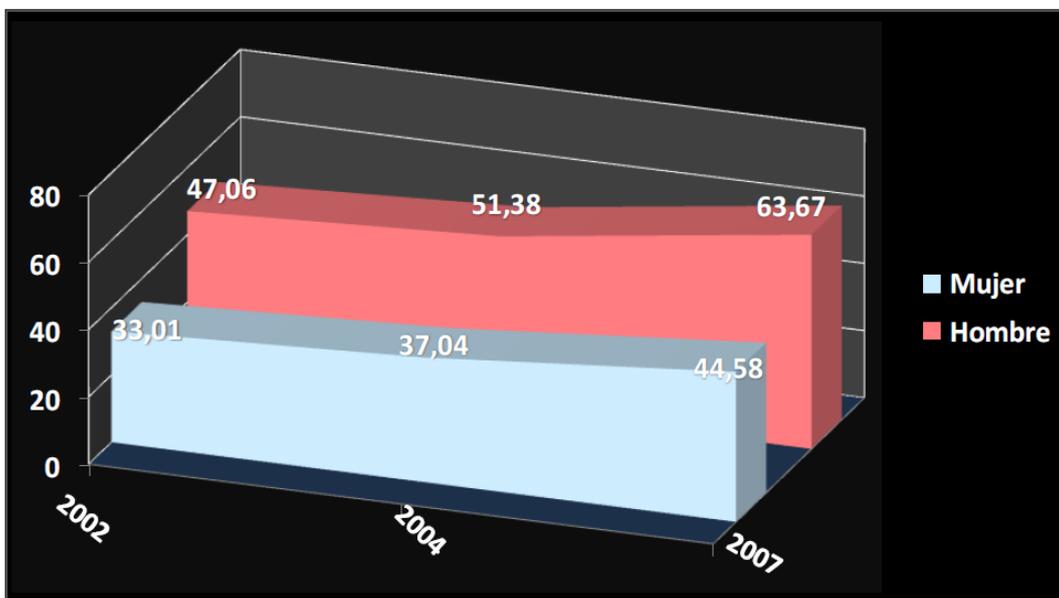
Figura 5. Evolución del dinero medio disponible (€) para ocio en población de 15 a 29 años (2002-2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ077, EJ100, EJ124.

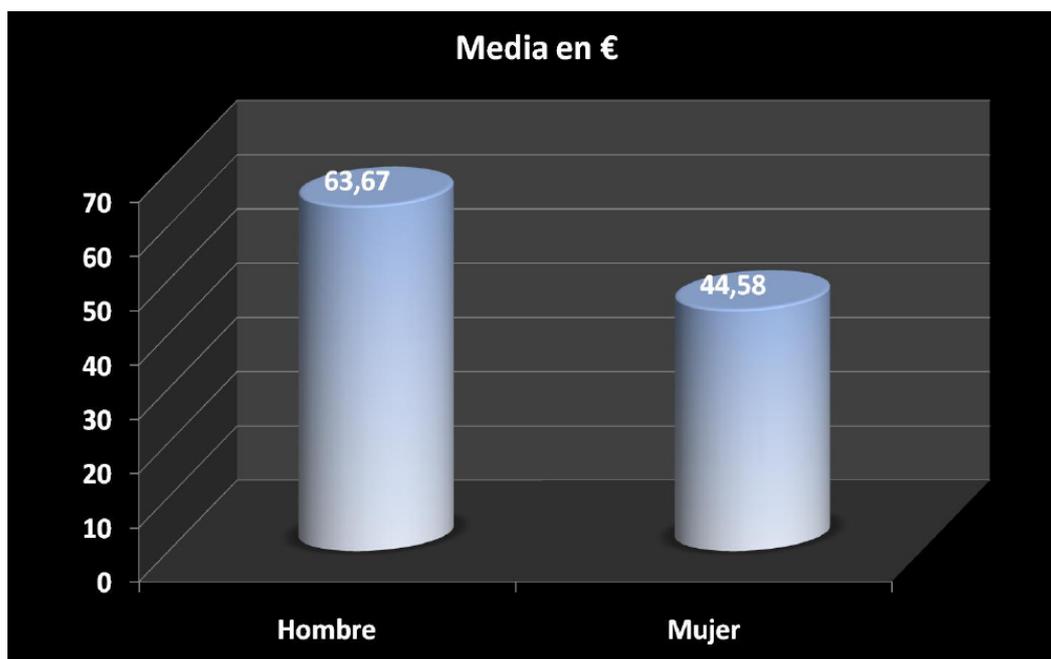
A pesar de este aumento global en la cantidad media de dinero para ocio, en los últimos años, se observa una tendencia al aumento de las importantes diferencias de la cantidad de dinero disponible por sexos. En 2002, las mujeres disponían de 14 € menos que los hombres, mientras en 2007 esta diferencia es de 19 € (Ver **Figuras 6 y 7**).

Figura 6. Evolución del dinero medio disponible (€) para ocio en población de 15 a 29 años, por sexo (2002-2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ077, EJ100, EJ124.

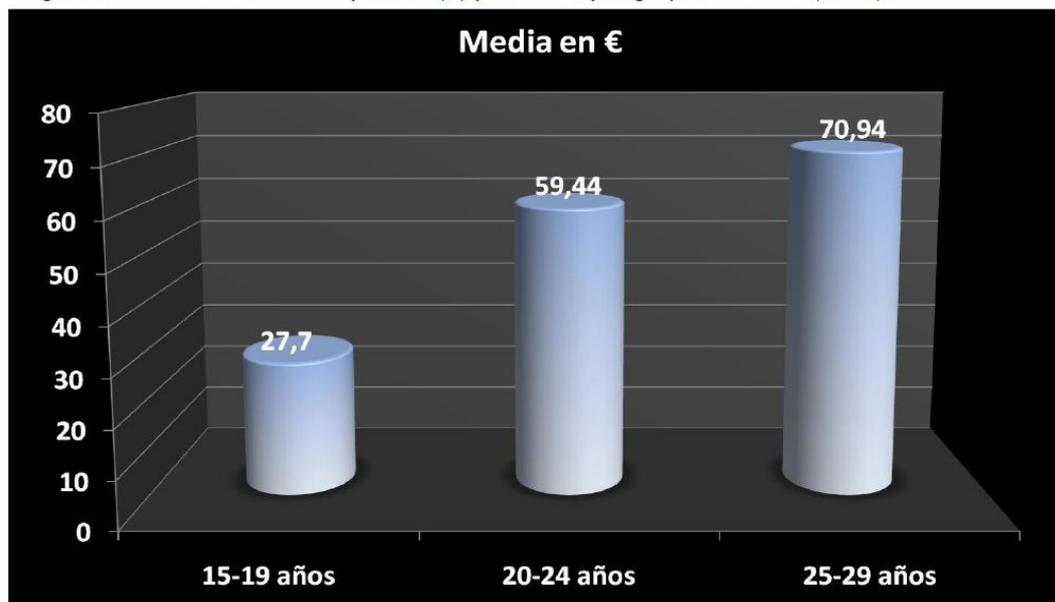
Figura 7. Dinero semanal disponible para ocio (€), por sexo, en población de 15 a 29 años (2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ124.

Como es también previsible, a medida que aumenta la edad se incrementa la cantidad de dinero disponible para actividades de ocio. Así, los más jóvenes (15-19 años) disponen de 28 € semanales, los que tienen entre 20 y 24 años cuentan con 60 € y los mayores disponen de 71 € de media para su ocio. Lógicamente, los y la jóvenes que disponen de un trabajo remunerado cuentan con una mayor cantidad de dinero (alrededor de 70 € semanales en 2007) para gastar en sus actividades de tiempo libre (Ver **Figura 8**).

Figura 8. Dinero semanal disponible (€) para ocio, por grupos de edad (2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ124.

## **5.2.3. Actividades: frecuencia y preferencias**

### **5.2.3.1. Actividades más frecuentes**

Para revisar cuáles son las actividades de ocio más frecuentes que practican la mayoría de adolescentes y jóvenes, se han seleccionado los resultados que ofrecen los estudios longitudinales del INJUVE, que como ya se ha comentado, presentan datos sobre muestras representativas de la población de entre 15 y los 29 años residente en España; así como los resultados del HBSC que, como también se ha descrito anteriormente, entre otros indicadores, estudia las actividades realizadas –durante su tiempo libre– por los y las estudiantes de Enseñanzas Medias entre los 11 y 18 años. A estos datos se han añadido resultados de otros estudios o trabajos de revisión que aportan información complementaria para los distintos aspectos analizados.

En la **Tabla 1** se presenta la evolución de las actividades de ocio realizadas con mayor frecuencia entre los años 1982 y 2007 en población de 15 a 29 años según los datos que ofrecen los estudios del INJUVE. Se trata de una aproximación somera, en primer lugar porque la edad de la muestra para el año 82 incluía solamente a los grupos comprendidos entre los 15 y los 20 años. Y en segundo lugar porque las encuestas correspondientes a los años 82 y 92 planteaban la pregunta de forma abierta *¿en qué sueles emplear, en general, tu tiempo libre?*, mientras que en los siguientes años, las respuestas se realizaron en base a un listado cerrado de opciones.

A pesar de estas debilidades, parece interesante observar que durante la última década, se mantienen como las tres actividades de ocio más habituales: reunirse/salir con amigos; escuchar música y ver televisión, aunque a partir de 2002 esta última actividad ha pasado de ser la segunda más habitual a ocupar el tercer lugar.

Y es a partir de 2002, cuando aparece por primera vez el uso del ordenador con fines de ocio como una actividad practicada por un porcentaje importante de la muestra (ocupando el octavo puesto entre las actividades más frecuentes). La importancia de esta nueva actividad se va incrementando año tras año hasta ocupar el cuarto lugar en 2007.

Tabla 1. Actividades de ocio realizadas ordenadas por orden de frecuencia informada (1982-2007).

Práctica habitual	1982	1992	1999	2002	2007
1	Salir-Reunirse con amigos	Salir-Reunirse con amigos	Salir-Reunirse con amigos	Escuchar música	Escuchar música
2	Ver TV	Ver TV	Ver TV	Salir-Reunirse con amigos	Salir-Reunirse con amigos
3	Ir al cine	Oír la radio	Escuchar música	Ver TV	Ver TV
4	Escuchar música	Charlar con la familia	Hacer deporte	Leer periód./ revistas	Usar el ordenador
5	Ir a bailar	Ir a bailar	Ir al cine	Oír la radio	Oír la radio
6	Leer libros	Leer periódicos	Leer libros	Ir al cine	Ir de compras
7	Oír la radio	Fumar	Dormir	Descansar/no hacer nada	Estar con mi pareja
8	Hacer deporte	Leer revistas	Descansar/no hacer nada	Usar el ordenador	Leer periód./ revistas
9	Ir de excursión	Hacer deporte	Viajar	Leer libros	Descansar/no hacer nada
10	-	-	-	Ir a bailar	Ir al cine
Edad	15-20	15-29	15-29	15-29	15-29

Fuente: Instituto de la Juventud, 2000; y EJ077, EJ100, EJ124.

Entre la población de 15 a 29 años estudiada por el INJUVE, en 2007 las diez actividades más prevalentes entre los y las jóvenes son, por este orden: escuchar música, CDs-cintas de vídeo, etc. (92,3%); salir /reunirse con los amigos (91,9%); ver la televisión (88,2). Les siguen como actividades principales de ocio realizado: usar el ordenador (73,6%); oír la radio (70%); ir de compras (69,9%); estar con la pareja (69,6%); leer periódicos y revistas (68%); descansar/no hacer nada (63,8%); e ir al cine (61,4%).

Existen algunas diferencias de género en cuanto a las prácticas de ocio: los chicos prefieren en mayor medida salir con amigos, ir de copas, practicar y asistir a actividades deportivas y usar ordenadores y video-juegos; mientras que las chicas realizan más actividades culturales (leer, cine, teatro, exposiciones), además de ir de compras y estar con la pareja.

En cuanto a las actividades que menos les agradan y que coinciden con las que menos practican, en los datos recogidos por el INJUVE para 2007 se observan los siguientes: realizar actividades asociativas y voluntarias (14%), asistir a conferencias (11%) e ir al teatro (10%).

Aunque el HBSC no dispone de información para todas las actividades de ocio que aparecen en los estudios de INJUVE, si recoge indicadores relevantes sobre algunas de ellas, como son: salir con los amigos, ver televisión y uso del ordenador para fines de ocio. En estos casos los resultados del HBSC en la población escolarizada de 11 a 18 años concuerdan con los comentados hasta aquí para jóvenes de entre 15 y 29 años. Los resultados del HBSC permiten identificar dos formas claramente diferenciadas de ocupación del ocio entre los y las adolescentes. Mientras que en los días laborables predominan las actividades de tipo individual (escuchar música, ver televisión, jugar en el ordenador u otras tecnologías digitales, no hacer nada, leer, hacer deporte, etc.), realizadas principalmente en el hogar; durante los fines de semana las actividades más prevalentes son las que tienen un carácter social y se desarrollan en espacios públicos, por ejemplo: salir/estar con los amigos, ir a bares y discotecas o a fiestas.

De acuerdo a los datos comentados hasta aquí sobre las actividades y preferencias de ocio, tanto los datos de INJUVE como los del HBSC permiten además observar otros aspectos –y en la mayoría de casos– sensibles cambios relacionados con la práctica de dichas actividades a lo largo del periodo estudiado (1998-2008). A continuación se revisan los matices más destacables que emergen, en relación con las conductas de ocio más prevalentes.

### 5.2.3.1.1. Escuchar música

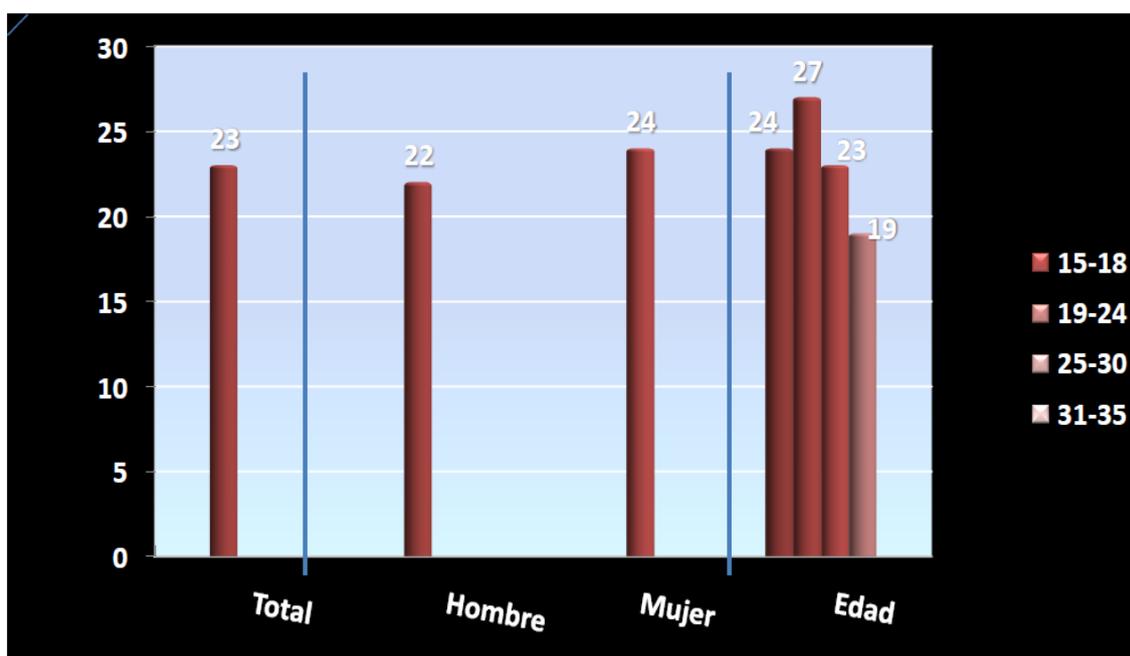
Todos los estudios disponibles coinciden en que la inmensa mayoría de adolescentes y jóvenes en nuestro país escucha música como actividad habitual en su tiempo libre y que además, esta práctica masiva se mantiene de forma similar a los datos observables a lo largo de todo el periodo estudiado. En este marco se constata que las propuestas musicales –como ya lo hicieron en generaciones anteriores– continúan actuando como elementos catalizadores de las relaciones e identidades grupales.

Según los datos del INJUVE, en 2007 el 92,3% de las y los jóvenes de entre 15 y 29 años escucha música en su tiempo libre. No se observan diferencias significativas entre sexos, aunque sí entre grupos de edad, siendo más prevalente entre los grupos de menor edad.

Los resultados del HBSC muestran que en 2006, el 95% de adolescentes declara “escuchar música” en su tiempo libre. Observándose diferencias mínimas entre grupos de edad en el porcentaje de población que realiza esta actividad, aunque si se observan mayores diferencias por sexo, siendo las mujeres quienes más escuchan música: 95,1% de las chicas (11-12 años) frente al 89,1% de los chicos de su misma edad; el 96,8% de las chicas frente al 89,5% de los chicos (13-14 años); mientras que la diferencia entre ambos sexos es mínima entre los 15 y 18 años.

En conjunto los datos anteriores coinciden con un estudio reciente que analiza además el tiempo dedicado a esta actividad, en una muestra de ámbito nacional y representativa para la población entre 15 y 35 años (Justibó & Muñoz,2008). En este estudio puede observarse que el tiempo de ocio dedicado a escuchar música coincide en gran medida con las horas disponibles para ocio a la semana recogidas por el INJUVE y ya comentadas en el punto 5.2.1. de esta revisión; lo cual parece indicar que “escuchar música” no es una actividad alternativa a otras opciones de ocio, sino que probablemente se comparte con muchas de las otras. Además que, en lo referido al número de horas semanales dedicadas a escuchar música, no existen diferencias significativas entre sexos, aunque si entre grupos de edad, siendo las personas entre 31 y 35 años quienes menos horas dedican (Ver **Figura 9**).

Figura 9. Horas de escucha de música a la semana en población de 15 a 35 años: media total, por sexo y por grupos de edad (2008).



Fuente: Justibró & Muñoz, 2008.

Esta realidad se confirma en un informe encargado por el Instituto Asturiano de Atención Social a la Infancia, Familia y Adolescencia (Consejería de Vivienda y Bienestar Social) a un equipo investigador de la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Oviedo sobre la situación de la Infancia y Adolescencia en Asturias (Braga Blanco et al., 2007). Este estudio aporta además información sobre preferencias musicales, indica que la mayoría manifiesta gustos musicales heterogéneos, escuchando fundamentalmente música comercial, aunque algunos sectores minoritarios de adolescentes manifiestan gustos muy definidos por tendencias como el hip-hop, el tecno, la música étnica, etc.

Finalmente, resulta de interés comentar que según este mismo estudio, la música se sitúa entre los aspectos considerados de mayor importancia personal

por los y las jóvenes, tras la familia y los amigos, y antes que, por ejemplo, los deportes, la religión o el salir de marcha. (Ver **Tabla 2**).

Tabla 2. Lo más importante de su vida: lo que sitúa en primer lugar (2008).

	% Total	% Hombre	% Mujer	% 15-18 años	% 19-24 años	% 25-30 años	% 31-35 años
Familia	76	71	81	59	70	78	86
Amigos	17	20	14	29	23	14	10
Música	4	4	3	7	3	5	2
Deportes	1	2	0	2	1	2	1
Religión	1	1	1	1	1	1	1
Política	1	1	0	1	1	0	1
Salir de marcha	0	1	0	2	0	0	0
Mi comunidad virtual	0	0	0	1	0	0	0

Fuente: Justribó & Muñoz, 2008.

### 5.2.3.1.2. Salir / reunirse con amigos

La importancia del grupo de iguales como instrumento clave de experimentación y desarrollo de la propia identidad, de conductas y de identificación con unos valores determinados, ha sido suficiente y ampliamente descrita por toda la literatura científica del último medio siglo, tanto por la psicología evolutiva, como por la psicología social, la sociología, la pedagogía, etc. (Aberastury & Knobel, 1976; Brown & Lohr, 1987; Brown, 1990; Elzo, 2000; Rodríguez et al., 2002; Sussman et al., 2007). Por tanto no es tarea de la presente revisión abundar en este aspecto. En este marco, no constituye sorpresa alguna constatar que, de acuerdo a los datos del INJUVE, “salir/reunirse con los amigos”, junto con “escuchar música”, aparezcan como las dos actividades más prevalentes en todos los años estudiados, alcanzando en 2007 al 92% de la población entre 15 y 29 años.

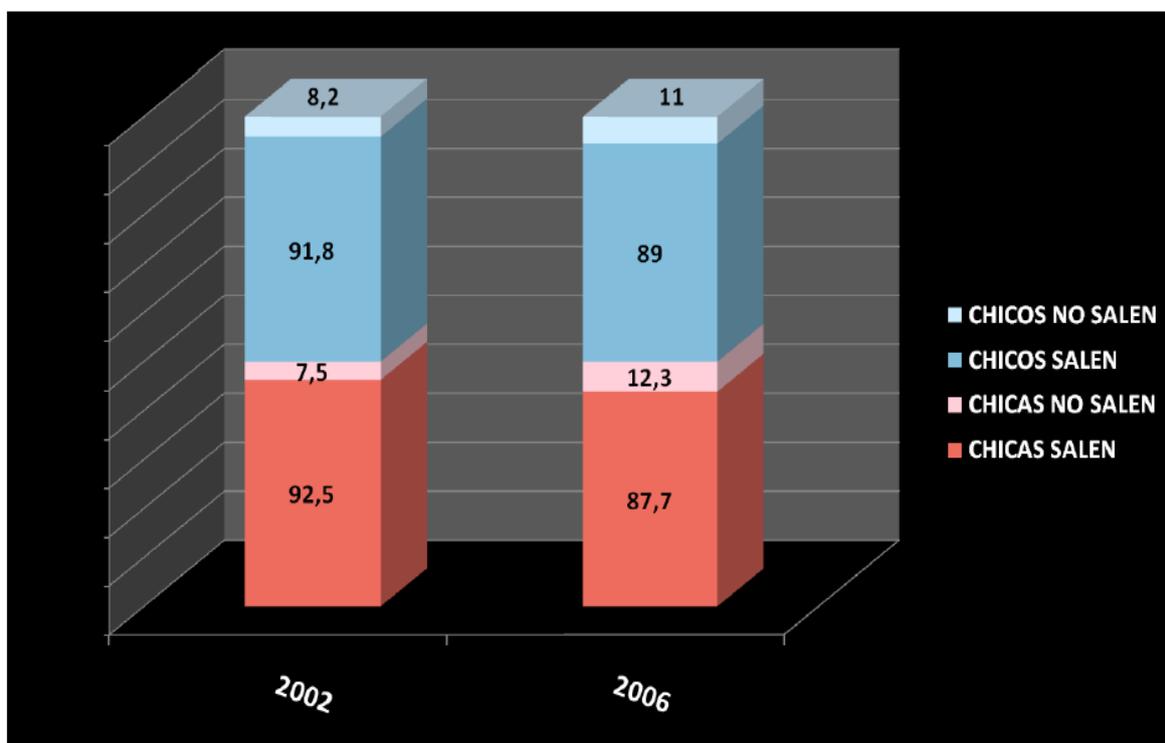
#### 5.2.3.1.2.1. Tendencias

Aporta información añadida de interés es observar que, si bien “salir/reunirse con los amigos” es una de las dos actividades más prevalentes, a

la vez que –como se verá más adelante– se halla entre las preferidas, en los años recientes se pueden observar algunos cambios destacables relacionados con la misma:

- Según el HBSC, se observa que en 2006 se ha producido un leve descenso del porcentaje de chicos y chicas (entre 11 y 18 años) que sale con sus amigos, en comparación con 2002. Y cuando se comparan ambos sexos, se observa que entre las chicas el descenso ha alcanzado casi cinco puntos porcentuales, siendo menor en los chicos: casi tres puntos porcentuales (ver **Figura 10**). Este descenso es más acusado en zonas urbanas y se ha producido en todos los grupos de edad, pero es mayor en los grupos de menor edad.
- Según los datos del INJUVE, ha descendido sensiblemente la asistencia a discotecas (del 62% en 2004 al 52% en 2007) y salir de copas (del 56% al 49%) entre la población de 15 a 29 años.
- Aunque las actividades de ocio nocturno no constituyen las únicas que interesan y practican adolescentes y jóvenes, salir y reunirse con amigos durante el fin de semana se asocia ampliamente a las salidas nocturnas. De acuerdo a los datos de INJUVE se observa que para jóvenes entre 15 y 29 años las salidas con el grupo de amigos se concentran en las noches de los fines de semana (viernes y sábado). En 2007, en torno a

Figura 10. Cambios en el porcentaje de población escolarizada entre 11 y 18 años que sale con amigos, por sexo (Comparación: 2002 y 2006).



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

siete de cada diez jóvenes de esta edad (72%) afirman salir normalmente de noche los fines de semana. Y un 48% de los jóvenes y un 33% de las jóvenes declara salir de marcha cada fin de semana. Mientras para quienes están en el grupo de edad de entre 15 y 19 años entre las actividades más importantes se sitúan, por este orden: salir para reunirse con los amigos (98,4%); hacer deporte (75,3%); ir a discotecas, bailar (70,6%); y beber, ir de copas (un 49,6%). Siendo quienes tienen entre 18 y 20 años, estudian y viven en zonas rurales (localidades de menos de 10.000 habitantes), quienes salen de marcha con más frecuencia. Como puede observarse, salir de marcha las noches del fin de semana, beber, ir a discotecas, bailar, e ir de copas, son algunas de las actividades más populares en este contexto.

Los descensos de adolescentes y jóvenes que salen con amigos y el descenso de la frecuentación de bares, pubs y discotecas, podrían estar relacionados con un potencial rechazo hacia un modelo de ocio económicamente inaccesible para muchos y muchas jóvenes. Hipótesis que además explicaría la emergencia, especialmente en los grupos de menor edad, de la práctica del botellón –actividad que no presenta grandes diferencias por sexo o clase social– como alternativa a las ofertas comerciales y de mercado ligadas al ocio nocturno (bares, discotecas, pubs, *raves* de pago, etc.). En este contexto, el consumo de alcohol fuera de los lugares “pautados” pero que sigue los mismos patrones de horario y consumo que el ocio comercial, no constituye una forma de provocación, sino un comportamiento perfectamente integrado (Comas, 2000).

### 5.2.3.1.2.2. Culturas grupales entre dos milenios

Dentro del análisis de las conductas de ocio más prevalentes y con el fin de poder disponer de una aproximación a la realidad y valores compartidos especialmente por los grupos de menor edad durante la última década, resulta necesario realizar una breve síntesis de por dónde han transitado las *culturas* juveniles del periodo que nos ocupa.

Como apuntan diversos autores (Elzo, 1998; Ruiz, 1998; Feixa et al., 2002; Reyes & Vigar, 2002; Romaní & Feixa, 2002; Feixa & Porcio, 2004; Megías & Elzo, 2006; Laespada Martínez, 2009), en este ámbito los últimos diez años han sido el escenario, no del nacimiento pero sí del máximo florecimiento y manifestación, de varios movimientos juveniles entre los que destacan: *okupas* y *skinheads* (mediados de los años 90), y con el cambio de milenio *fiesteros*, *alternativos* y *raperos*. Ha reaparecido además un cierto activismo social bajo el paraguas del *movimiento antiglobalización*, al tiempo que se ha generalizado la cultura fiesterera en distintas vertientes (*baile*, *raves*, *afters*, *clubs*, *fiestas*, *botellones callejeros*, *macro-festivales*, etc.), surgiendo además el nuevo fenómeno de las *e-communities* en el espacio virtual abierto por Internet y en el

que tienen cabida y de hecho participan, todas las opciones existentes, incluidas las que tienen prácticamente su razón de ser en el espacio virtual (*ciberpunks*, *hackers*, etc.).

En resumen, se puede considerar que los años finales del siglo XX y el inicio del nuevo milenio se caracterizan por la alta dispersión de opciones culturales juveniles, así como la mezcla y mestizaje entre las distintas subculturas, con algunos valores compartidos como el hedonismo, el individualismo o el *presentismo*, así como –salvo muy minoritarias excepciones– el consumismo, esencia y fundamento del mundo adulto postindustrial y omnipresente en España a partir de mediados de los años 80 del siglo XX.

Es decir, por encima de todas las diferencias, las nuevas generaciones, que externamente pueden haber adoptado modelos o signos culturales diversos, esencialmente no cuestionan el modelo de ocio basado en el consumo y dictado por el mercado, que ya adoptaron las generaciones precedentes en nuestro país. Ante esta situación de aparente falta de conflicto, la única seña de identidad y distanciamiento respecto al mundo adulto parece centrarse en la hora de vuelta a casa las noches de los fines de semana (Comas, 2000).

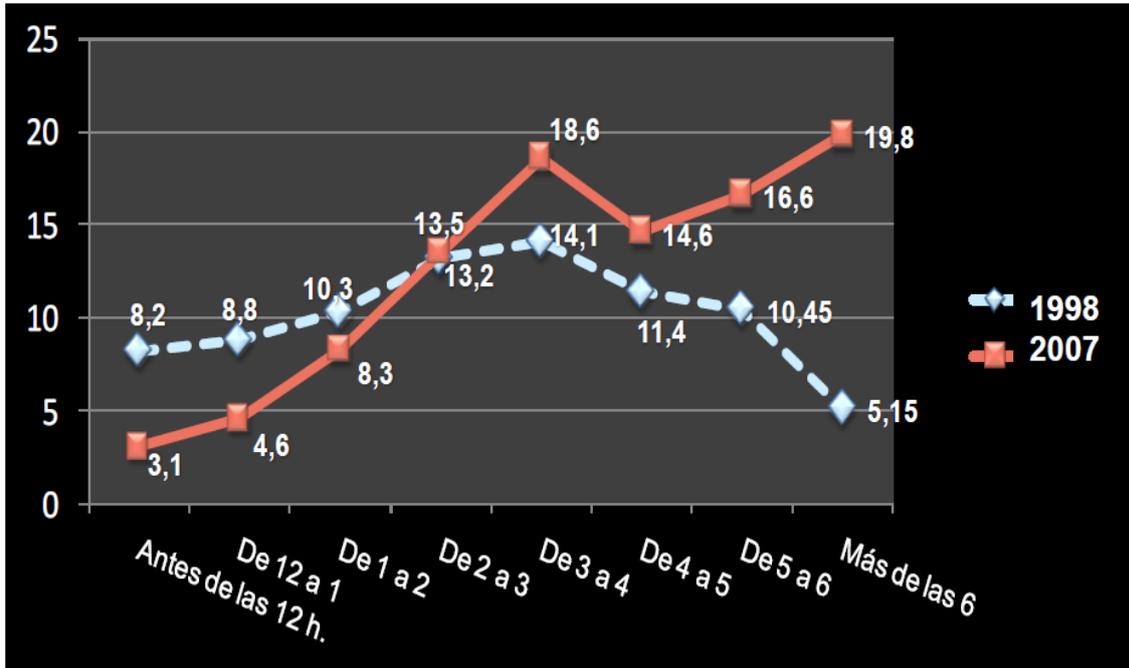
#### 5.2.3.1.2.3. Hora de vuelta a casa

En relación a la hora de vuelta a casa tras las salidas nocturnas, ya se había observado un retraso significativo desde comienzos de la década de los años 90 del siglo pasado (Aguinaga y Comas, 1997), sin embargo esta tendencia se agudiza en los últimos diez años.

De acuerdo a los datos del INJUVE, en 2007 sólo el 16% de los jóvenes entre 15 y 29 años que salen a divertirse dice volver antes de las dos de la madrugada, el 32% regresa entre las dos y las cuatro, el 31% entre las cuatro y las seis, mientras casi un 20% (19,8%) lo hace después de las seis de la mañana.

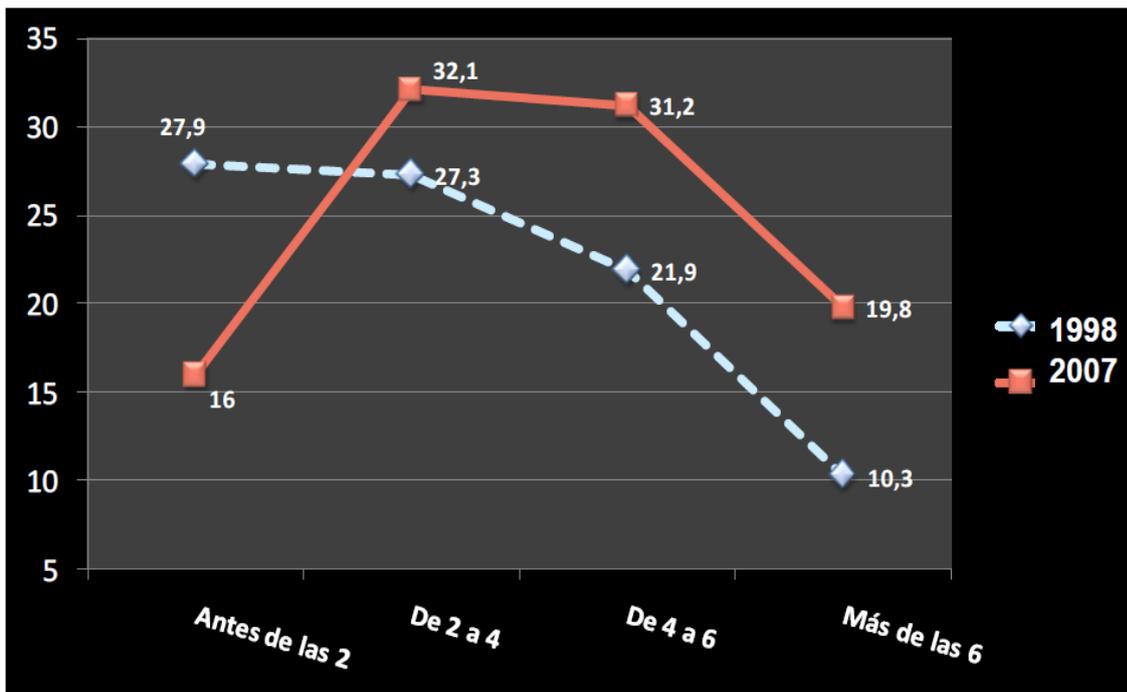
Al comparar estos datos con los recogidos por el mismo estudio para el año 1998, se puede observar que en menos de diez años se ha producido un ostensible retraso en la hora de vuelta a casa para la mayoría de jóvenes (Ver **Figuras 11 y 12**).

Figura 11. Hora de regreso a casa las noches de los fines de semana (viernes o sábados) en porcentajes, población de 15 a 29 años (Comparación: 1998 y 2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, 1998; y EJ 124, 2007.

Figura 12. Hora de regreso a casa las noches de los fines de semana (viernes o sábados) en porcentajes, población de 15 a 29 años (Comparación: 1998 y 2007).



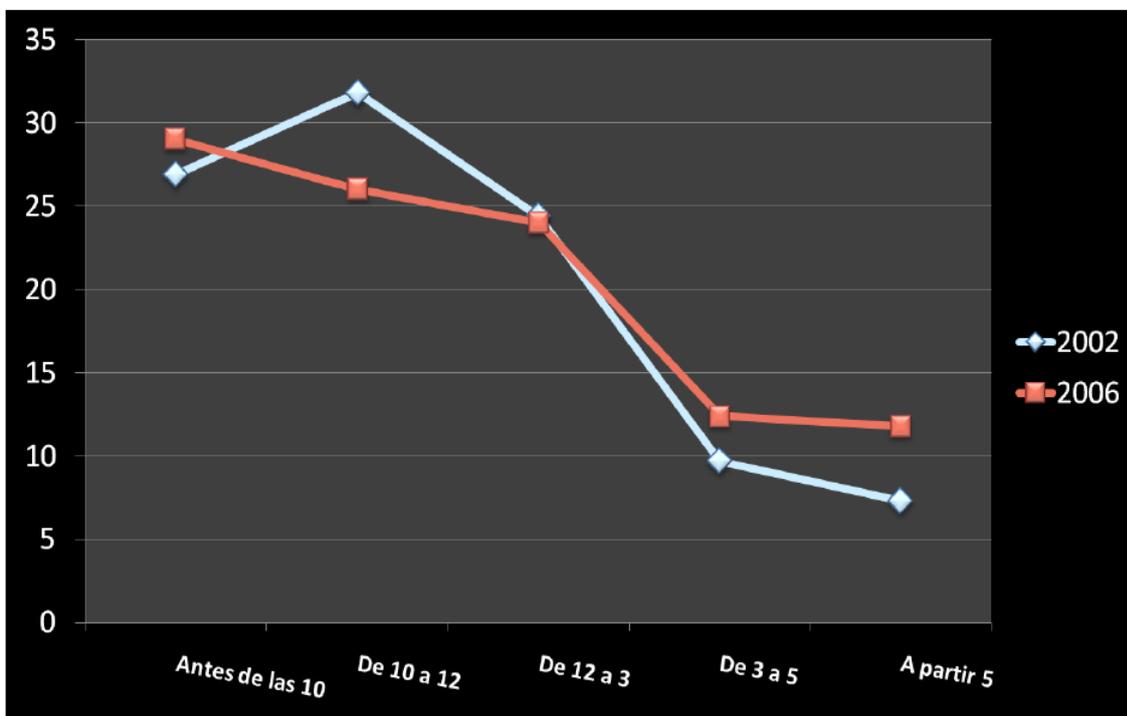
Fuente: Instituto de la Juventud, 1998; y EJ 124, 2007.

Esta tendencia, aunque de forma menos marcada y disponiendo sólo de datos de comparación entre 2003 y 2006, se observa igualmente en los resultados del HBSC, es decir en la población escolarizada de entre 11 y 18 años (Ver **Figura 13**).

Así los resultados del HBSC indican que si bien la hora de vuelta a casa en 2006 se mantiene casi igual a la de 2003 en el grupo de menor edad (Ver **Figura 13**), el retraso en el horario de regreso los días que se sale con amigos se incrementa a partir de los 13 años en adelante (Ver **Figuras 14, 15 y 16**).

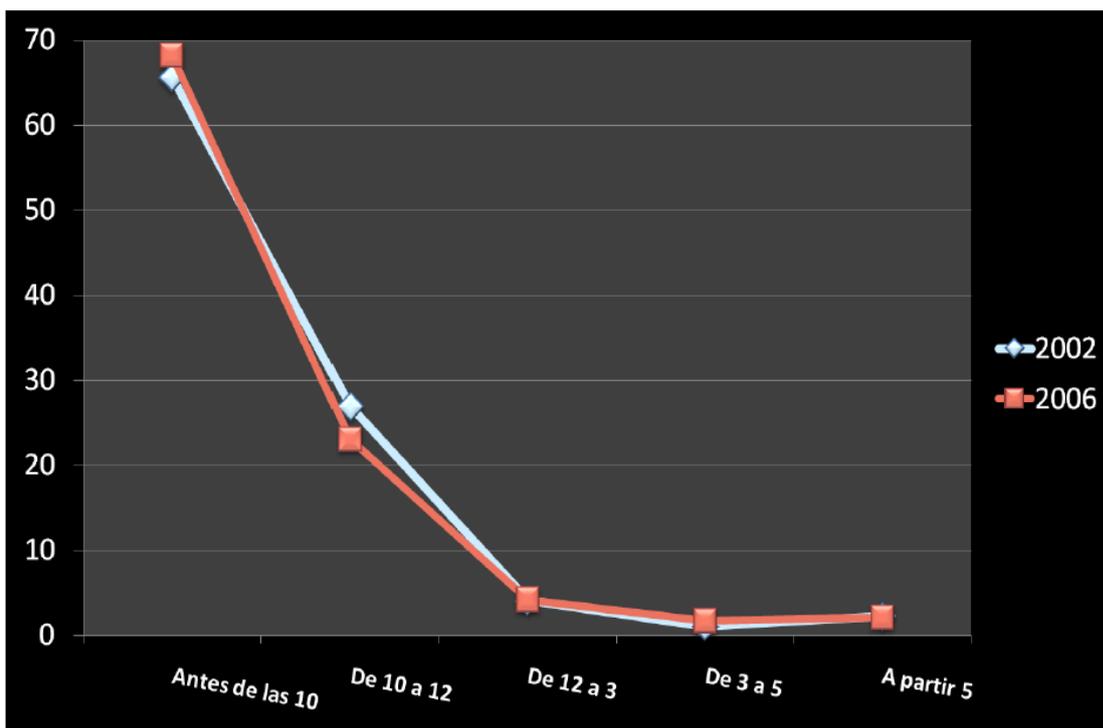
Se observa además que este retraso en la hora de regreso a casa experimentado en este periodo de cuatro años se ha producido en ambos sexos y sobre todo en los y las adolescentes de hábitat rural y en quienes pertenecen a familias con menor capacidad adquisitiva.

Figura 13. Hora de regreso a casa las noches que salen con amigos o amigas, en porcentajes. Población de 11 - 18 años (Comparación: 2002 y 2006).



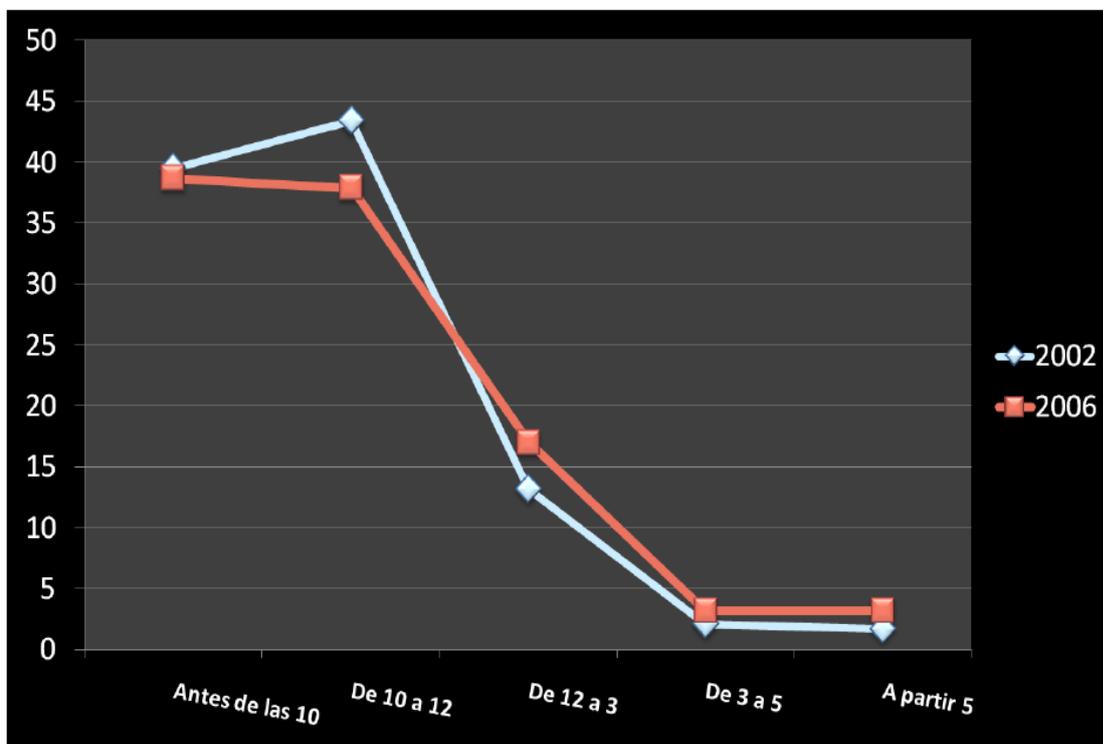
Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 14. Hora de regreso a casa las noches cuando salen con amigos o amigas en porcentajes. Población de 11 - 12 años (Comparación: 2002 y 2006).



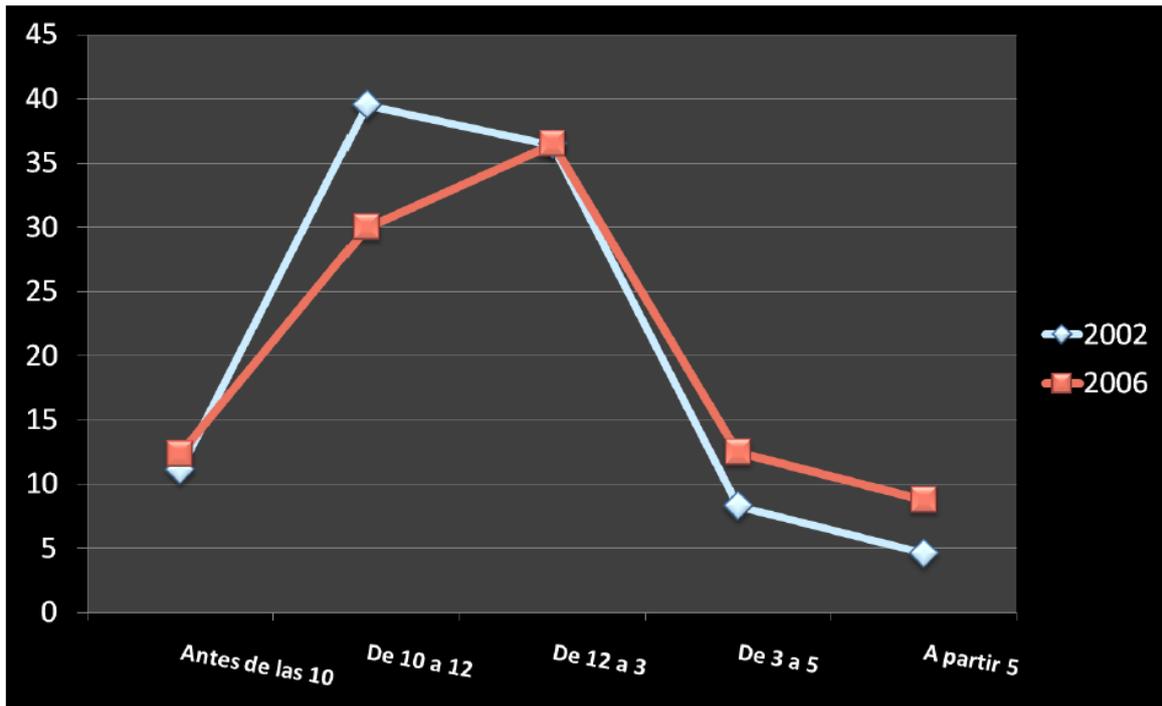
Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 15. Hora de regreso a casa las noches cuando salen con amigos o amigas en porcentajes. Población de 13 - 14 años (Comparación: 2002 y 2006).



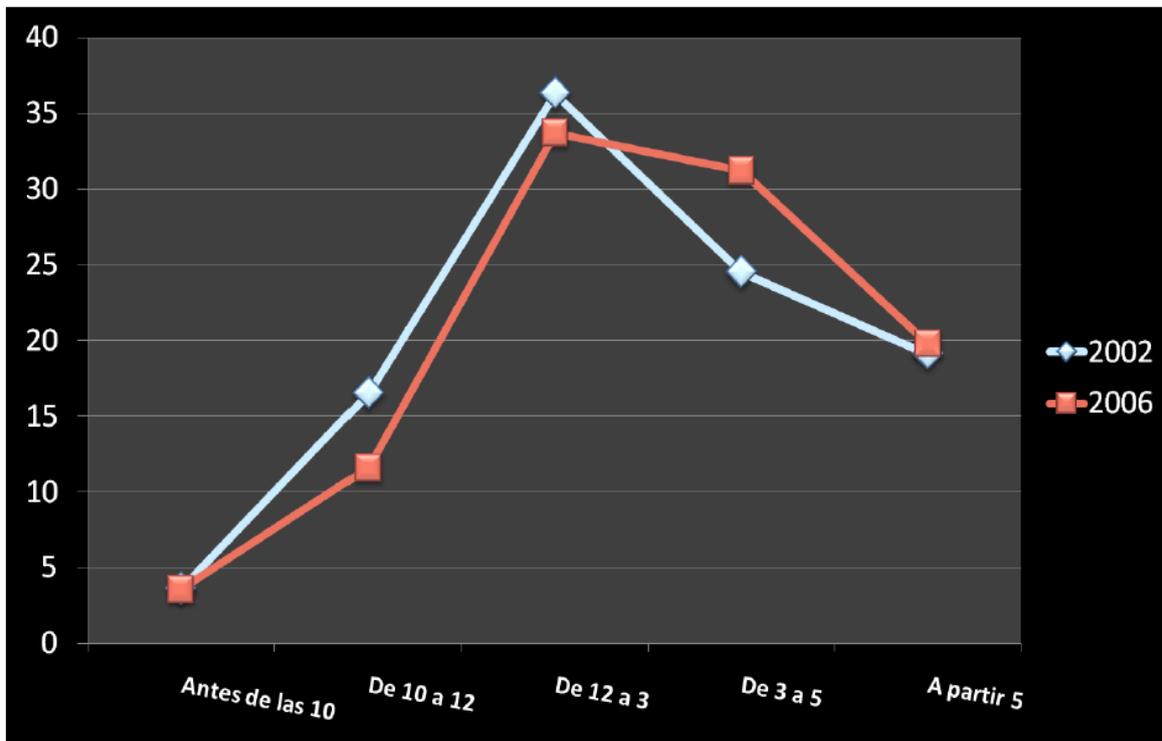
Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 16. Hora de regreso a casa las noches cuando salen con amigos o amigas en porcentajes. Población de 15 - 16 años (Comparación: 2002 y 2006).



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 17. Hora de regreso a casa las noches cuando salen con amigos o amigas en porcentajes. Población de 17 - 18 años (Comparación: 2002 y 2006).



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Este retraso en la hora de regreso a casa no implica que chicos y chicas duerman menos de lo necesario. Según los datos recogidos por el INJUVE en 2008, esta población declara dormir alrededor de siete horas y media los días laborables en una época normal del año. Un 36% dice dormir ocho horas y un 33% siete horas aproximadamente. Quienes duermen menos de siete horas suponen un 18%, y quienes dedican más de ocho horas al sueño suponen el 12%.

Los fines de semana duermen una hora más de media que los días de diario (algo más de ocho horas y media). Quienes duermen entre ocho y nueve horas suponen el 43%, un 33% declara dormir más de nueve horas, y un 23% lo hace menos de ocho.

El grupo de edad que más horas destina a dormir corresponde a los y las más jóvenes, a quienes disponen de menores niveles de formación y quienes se encuentran estudiando.

La dinámica social promueve unos ritmos ocupacionales que hacen que a medida que aumenta la edad, se vayan adquiriendo más obligaciones y consecuentemente, vayan reduciéndose las horas de descanso nocturno.

#### 5.2.3.1.2.4. Significado del ocio nocturno

Según los datos del INJUVE (2007), en los últimos años no ha variado el significado que tiene para los y las jóvenes “salir de noche”.

Para la mayor parte (el 40% en 2007), esta actividad proporciona la sensación de hacer algo diferente, no rutinario; con esta percepción coinciden en mayor medida las mujeres que los hombres.

Un 30% considera que la noche representa un espacio reservado para la juventud; sensación más habitual entre los y las adolescentes. Les siguen quienes creen que la noche contribuye a liberarse y desinhibirse (22%): con mayor peso de varones y jóvenes de entornos rurales y semirurales (hasta 50.000 habitantes.). También son los chicos, y los grupos más jóvenes de ambos sexos (15-19 años) quienes perciben el ocio nocturno como una actividad que transmite la sensación de libertad (21%).

#### 5.2.3.1.2.5. Actividades de ocio nocturno

De acuerdo a los datos del INJUVE, durante los fines de semana, se mantienen como principales actividades aquellas que se desarrollan en espacios destinados a la diversión: ir a bares, cafeterías, pubs (78%), ir a bailar, a discotecas (60%), aunque como se ha comentado al comienzo de este apartado,

esta última práctica se ha reducido con respecto a años anteriores (66% en 2004). Otras actividades importantes son acudir a casa de algún amigo (52%), actividad que ha aumentado ligeramente con respecto a 2004 (48%), e ir al cine (43%) que también ha descendido en cuatro puntos porcentuales con respecto a 2004.

Como podía observarse en años anteriores, también en 2007, a mayor edad, los y las jóvenes realizan más actividades que implican realizar un mayor gasto económico (ir al cine, a restaurantes, a bares, pubs, o al teatro); mientras que los grupos de menor edad llevan a cabo actividades que implican poco o ningún gasto (hacer botellón, pasear, ir a casa de algún amigo, etc.).

#### 5.2.3.1.2.6. Transporte utilizado en las salidas nocturnas

En 2007, y al igual que años anteriores los datos recogidos por el INJUVE permiten observar que el medio de transporte más utilizado por los y las jóvenes (15 y 29 años) cuando salen de marcha los fines de semana es el coche propio o de amigos (68%). El 39% se desplaza a pie, un 20% utiliza el transporte público, un 12% el taxi y un 5% lo hace en moto (INJUVE, 2007).

Por edades, el grupo de entre 15 y 19 años se desplaza mucho más a pie que el resto, debido posiblemente a que su espacio de ocio nocturno se ubica en mayor medida dentro del espacio cercano del barrio. También utilizan con más frecuencia el transporte público y la moto.

Entre los varones de todas las edades, los grupos de mayor edad y de mayor poder adquisitivo, se observa un mayor porcentaje de quienes utilizan el coche como medio de transporte para regresar a casa las noches del fin de semana.

#### 5.2.3.1.2.7. Comunicación y supervisión familiar

Durante las tres últimas décadas la investigación sobre adolescencia viene apuntando que tanto la percepción de bienestar por parte de los y las jóvenes, como la incidencia de conductas de riesgo en sus vidas, son factores que dependen en gran medida de las habilidades de gestión y comunicación familiar, en especial las disponibles por parte de madres, padres o tutores. Estas habilidades parentales constituyen elementos clave para el logro de un clima familiar protector donde los límites se marquen desde posiciones de diálogo y comunicación (Paulson, 1988 ; Williams et al., 1990 ; Hawkins, Catalano & Miller, 1992; Smith et al., 1995; Rutter et al., 1998; Claes et al., 2005; McVie & Holmes, 2005 ; Lacourse et al., 2006; Eklund, 2006).

En este marco es interesante observar que en 2007 los datos del INJUVE indican que la mayor parte de los y las jóvenes considera que sus padres son permisivos en cuanto a sus salidas nocturnas de fines de semana. Así, el 57%

de los jóvenes de 15 a 29 años declaran que sus padres ejercen o han ejercido poco o ningún control sobre ellos, frente al 37% que considera que sus padres les controlan o les han controlado bastante o demasiado en sus salidas de ocio. Las chicas siguen percibiendo un mayor control parental del que perciben los chicos en este ámbito. Siendo los padres de los y las más jóvenes quienes en mayor medida controlan los hábitos de ocio nocturno y de fin de semana. Y es a partir de la mayoría de edad filial, cuando padres y madres van disminuyendo dicho control.

El HBSC proporciona información de interés sobre el grado de comunicación paterno-filial existente en general, así como sobre el grado de conocimiento parental relativo a las actividades de ocio de sus hijos e hijas.

Así, se observa que la facilidad para comunicarse con el padre es mayor en chicos, mientras que la facilidad para comunicarse con la madre es muy similar en chicos y en chicas de todas las edades, siendo los valores de comunicación referidos a la madre, considerablemente más altos que los atribuidos al padre. A medida que aumenta la edad, disminuye la facilidad en la comunicación paterno-filial, y el descenso es mayor en el caso de la comunicación con el padre.

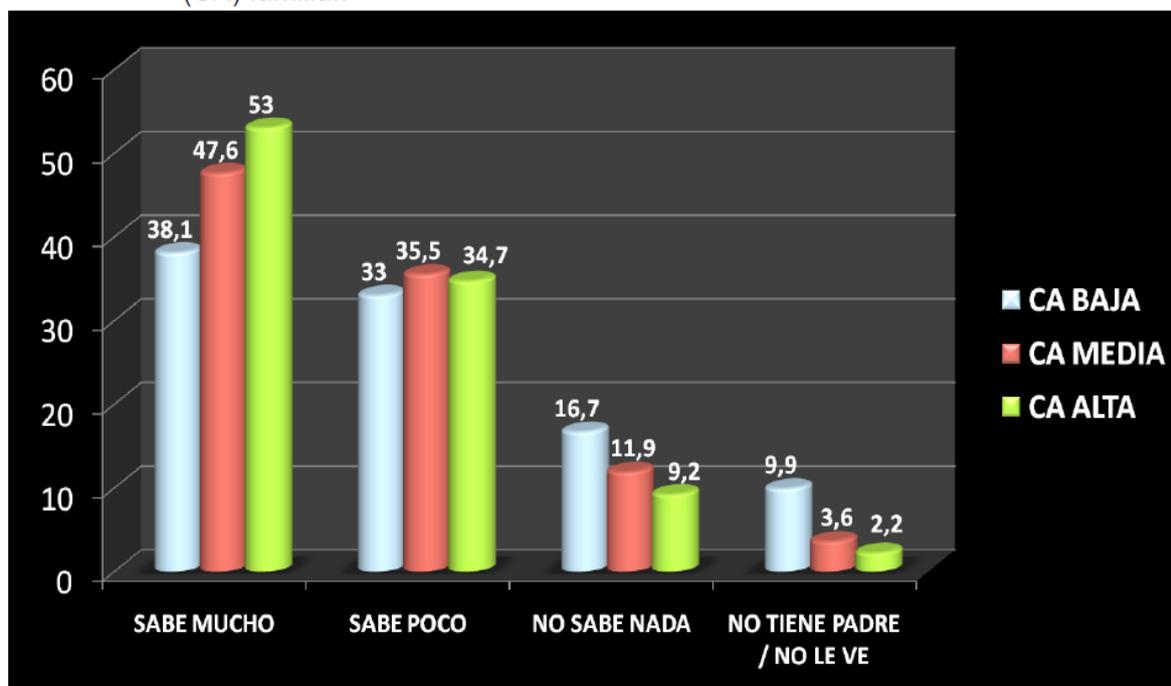
No se observan diferencias destacables entre población rural o urbana, pero sí por clase social, siendo mejor el grado de comunicación para los padres, en las familias con capacidad adquisitiva alta. En comparación con el 2002, en 2006 apenas se observan cambios relacionados con el grado de comunicación con la madre; sin embargo mejora este indicador entre chicas. Finalmente, para algo más de la mitad de los y las adolescentes (58%) la comunicación con los dos progenitores es fácil, mientras que para un 13% la comunicación –tanto con el padre como con la madre– es difícil.

En cuanto al grado de conocimiento parental sobre las actividades realizadas durante el tiempo libre por sus hijos e hijas, se puede observar que en general los y las adolescentes consideran que sus madres saben más que sus padres, aunque en ambos casos parece que existe un buen nivel de conocimiento parental. En este ámbito no se observan sensibles diferencias entre las percepciones de chicos y chicas, ni tampoco entre los entornos de residencia rural y urbana. Sin embargo, sí se observan diferencias por grupos de edad, siendo los más jóvenes quienes declaran mayor grado de conocimiento parental.

Las mayores diferencias se observan entre grupos sociales considerados según el poder adquisitivo estimado de las familias: las de mayor capacidad económica disponen de un mayor conocimiento parental, así en el caso de los padres existe una diferencia de quince puntos porcentuales entre las familias de menor y mayor capacidad adquisitiva, diferencia que se reduce a siete puntos porcentuales en el caso de las madres (Ver **Figuras 18 y 19**). Este aspecto diferencial entre grupos socioeconómicos coincide con estudios realizados en otros países (Armsden & Greenberg, 1987; Sandbæk, 2009) e indica una situación de mayor vulnerabilidad potencial de los hijos e hijas de las familias

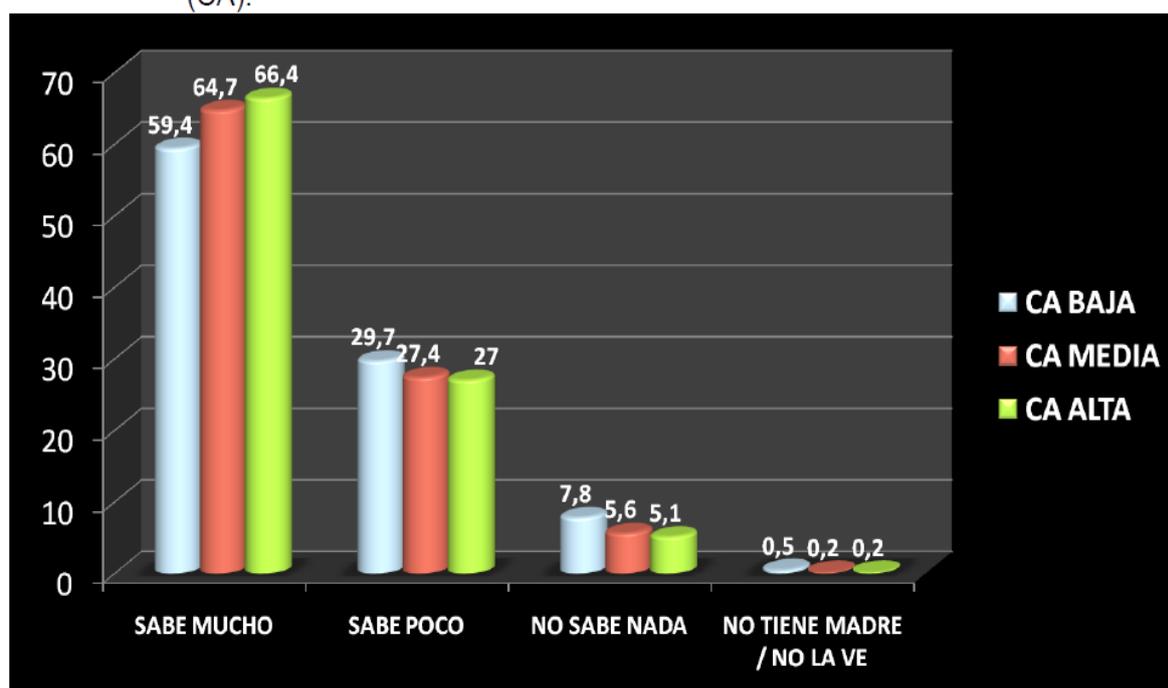
económicamente menos favorecidas en lo referido a una potencial exposición a factores de riesgo relacionados con el ocio.

Figura 18. Conocimiento paterno de las actividades de ocio filiales. Percepción de población entre 11 y 18 años en porcentajes, según capacidad adquisitiva (CA) familiar.



Fuente: Moreno et al., 2008. Informe HBSC.

Figura 19. Conocimiento materno de las actividades filiales. Percepción de población entre 11 y 18 años en porcentajes, según capacidad adquisitiva familiar (CA).



Fuente: Moreno et al., 2008. Informe HBSC.

### 5.2.3.1.3. Ocio juvenil y televisión

Ver la televisión sigue siendo en 2007 una de las actividades de ocio más practicadas entre adolescentes y jóvenes (88,2%), según los datos recogidos por el INJUVE. Además continúa situándose entre las preferidas: en torno a nueve de cada diez señalan la televisión como una de las actividades que más les gustan para ocupar su tiempo libre.

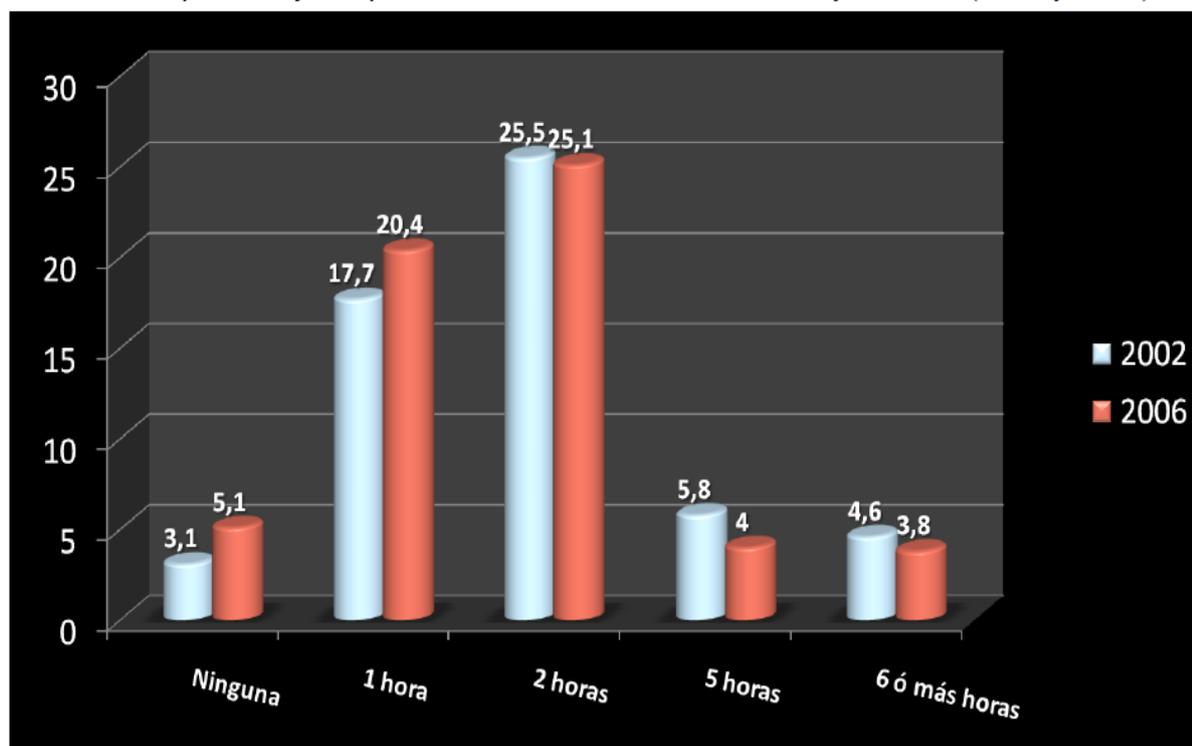
Sin embargo, existen indicios suficientes para poder afirmar que los y las jóvenes en nuestro país, si bien no abandonan el consumo de televisión, sí están modificando la forma de acceso a la programación televisiva. Según un reciente estudio de la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (European Interactive Advertising Association, 2008), un 43% de la población residente en España, en edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, ve la programación de TV a través de Internet, un porcentaje que supera ampliamente a la media del resto de países consultados que se queda en el 30% (Reino Unido, Alemania, Francia, España, Italia, Suecia, Finlandia y Noruega, Bélgica y Holanda).

Según los resultados disponibles por el INJUVE, los contenidos televisivos preferidos no han variado en los últimos años. Respecto a 2004 las películas se mantienen entre los temas de programación favoritos (33%), especialmente para los chicos y para el grupo de mayor edad; le siguen las teleseries (25%), preferidas en mayor medida por las chicas; y los programas deportivos (16%), de preferencia masculina. Se observa un menor interés por los programas de entretenimiento o magazines (4%); por los informativos (5%); y por los espacios culturales (5%). Un 5% de jóvenes afirma que le gusta toda la programación televisiva.

La edad se mantiene como un criterio diferenciador de los gustos televisivos de los y las jóvenes: el grupo de 15-19 años prefiere las teleseries, mientras que a medida que aumenta la edad –especialmente a partir de los 20 años– las películas pasan a ser el contenido preferido.

Los datos del HBSC confirman nuevamente el panorama ofrecido por el INJUVE, para todas las edades estudiadas. Así, “ver televisión” durante todos los días de la semana –tanto ten días laborables como en fines de semana– es una actividad que realiza, con distinta intensidad, el 94,9% de la población en 2006, dato que mantiene el porcentaje observable en 2002 (95%). En relación al tiempo libre dedicado a ver televisión los fines de semana, el porcentaje de esta práctica es también muy elevado. En 2006 un 25,5% de la población escolarizada entre 11 y 18 años declara ver televisión dos horas al día; un 19,4% tres horas diarias; un 14% cuatro horas al día; un 4% cinco horas; y un 3,8% seis o más horas diarias en fin de semana (Ver **Figura 20**). No observándose sensibles diferencias por sexo, edad o hábitat, aunque sí por nivel adquisitivo familiar, siendo en las familias de menor poder adquisitivo (bajo o medio) donde se sitúa un mayor porcentaje de adolescentes que declaran ver seis o más horas de televisión al día.

Figura 20. Horas diarias dedicadas a ver televisión durante los sábados y domingos en porcentaje de población escolarizada de entre 11 y 18 años (2002 y 2006).



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

#### 5.2.3.1.4. Irrupción de las TIC en la práctica del ocio

Uno de los cambios más evidentes que pueden observarse en los últimos años es la aparición y el veloz incremento posterior de la utilización del ordenador, y las tecnologías de la comunicación (TIC) en general y como actividad de ocio en particular (Rodríguez, 2002; Fundación France Telecom España, 2005; Gordo, 2006; Boschma, 2008; Bodoque et al., 2009; Rubio Gil, 2009).

Las TIC poseen una enorme capacidad de penetración en todos los dominios de la actividad humana, no como fuente exógena de impacto sino como el paño con el que está tejida esa actividad (Castells, 2001), y el ocio de adolescentes y jóvenes constituye un claro ejemplo de ello (Turkle, 1997; Facer et al., 2003; Holloway & Valentine, 2003).

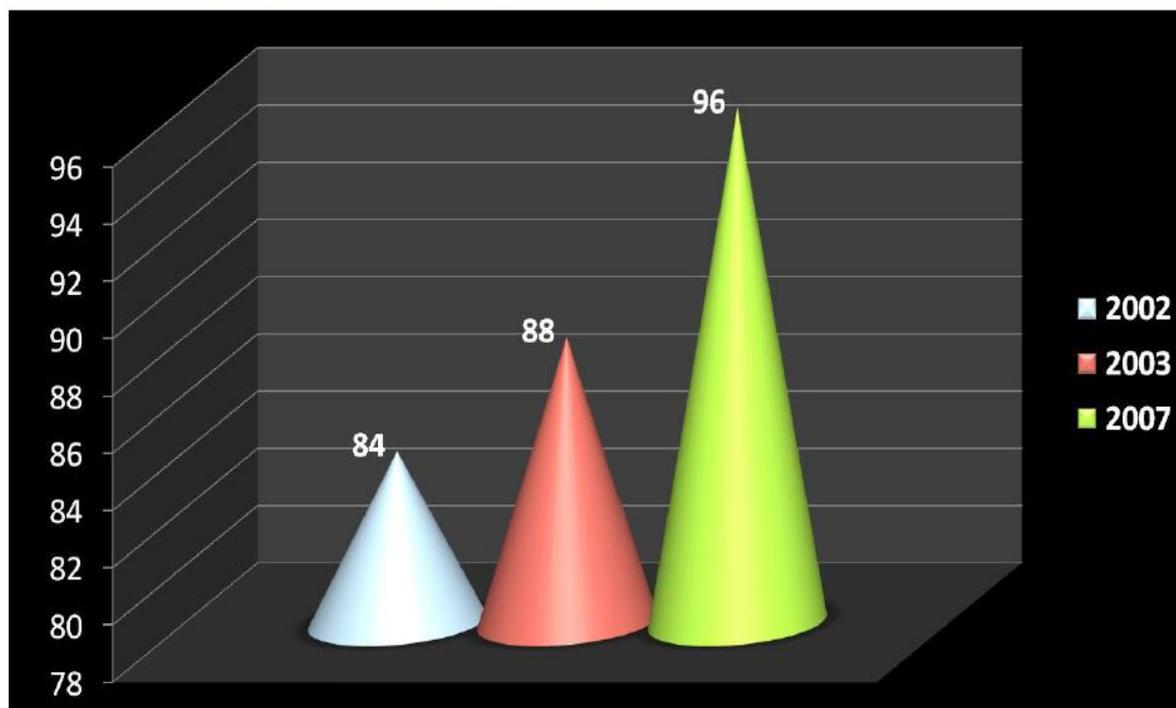
La interacción que las TIC e Internet permiten y facilitan, hace de ellas una opción que reúne –virtualmente– casi todas las posibilidades que adolescentes y jóvenes practican con mayor frecuencia como actividades de

ocio y que ya se han presentado en la **Tabla 1** al inicio de este apartado, es decir:

- Escuchar música (además de poderla componer con el apoyo de programas de fácil acceso y manejo).
- Contactar con amigos y amigas (hablar, chatear, pasar el rato) virtualmente, pero constantemente y sin necesidad de salir de su habitación.
- Ver televisión y cine.
- Oír la radio.
- Jugar individualmente o en grupo, entretenerse, curiosar, etc.
- Leer (revistas, libros, periódicos, etc.).
- Estar en conexión con la pareja.
- Ir de compras.

De acuerdo a los datos del INJUVE, dentro de estas tecnologías destaca la rápida y elevada penetración de la telefonía móvil entre la población de 15 a 29 años en España. La disponibilidad de teléfono móvil para uso personal en esta población ha pasado del 88% en 2003 al 96% en 2007 (Ver **Figura 21**). En 2003, el 91% de jóvenes entre 15 y 29 años usaban el móvil con asiduidad, porcentaje que se mantiene en 2007 (92%); de dicho porcentaje, la inmensa mayoría declara tenerlo siempre conectado (83%) y un 9% dice conectarlo sólo unas horas al día (la mayoría, jóvenes de ambos sexos de entre 15 y 17 años).

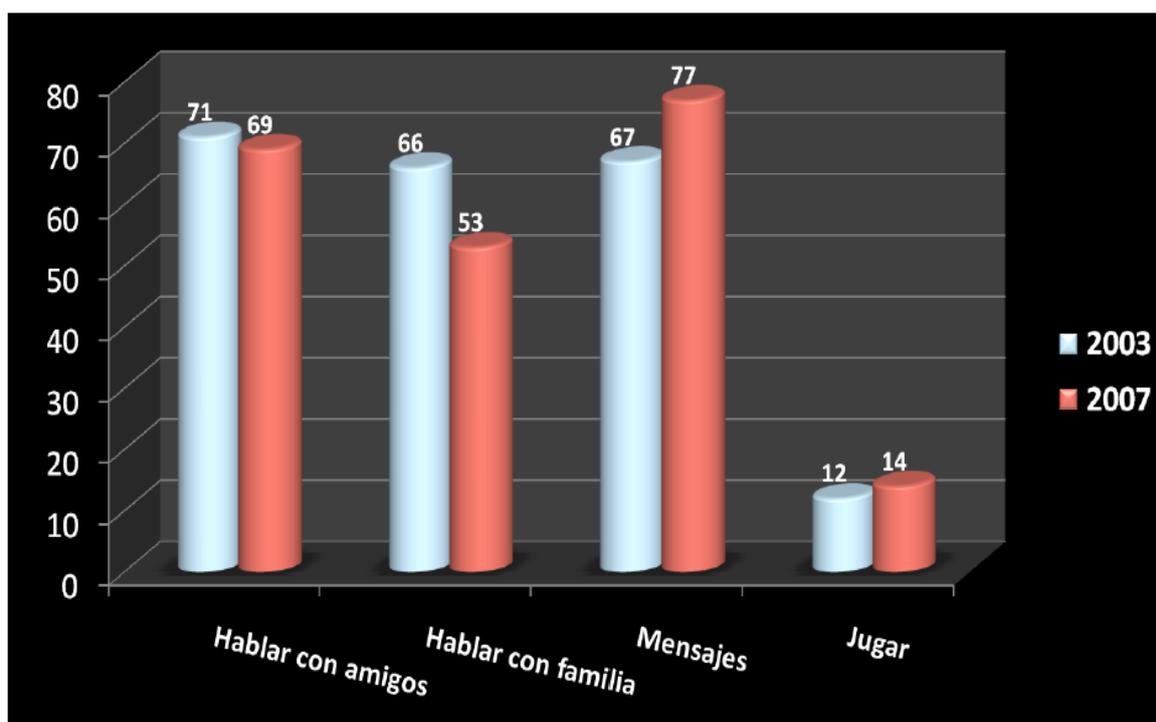
Figura 21. Evolución del porcentaje de población de entre 15 y 29 años que posee teléfono móvil (2002-2003-2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ 124.

A pesar de que el uso del móvil parece haber disminuido ligeramente en 2007, respecto a los años anteriores, la utilización de esta tecnología continua siendo masiva. Los principales usos que hacen del móvil los y las jóvenes en 2007 siguen siendo los relativos a las conversaciones con los amigos (69%), al envío y recepción de mensajes (77%) y a las conversaciones con los familiares. (53%) (Ver **Figura 22**).

Figura 22. Uso frecuente del teléfono móvil para distintos fines (INJUVE Comparación 2003-2007)



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Otros servicios bastante frecuentes en 2007 del teléfono móvil tienen que ver con el uso de funciones como el buzón de voz, el despertador, etc. (50%). Las conversaciones con los amigos son más frecuentes entre quienes disponen de estudios superiores, y entre los y las adolescentes (solteros, dependientes económicamente y viviendo con la familia de origen). El envío de mensajes se ha incrementado en los últimos años y es una práctica más habitual entre las chicas, entre el grupo de menor edad (15-17 años), entre estudiantes y entre población española. El uso del buzón de voz del móvil, del despertador, etc. es más frecuente entre las chicas, los jóvenes extranjeros, los que compaginan trabajo y estudio y los jóvenes adultos.

Quienes usan el teléfono para descargar música: cazar y descargar canciones, logos, tonos, etc., corresponden en mayor proporción a los grupos de menor edad (15-17 años), a población extranjera, a quienes han alcanzado un menor nivel de estudios y a los y las adolescentes. Todo ello implica la incorporación del móvil como un instrumento presente en la actividad cotidiana, y en especial –para los grupos de menor edad– en toda la interacción relacionada

con el ocio, tal como indican otros estudios realizados desde el propio sector de tecnología telefónica móvil (Fundación Retevisión, 2001; Fundación Auna, 2002, 2003, 2004 y 2005; Fundación France Telecom España, 2005; Fundación Orange 2007 y 2008; Justibó & Muñoz, 2008).

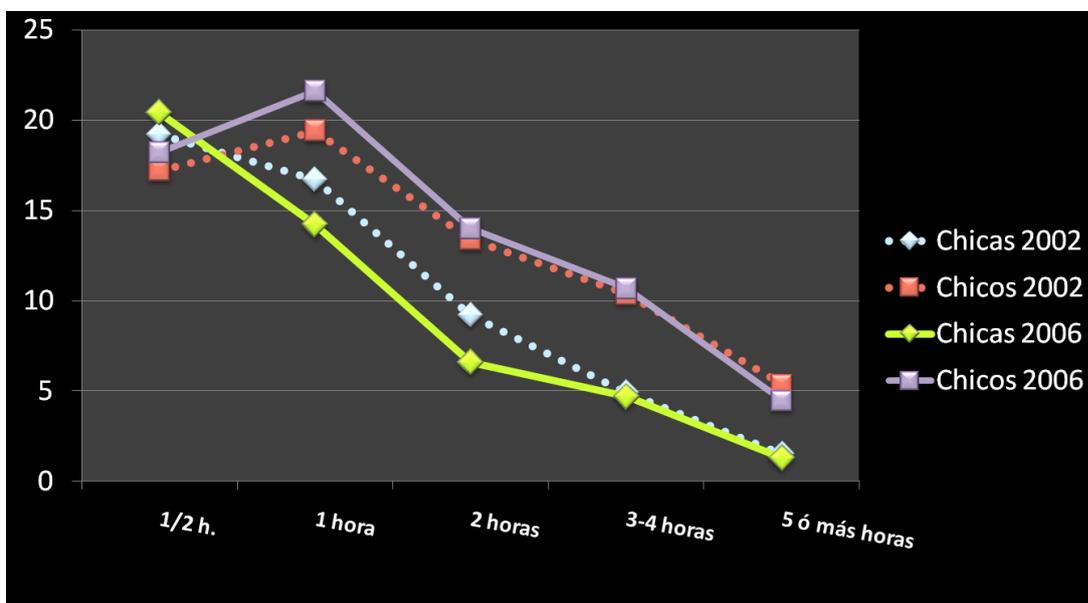
En lo referido al ordenador, una amplia mayoría de adolescentes y jóvenes dispone de un ordenador para uso personal. En 2006 el 63,1% de jóvenes entre 15 y 29 años dispone de ordenador y el 41,5% tiene acceso a Internet en su domicilio (Gordo López, (2006). En un estudio más reciente realizado en una muestra representativa de jóvenes entre 15 y 25 años residentes en las Comunidades Autónomas de Andalucía y Madrid, puede observarse que el 69,15% dispone de conexión a Internet desde el ordenador de su casa, y un 43% puede conectarse desde su propia habitación (Rubio Gil, 2009).

En los sondeos del INJUVE, la utilización del ordenador con fines de ocio aparece por primera vez en 2002 entre las diez actividades que habitualmente realiza un mayor porcentaje de población de entre 15 y 29 años (63%), pasando al sexto lugar en 2004 (73%) y alcanzando el cuarto lugar en 2007 (74%), año en que para el grupo de menor edad (15 a 19 años) alcanza ya al 88,8% de la población.

Estos datos concuerdan con los aportados por el HBSC, donde se observa igualmente una presencia relevante de esta actividad de ocio en población escolarizada de entre 11 y 18 años de edad. Así, en 2006 un 60,7% de esta población afirma utilizar diariamente el ordenador u otras tecnologías digitales con fines de ocio durante los días laborales, mientras en los fines de semana este porcentaje se eleva al 72,7%. Sin embargo en los resultados del HBSC se pueden observar sensibles diferencias de género que además se agudizan en 2006 con respecto a 2002 (Ver **Figura 23**). Dichas diferencias entre sexos son mayores en los grupos de mayor edad, especialmente en el grupo de 17-18 años donde el porcentaje de los chicos que utilizan el ordenador y otras tecnologías digitales supera en 37 puntos porcentuales al porcentaje de chicas. Aunque estas diferencias van reduciéndose al disminuir la edad, continúan siendo significativas, ver como ejemplo los datos referidos al grupo de 15-16 años que muestra la **Figura 24**. Estas diferencias de género se mantienen en todos los grupos de edad. Cuando se analizan los datos según el poder adquisitivo de las familias del alumnado estudiado se observa una mayor incidencia de uso en las familias con mayores ingresos. Así mismo se observa un mayor porcentaje de población que utiliza el ordenador entre quienes residen en un hábitat urbano en comparación con quienes residen en el medio rural, aunque en este caso las diferencias son menores.

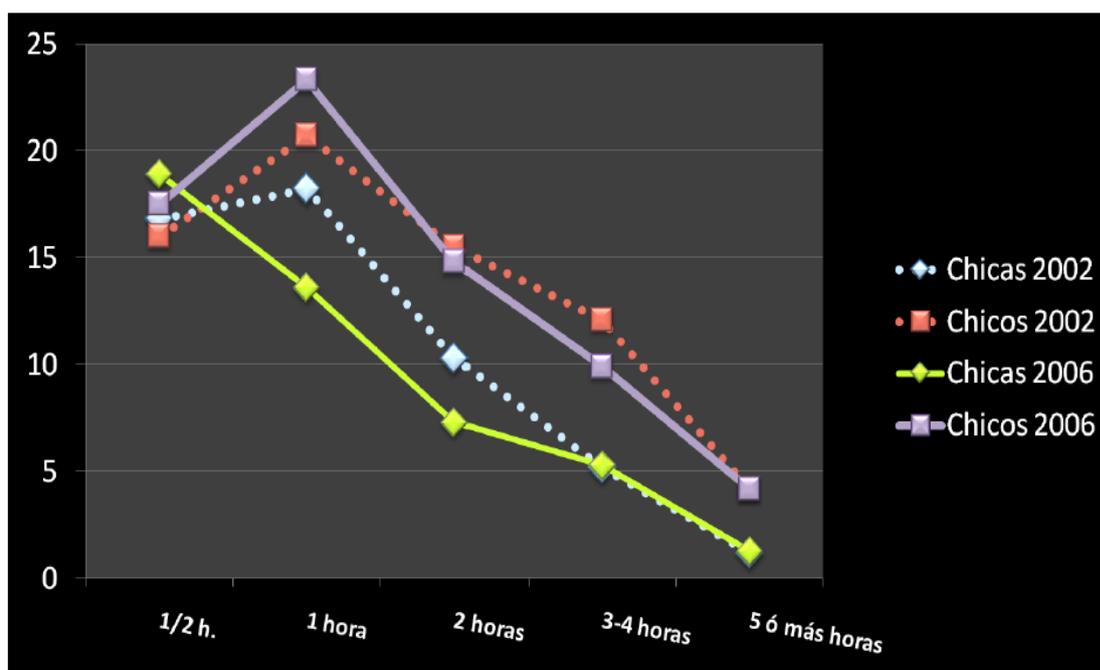
En este mismo estudio destacan igualmente muy marcadas diferencias entre sexos en los porcentajes de población de 11 a 18 años que afirma utilizar el ordenador u otras tecnologías digitales con fines de ocio durante el fin de semana. Estas diferencias patentes en 2002, se mantienen en 2006 (Ver **Figura 25**), e incluso se incrementan en el grupo de menor edad (Ver **Figura 26**).

Figura 23. Diferencias por sexo en el tiempo diario dedicado a jugar/chatear con el ordenador o jugar con otras tecnologías digitales los días laborales, en porcentajes de población de 11 a 18 años (Comparación: 2002 - 2006).



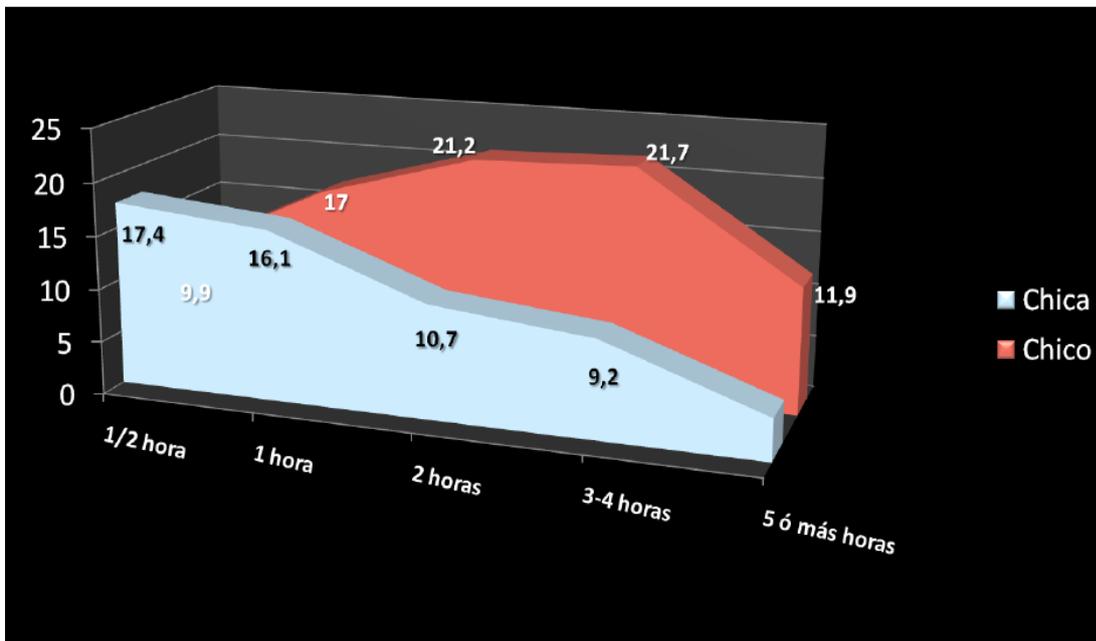
Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 24. Diferencias por sexo en el tiempo diario dedicado a jugar/chatear con el ordenador o jugar con otras tecnologías digitales durante los días laborales, en porcentaje de población de 15 -16 años (Comparación: 2002 - 2006)



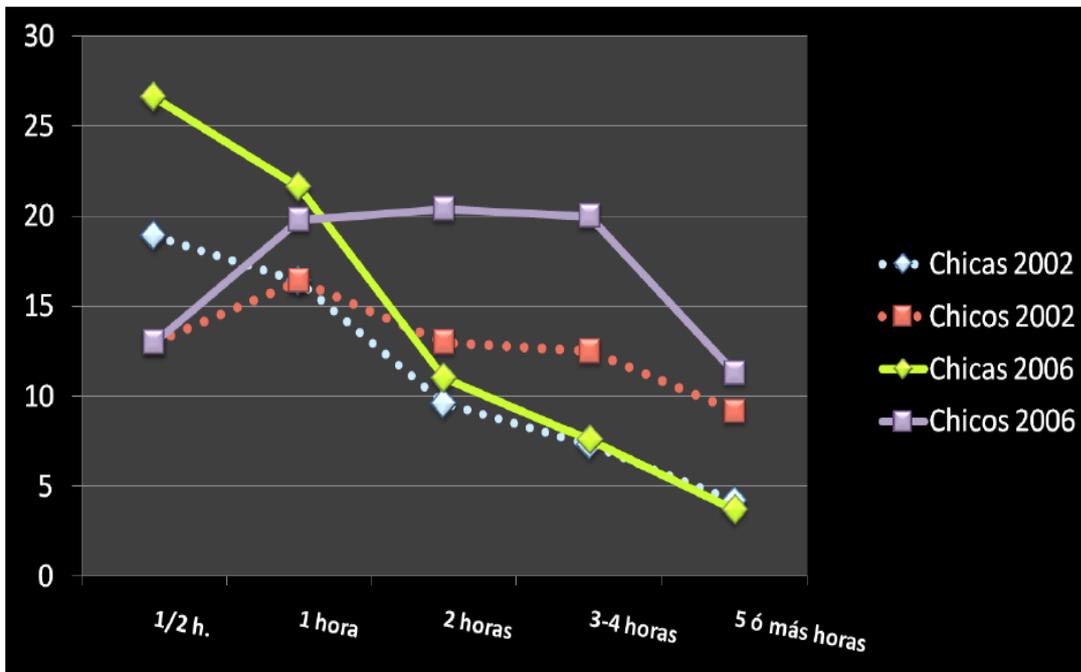
Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Figura 25. Diferencias por sexo y grupo de edad en el tiempo diario dedicado a jugar/chatear con el ordenador o jugar con otras tecnologías digitales los fines de semana, en porcentaje de población de 11-18 años (2006).



Fuente: Moreno et al., 2008. Informe HBSC.

Figura 26. Diferencias por sexo en el tiempo diario dedicado a jugar/chatear con el ordenador o jugar con otras tecnologías digitales los fines de semana, en porcentaje de población de población de 11-12 años (Comparación: 2002 - 2006).



Fuente: Moreno et al., 2002 y 2008. Informe HBSC.

Entre las actividades de ocio facilitadas por las TIC, merecen una mención específica los cauces y redes sociales disponibles en Internet para el ocio y el contacto social. Se trata de recursos que facilitan múltiples oportunidades de integración para compartir el ocio, ya sea entre el grupo de amigos o con personas desconocidas, a través de distintas opciones de comunicación (chats, foros, portales especializados, videojuegos, etc.). Las relaciones sociales que permiten estas redes tienen bastante de juego que va imbricándose con la realidad hasta ser parte de ella, proporcionando visibilidad y posibilidad de expresión personal, de contacto y encuentro, de cambio de impresiones, de amistad, ligue o posibilidad de asociación (Facebook, My space, Tuenti, Second Life, etc.).

En un estudio impulsado por el INJUVE y realizado con muestras representativas de población entre 15 y 25 años de las Comunidades Autónomas de Andalucía y Madrid (Rubio Gil, 2009), puede observarse que la utilización de estos espacios web y redes por parte de adolescentes y jóvenes es muy elevada (Ver **Tabla 2**).

Tabla 2. Frecuencia de utilización de distintas opciones de interacción disponibles en Internet, en porcentajes de población de 15 a 25 años, residente en las Comunidades Autónomas de Andalucía y Madrid.

	15 – 18 AÑOS			19 – 25 AÑOS			Total
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	
Redes sociales	41,4	28,9	29,8	52,1	18,6	29,3	48,7
Blogs	36,3	34,8	28,9	29,2	41,2	29,6	31,4
Chats foros	19,0	51,2	29,8	13,2	54,7	32,2	15,0
Juegos	16,4	24,1	59,5	6,6	20,2	73,1	9,7
Portales contactos encuentros	1,5	18,2	80,4	1,4	15,6	83,0	1,4

Fuente: Rubio Gil, 2009.

Según el estudio realizado por la Asociación Europea de Publicidad Interactiva y ya mencionado anteriormente (European Interactive Advertising Association, 2008), el 82% de los y las jóvenes entre 16 y 24 años que reside en España, usa Internet entre 5 y 7 días a la semana, mientras que sólo el 77% ve la televisión regularmente, esto significa un descenso del 5% respecto a los

datos observados por el mismo estudio el año anterior. Los y las jóvenes también pasan un 10% más de tiempo navegando en Internet que frente al televisor y casi la mitad (48%) declaran que su consumo de televisión se ha visto reducido como resultado directo del uso de Internet. Esta población dedica un 22% más de su tiempo navegando en Internet que viendo la TV.

En general se puede concluir que el uso de las TIC por parte de jóvenes y adolescentes con finalidades de ocio es masivo y va rápidamente en aumento en todos los grupos considerados por criterios de edad, hábitat de residencia y poder adquisitivo familiar. Sin embargo en este terreno se observan sensibles diferencias de género que no parecen disminuir entre los grupos más jóvenes de población.

### 5.2.3.1.5. Actividad física y deporte

La práctica deportiva y la actividad física durante el tiempo de ocio en general también están experimentando cambios relevantes.

A través de todos los estudios disponibles se aprecia que durante la adolescencia y la juventud, la población española pasa más tiempo libre mirando la televisión o jugando al ordenador que haciendo deporte o algún otro tipo de actividad física enérgica y mantenida, hecho preocupante si se considera la estrecha relación existente entre los hábitos sedentarios, el consumo energético y la aparición o no de problemas de obesidad desde edades tempranas (Robinson & Killen, 1995; Sánchez Bayle et al., 1998; Serra Majem et al., 2001; Roman Viñas et al., 2006).

A pesar de ello, alrededor de la mitad (51%) de las personas de entre 15 y 29 años consultadas por en el sondeo del INJUVE realizado en 2008 afirma tener un buen estado de forma física. Un 8% dice disfrutar de un excelente estado de forma y un 30% declara tenerlo aceptable, mientras un 10% considera que su estado físico es regular o malo.

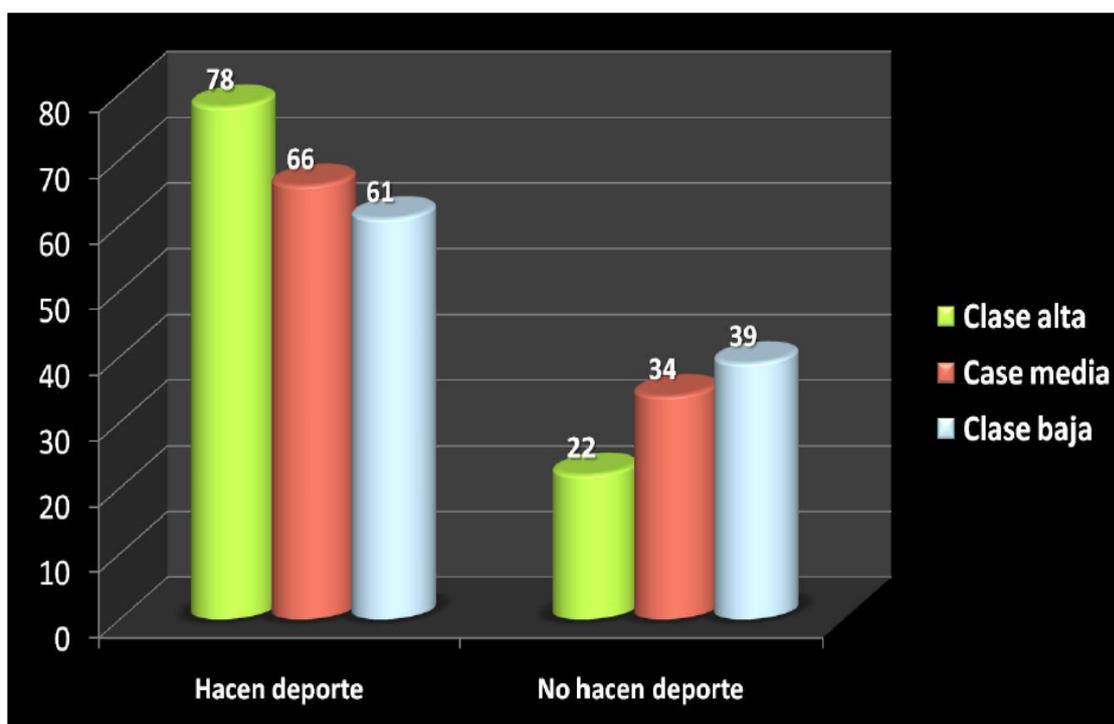
En este aspecto se observan sensibles diferencias por sexos. Los chicos de entre 15 y 29 años afirman gozar de mejor forma física que las chicas: mientras que en torno a dos tercios de los varones (64%) consideran su estado de forma bueno o excelente, en el caso de las chicas esta valoración baja hasta el 53%.

En los datos sobre actividad física aportados por el INJUVE para 2007 se observa que para la población de 15 a 29 años, la práctica deportiva como actividad practicada durante el tiempo libre ha pasado de estar entre las diez actividades realizadas con mayor frecuencia hasta 1999 a desaparecer de este listado en los años posteriores. Habiéndose reducido en más de cinco puntos

porcentuales entre 2002 y 2007, año en que el porcentaje de jóvenes que realizan prácticas deportivas durante su tiempo libre ha bajado hasta el 53,6%.

En el sondeo sobre salud y actividad física del INJUVE para 2008, se observa que el 66% de la población española entre 15 y 29 años dice realizar algún tipo de ejercicio físico, frente al resto que no practica actividad o deporte alguno. La práctica deportiva se encuentra mucho más extendida entre los varones (76%) que entre las mujeres (55%); y se produce en mayor medida entre los grupos más jóvenes (15-17 años), tendiendo a descender con la edad. La clase social de pertenencia muestra una relación directa con la práctica deportiva: a mayor nivel socioeconómico, mayor número de jóvenes declaran realizar algún tipo de deporte (Ver **Figura 27**).

Figura 27. Porcentajes de población entre 15 y 25 años que realiza algún tipo de práctica deportiva, según clase social.



Fuente: Fuente: Instituto de la Juventud, EJ132.

El informe de 2008 del INJUVE indica que tanto varones como mujeres de todos los grupos de edad, desearían hacer más ejercicio del que efectivamente realizan. Quienes están más satisfechos con el grado de ejercicio que realizan son los varones jóvenes y las más insatisfechas, las mujeres jóvenes (Ver **Tabla 4**).

Tabla 4. Porcentaje de población entre 16 y 34 años que percibe realizar todo el ejercicio físico deseable, presentados por sexo y edad.

		SÍ	NO
<b>Ambos sexos</b>	<b>Total</b>	<b>39,91</b>	<b>60,09</b>
	<b>16-24 años</b>	<b>42,13</b>	<b>57,87</b>
	<b>25-34 años</b>	<b>34,18</b>	<b>65,82</b>
<b>Varones</b>	<b>Total</b>	<b>43,82</b>	<b>58,18</b>
	<b>16-24 años</b>	<b>52,54</b>	<b>47,46</b>
	<b>25-34 años</b>	<b>40,19</b>	<b>59,81</b>
<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>36,15</b>	<b>63,85</b>
	<b>16-24 años</b>	<b>31,08</b>	<b>68,92</b>
	<b>25-34 años</b>	<b>27,73</b>	<b>72,27</b>

Fuente: Comas D. Instituto de la Juventud . Informe 2008 Juventud en España. Estado de salud de la juventud. Tomo 3.

Estos datos se complementan con los resultados de un estudio reciente sobre actividad física desarrollada durante el tiempo libre por parte de la población infantil y juvenil española (entre de 2 a 24 años de edad). En él puede observarse que alrededor del 70% de esta población no realiza actividad física alguna de forma regular durante su tiempo libre, y este hecho es especialmente notorio entre las chicas. Con la edad, se produce un aumento de la actividad física como actividad de ocio que alcanza sus niveles máximos entre los 10 y los 13 años, y a partir de entonces disminuye su práctica, sin superar en ningún caso la hora diaria de ejercicio. El 39% de los chicos y el 21% de las chicas practican actividad física dos o más días a la semana. El 47% no practica ejercicio físico alguno en su tiempo libre y el 23% lo practica menos de 2 veces a la semana, y en las chicas estos porcentajes aumentan al 58 y al 22%, respectivamente. Un nivel socioeconómico alto y un nivel alto de estudios por parte de la madre influyen positivamente en el grado de actividad física de esta población (Roman Viñas et al., 2006). Estos resultados concuerdan con los obtenidos por estudios similares realizados anteriormente en nuestro país (Sánchez Bayle et al., 1998).

Los datos del HBSC aportan información sobre ejercicio físico semanal realizado por la población de 11 a 18 años, incluyendo el realizado dentro del horario escolar. En este marco el número medio de días a la semana que los y las adolescentes realizan al menos 60 minutos de actividad física moderada-vigorosa es de 3,81. Sin embargo, también en este caso puede observarse que las chicas realizan actividad física moderada-vigorosa menos días a la semana que los chicos (3,46 frente a 4,21). La actividad física es algo mayor en los y las

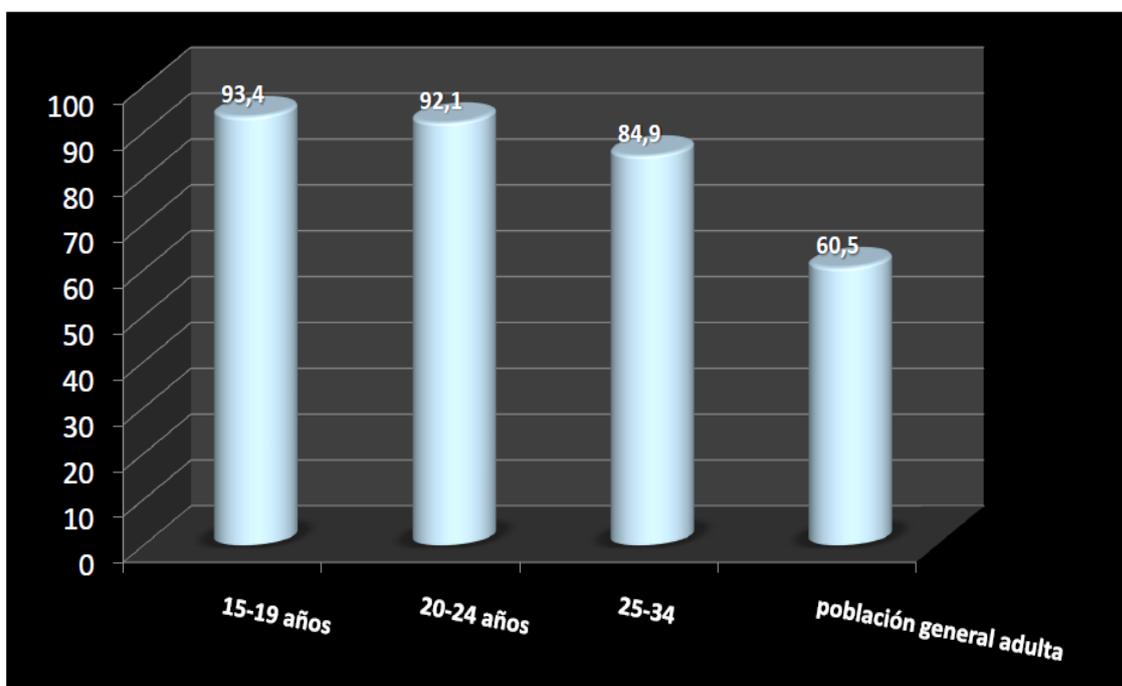
adolescentes de familias con mayor poder adquisitivo y la conducta sedentaria, algo menor. En el HBSC, y en comparación con 2002 se observa una tendencia al aumento de la actividad física en los chicos y chicas de 11-12 años. Este aumento aparece más ligado al entorno rural y a los centros educativos públicos. En cuanto a la conducta sedentaria, se observa un descenso en el 2006 distribuido homogéneamente en función de las distintas variables sociodemográficas consideradas.

Los estudios comentados permiten observar sensibles diferencias de género y clase socioeconómica de pertenencia, es decir, tanto las mujeres como los grupos sociales menos favorecidos, en todas las edades, desarrollan menor actividad física como parte de sus actividades de ocio.

### 5.2.3.1.6. Cine y ocio

Como se ha visto en el apartado dedicado a los hábitos televisivos, el interés por las películas se mantiene elevado. Este hecho lo corroboran los resultados del estudio sobre hábitos y prácticas culturales (Ministerio de Cultura y Fundación Autor, 2005), donde puede observarse que más del 90% de jóvenes entre 15 y 24 años declara ver cine como práctica de ocio, cifra muy superior a la observable en el mismo estudio por la población general adulta (Ver **Figura 28**).

Figura 28. Visionado de películas cinematográficas como práctica de ocio, en porcentajes según grupos de edad (2005).



Fuente: Ministerio de Cultura y Fundación Autor, 2005.

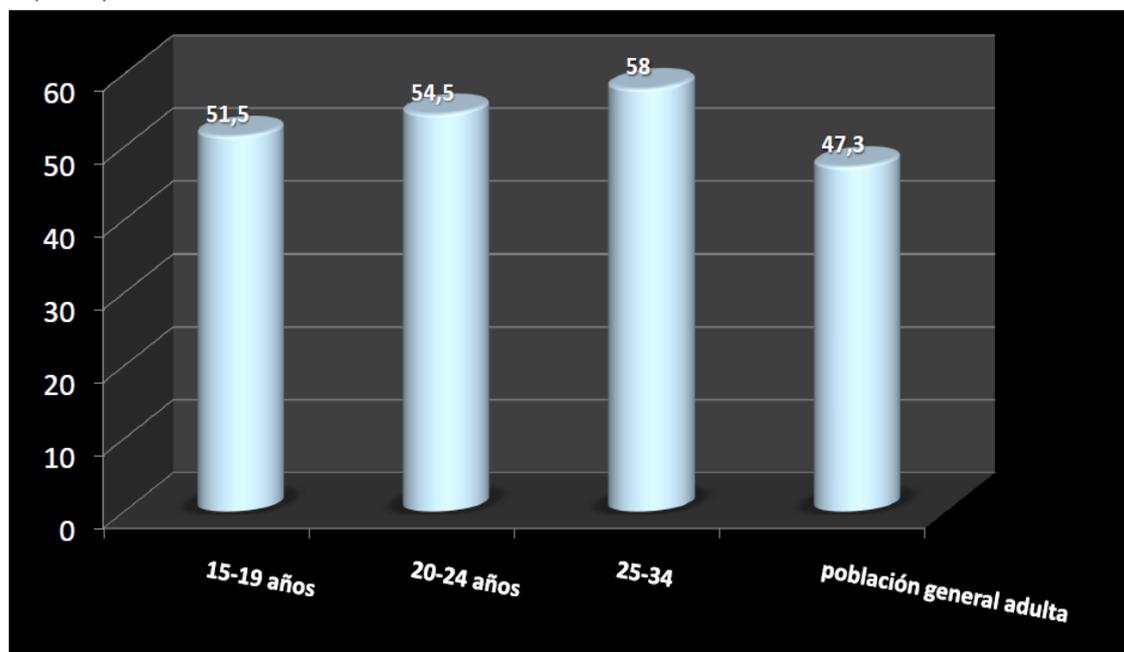
A pesar de este alto interés de los y las jóvenes por el cine, en los datos de INJUVE, puede observarse que en los últimos diez años, ha disminuido sensiblemente el número de jóvenes que afirman ir al cine. Concretamente desde 2004 hasta 2007, el porcentaje que mantiene esta práctica de ocio ha pasado del 77% al 61%.

El precio de las localidades en las salas comerciales, la posibilidad de visualizar películas a través de Internet y la creciente disponibilidad de tecnología que permite la visualización de 'cine en casa', podrían ser las razones que subyacen como explicación de este cambio.

### 5.2.3.1.7 Lectura como actividad de ocio

En sintonía con lo revisado hasta aquí, en los resultados del estudio sobre hábitos y prácticas culturales (Ministerio de Cultura y Fundación Autor, 2005), algo más de la mitad de los y las jóvenes de entre 15 y 24 declara leer libros con más o menos asiduidad, siendo más habitual la práctica de la lectura entre la población de 15 a 34 años de edad, que en el global de la población española de 15 años o más (Ver **Figura 29**).

Figura 29. Lectura de libros como práctica de ocio, en porcentajes según grupos de edad (2005).



Fuente: Ministerio de Cultura y Fundación Autor, 2005.

Así, puede decirse que contrariamente a tópicos poco documentados, los y las jóvenes leen más que la población adulta. También existen diferencias

entre la práctica de la lectura entre estos grupos de menor edad. Leer es más frecuente en los grupos de edad de 25 a 34 años y de 35 a 44, con una frecuencia cinco puntos porcentuales por encima del grupo de menor edad (15 a 19 años). Además, quienes leen lo hacen con cierta frecuencia. La mayoría de los jóvenes que han leído libros en el último año lo han hecho también durante el último trimestre. Así, la frecuencia también aumenta con la edad. A pesar de estos datos positivos, se puede observar que un sector importante de población (casi el 50%) no lee nunca o lo hace raramente, siendo los y las adolescentes quienes menos practican la lectura como parte de sus actividades de ocio.

Estos datos se complementan con los recogidos por el INJUVE en 2007, donde se puede observar que desde 2004 ha disminuido la lectura de prensa y de libros en papel (doce y seis puntos respectivamente).

En la en la ya citada encuesta del Ministerio de Cultura y la Fundación Autor, y en consonancia con el resto de datos presentados hasta aquí en la presente revisión, el 70% de adolescentes y jóvenes de entre 15 y 19 años prefieren las actividades de ocio que se desarrollan fuera de casa. Con el incremento de la edad, esta preferencia va disminuyendo moderadamente a favor del espacio doméstico, de forma que entre los 20 y los 24 años, aunque la opción mayoritaria sigue siendo practicar las actividades de ocio fuera de casa, los y las jóvenes empiecen a repartir su interés entre ambas posibilidades (60%). Este hecho, junto a la posibilidad de acceder a la prensa desde Internet y la irrupción de la lectura electrónica podrían explicar el descenso del consumo clásico de lectura.

La profusión de nuevos soportes y la creciente dispersión de las prácticas lectoras sugieren la necesidad de redefinir la lectura desde su doble dimensión cualitativa y cuantitativa, lo que aportaría una concepción diferente de lo leíble así como una nueva medición de lo leído (Marina, 2005).

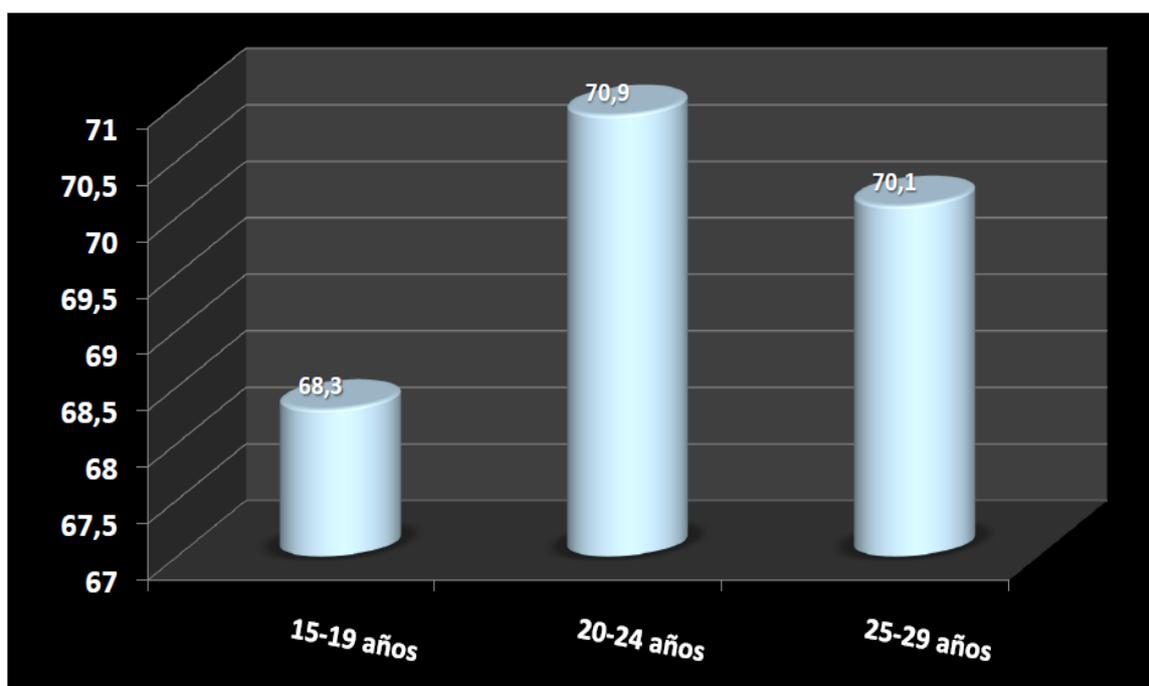
### **5.2.3.1.8. Ir de compras**

Según los datos recogidos por INJUVE en 2007, el 69,9% de la población entre 15 y 29 años declara “ir de compras como una actividad de ocio”, y aunque dicha práctica es más prevalente a partir de los 20 años de edad, roza el 70% en todos los grupos de edad, incluidos los y las adolescentes (ver **Figura 30**).

A pesar de que estos datos indican la importancia y dimensión que la conducta de ir de compras como actividad de ocio parece tener para adolescentes y jóvenes, no existen estudios que analicen en profundidad esta realidad. Algunos ensayos recientes sí se han aproximado a su significado (Alonso, 1992; Alonso & Juste, 1991; Alonso & Conde, 1997; Alonso, 2006) señalando cómo el mercado se ocupa de promover potentes relaciones emocionales entre realidades aparentemente distantes como son: consumo, ocio y juego. Esta promoción se hace mediante estrategias de publicidad y promoción cada vez más sofisticadas, entre las que se encuentra la oferta de centros

comerciales que, en lugar de cumplir con una función estrictamente comercial, conforman espacios lúdicos que por sus características y escenografía promueven una importante fascinación asociada al acto mismo de comprar, convirtiéndose en espacios capaces de unificar la diversidad social a la vez que fragmentan lo masivo en particular, disponiendo de ofertas para cada público, de manera que todo vale si entra en el canal comercial.

Figura 30. "Ir de compras" como práctica de ocio, en porcentajes según grupos de edad (2007).



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ124.

Los datos sobre consumo recogidos por el IJE 2008 corroboran que los y las adolescentes y jóvenes constituyen actualmente un colectivo que idealiza y – siempre que puede– practica el consumo tanto como forma de realización personal como de relación social, en mayor medida que otros grupos de mayor edad y más poder adquisitivo. Así, el mercado ha conseguido apropiarse del necesario proceso de identificación y autoconstrucción natural de adolescencia, mediante la oferta amplia y diversificada de “marcas de pertenencia” que actúan como códigos o etiquetas de los distintos estilos de vida y prácticas de ocio juveniles, y que, prácticamente sin excepción, implican un incremento del gasto.

La contradicción entre la precariedad económica en la que viven los grupos de menor edad y el imperativo de elección que imponen los etiquetajes y la moda, frente a criterios objetivos de diversión, necesidad o comodidad, sólo puede entenderse por la presión ejercida por el mercado.

Así, el consumo, eje económico de la postmodernidad, no sólo afecta a casi todas las actividades de ocio juvenil, sino que se constituye en sí mismo como una de las más prevalentes.

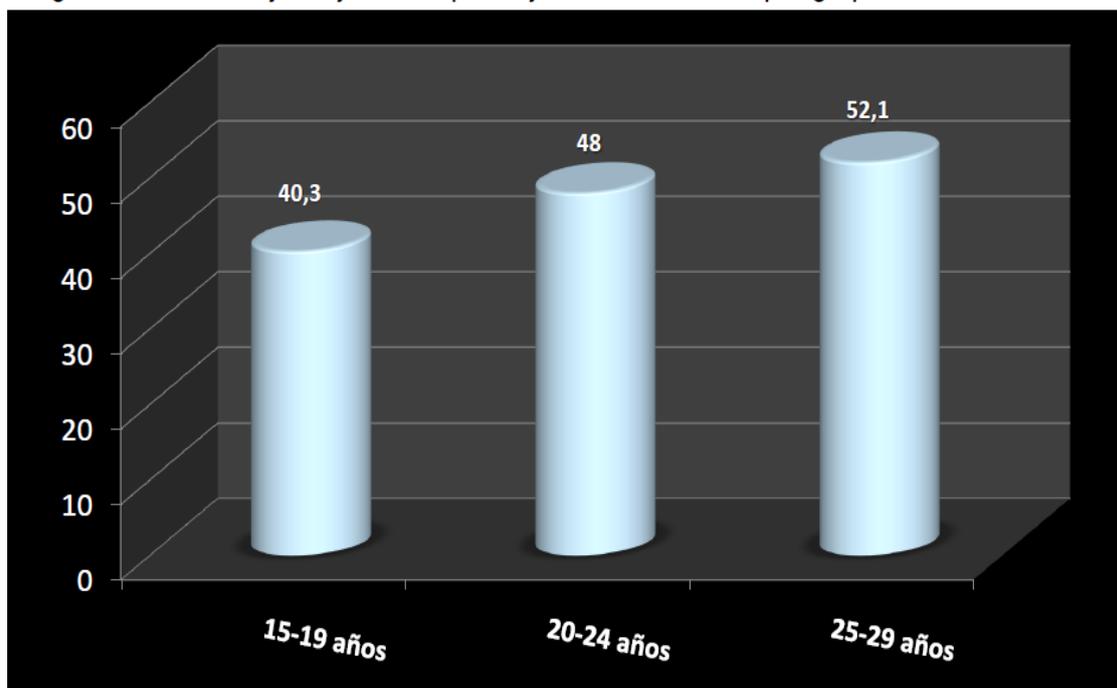
### 5.2.3.1.8 Viajar

Según los datos recogidos por el INJUVE, y al igual que sucede con otras prácticas de ocio que implican un desembolso considerable, los viajes como actividad realizada durante el tiempo libre también han descendido entre 2004 y 2007, pasando de ser una actividad mencionada por el 57% de la población entre 15 y 29 años a reducirse al 48% en este último año. Al mismo tiempo “viajar” aparece como la cuarta actividad más deseada en el listado de actividades de ocio preferidas.

El ya citado descenso del poder adquisitivo de los y las jóvenes, en los últimos años, podría explicar esta aparente contradicción.

Con todo, viajar constituye una actividad de ocio realizada por un sector importante de los y las jóvenes, y su práctica, aumenta con la edad (Ver **Figura 31**)

Figura 31. Porcentaje de jóvenes que viajan habitualmente, por grupos de edad.



Fuente: Instituto de la Juventud, EJ 124.

### 5.2.3.2 **Práctica versus deseos**

A partir de los datos recogidos por el INJUVE, desde 2004 se observa un incremento considerable del número de actividades de ocio que adolescentes y jóvenes desean y no pueden llevar a cabo. En 2007 a diferencia de lo que

sucedía en años anteriores, los y las jóvenes señalan sensibles diferencias entre las actividades de ocio que realizan y las que más desean (Ver **Tabla 5**).

Tabla 5. Comparación entre actividades de ocio realizadas y actividades que más gustan, al grupo de 15 a 29 años, presentadas por orden de frecuencia informada (2007).

Orden de realización	Práctica habitual	%	Orden de preferencia	Lo que más gusta	%
1	Escuchar música	92,3	1	Salir-Reunirse con amigos	97,9
2	Salir-Reunirse con amigos	91,9	2	Escuchar música	95,2
3	Ver TV	88,2	3	Viajar	91,4
4	Usar el ordenador	73,6	4	Ver TV	89,8
5	Oír la radio	70,0	5	Estar con la pareja	88,3
6	Ir de compras	69,9	6	Ir al cine	85,1
7	Estar con mi pareja	69,6	7	Descansar /no hacer nada	84,3
8	Leer periódicos / revistas	67,7	8	Oír la radio	80,9
9	Descansar / no hacer nada	63,8	9	Leer periódicos / revistas	80,0
10	Ir al cine	61,4	10	Usar el ordenador / Hacer deporte / Ir de excursión	74,6
Edad	15-29		Edad	15-29	

Fuente: Instituto de la Juventud, EJ124.

Estas diferencias se hacen patentes en todo el grupo de 15 a 29 años, pero son más destacables en el grupo de 15 a 19 años, donde aparecen cuatro actividades preferidas que sin embargo no se hallan entre las diez más practicadas: viajar, ir a conciertos, hacer deporte, e ir de excursión (Ver **Tabla 6**).

Es posible que estas diferencias entre las actividades realizadas y las más deseadas pueda ser debida a una creciente diversificación en la demanda de ciertas actividades junto a una paulatina pérdida de poder adquisitivo dado que, como ya se ha visto, si bien ha aumentado el dinero relativo disponible para ocio, es plausible que no lo haya hecho de forma paralela a la inflación, aspecto cuya verificación requeriría un estudio económico que va más allá de los objetivos de la presente revisión.

Tabla 6. Comparación entre actividades de ocio realizadas y actividades que más gustan, al grupo de 15 a 19 años, presentadas por orden de frecuencia informada (2007).

Orden de realización	Práctica habitual	%	Orden de preferencia	Lo que más gusta	%
1	Reunirse con amigos	95,8	1	Reunirse con amigos	98,4
2	Escuchar música	93,2	2	Escuchar música	97,4
3	Ver TV	91,7	3	Ver TV	93,8
4	Usar el ordenador	82,9	4	Usar el ordenador	88,8
5	Descansar / no hacer nada	81,0	5	Viajar	85,2
6	Ir de compras	68,3	6	Ir al cine	82,9
7	Estar con mi pareja	66,0	7	Descansar /no hacer nada	81,0
8	Jugar con videojuegos, consolas, etc.	61,3	8	Ir a conciertos	77,9
9	Ir al cine	59,5	9	Hacer deporte	75,3
10	Oír la radio	59,0	10	Ir de excursión	72,7
Edad	15-19		Edad	15-19	

Fuente: Instituto de la Juventud, EJ124.

Se observa (INJUVE, 2001) que las actividades de ocio consideradas por los y las jóvenes como generadoras de mayor gasto, son, por orden de importancia:

- Salir.
- Ir al cine.
- Comprar ropa, libros y música.

Es posible que estas diferencias entre las actividades realizadas y las más deseadas pueda ser debida a una creciente diversificación en la demanda de ciertas actividades junto a una paulatina pérdida de poder adquisitivo dado que, como ya se ha visto, si bien ha aumentado el dinero relativo disponible para ocio, es plausible que no lo haya hecho de forma paralela a la inflación, aspecto cuya verificación requeriría un estudio económico que va más allá de los objetivos de la presente revisión.

También, de acuerdo a estos datos de 2001, la falta de tiempo podría ser otro factor que dificultaría la aspiración de viajar, en especial para los grupos de mayor edad.

## 5.2.4 Necesidades percibidas en relación a los recursos de ocio

Los y las jóvenes identificados con las diversas *culturas* existentes en cada momento, necesitan estar presentes en las calles, tanto para "marcar" los límites de sus dominios, como para mostrar sus signos de identidad. Pero en las ciudades la geografía urbana generalmente está organizada para circular más que para estar. Los barrios tal vez sean deficitarios de parques, plazas u otros espacios al aire libre, donde grupos juveniles diversos, puedan coexistir manteniendo las distancias necesarias para evitar roces, tanto físicos como emocionales, en los que se generan las tensiones que pueden terminar concluyendo en conflictos (Instituto de la Juventud, 2000).

Según un estudio cualitativo reciente (Zesar Martínez et al., 2000), entre las características fundamentales que debe reunir la oferta de ocio, los y las adolescentes subrayan que estas ofertas deben responder al aspecto lúdico y la posibilidad de realizar libremente actividades que ofrezcan placer y disfrute.

En este marco, la escasez de alternativas a las ofertas de ocio mercantilizado y la sensación de rutina, aburrimiento, o de presión a consumir, que cada vez más detectan sectores considerables de jóvenes en las actividades al uso, hacen que estos y estas jóvenes busquen y reclamen apoyo para contar con opciones que faciliten otro tipo de ocio menos pautado (Arbex, 2003; Calafat et al., 2004).

Según el INJUVE (Instituto de la Juventud, 2000), las insuficiencias en relación a la disponibilidad de espacios públicos de encuentro de acceso gratuito o al margen de las ofertas comerciales dibujan una situación que esencialmente puede resumirse como sigue:

- Tanto en áreas rurales como urbanas, no existen suficientes lugares de encuentro disponibles para la juventud, que sean gratuitos y estén bien acondicionados.
- Los locales públicos destinados a los y las jóvenes, suelen tener una inadecuada concepción del espacio, que dificulta las reuniones concurridas y el ejercicio de las actividades de relación y de expresión.
- El precio que tiene la entrada a los locales disponibles donde se bebe, se oye música y/o se baila, no está al alcance de los y las adolescentes ni de los y las más jóvenes.
- Las actuales carencias de espacios –“*apropiados para*” y “*apropiables por*” jóvenes- tienen mucho que ver con los comportamientos agresivos, etnocéntricos e intolerantes que están surgiendo en la vía pública.

De acuerdo a los datos recogidos por el INJUVE (Instituto de la Juventud, 2000), las infraestructuras o equipamientos más demandados por los y las jóvenes en este aspecto son espacios cubiertos que sirvan para usos

comunicativos (charlar, estar juntos). Esta demanda constituye la necesidad más importante para muchas personas jóvenes. Sobre todo si sus edades están comprendidas entre los 14 y los 17 años.

En este apartado resulta interesante mencionar las diferencias observables entre las necesidades percibidas por parte de adolescentes-jóvenes y responsables políticos. En un estudio realizado para evaluar las necesidades de ocio percibidas en municipios de la provincia de Barcelona de diferente extensión demográfica y diversas características sociológicas (Núñez, 2000), la población entre 13 y 18 años demanda nuevas propuestas y oportunidades recreativo-culturales en el ámbito del ocio, señalando las siguientes necesidades:

- En cuanto a espacios: centros juveniles, centros de esparcimiento, ludotecas, recursos extraescolares y en general espacios que les faciliten poder pasar el rato y promuevan el enriquecimiento personal y las relaciones con sus iguales. El estudio señala que estos espacios no existen, dado que la oferta existente es percibida como controlada por adultos, o se trata de espacios en la calles.
- En cuanto a actividades: consideran que no están cubiertas sus necesidades de actividades musicales y artísticas, como tampoco lo están, en menor grado, las actividades culturales y de vacaciones.
- En cuanto a equipamientos: demandan equipamientos culturales, en especial teatros, bibliotecas y cines.

Mientras, los y las responsables de la política municipal en los ámbitos que conciernen a la infancia y juventud de las mismas poblaciones, creen que lo que más necesitan adolescentes y jóvenes en relación al ocio son actividades de tiempo libre con el fin de ocuparlo.

En general las opiniones de adolescentes y jóvenes coinciden con lo expresado –en otros términos– por el Foro “La Sociedad Ante las drogas” cuando señala la falta de políticas públicas relacionadas con la promoción del ocio. Un déficit que, en el contexto del siglo XXI equivaldría, por ejemplo, a dejar al sistema educativo al albur de la iniciativa privada, sin una regulación que lo ordenara (Foro “La Sociedad Ante las drogas” -Grupo de Trabajo “Juventud” (s/f).

### **5.2.5 Riesgo y ocio**

Frecuentemente, la noción de riesgo asociada a la adolescencia y juventud –especialmente la profusamente difundida por los medios de comunicación– se basa más en prejuicios culturales, que en datos basados en la evidencia. Hay que tener en cuenta que en cada contexto social los riesgos

percibidos varían y, en cada caso, se tiende a destacar determinados riesgos mientras se minimizan o ignoran otros (Camacho et al., 2001).

En general, y como señala Domingo Comas, al hablar de riesgos se hace desde un discurso social que combina riesgos verdaderos con fantasías más o menos bien elaboradas: justo lo necesario para manejar la idea de peligro, asociarla a la transgresión, incitar a los jóvenes a transgredir y, al mismo tiempo, controlar su comportamiento. En realidad, el verdadero riesgo, la verdadera transgresión, es no participar en el fin de semana, participar de manera continua en actividades alternativas. No salir el fin de semana es en la actualidad tan revelador de un desajuste ideológico como no ir a misa en 1940, y muy pocos jóvenes escapan de ese mecanismo perverso de control social (Comas, 2001<sup>a</sup>).

Esta tendencia a enfatizar los aspectos “problemáticos” asociados a la práctica del ocio durante la adolescencia y la temprana juventud, puede observarse también en la literatura científica dedicada al estudio del ocio juvenil, donde más que enfoques positivos prevalece el énfasis en aspectos de “desviación”, “riesgo”, “provocación” o “problemática”. Este no es el enfoque del presente trabajo, que dedica la parte más importante del informe a revisar la información proporcionada por la propia población objeto de estudio sobre comportamientos, aspiraciones y necesidades percibidas en relación al ocio.

Sin embargo, y analizado desde una perspectiva de salud pública, existen algunas conductas relacionadas con el ocio que –objetivamente– conllevan un incremento de la probabilidad de exposición a situaciones vitales indeseadas, pueden ir en detrimento de las potencialidades personales, o pueden elevar la probabilidad de sufrir incapacidad, enfermedad o mortalidad prematura.

Como sucede en otros ámbitos, las conductas relacionadas con el ocio son el resultado de la interacción de múltiples factores de carácter psicológico, familiar, económico, social y cultural, entre otros. Y es en este complejo contexto donde aparecen, algunas veces y de forma experimental, ciertas conductas de riesgo vinculadas al ejercicio del ocio. En el contexto lúdico, la percepción de peligro en relación a estas situaciones puede disminuir debido a la presencia y asistencia del grupo de referencia (Camacho et al., 2001). Se trata de comportamientos que, si bien objetivamente conllevan potenciales consecuencias negativas para la salud, la seguridad o el desarrollo personal, los y las adolescentes asocian con atributos positivos. En general, son conductas que forman parte del proceso de exploración propio de la etapa evolutiva correspondiente a la adolescencia y por ello, tienden a desaparecer espontáneamente con el crecimiento, de forma que en la mayoría de casos, no pasan de la simple experimentación (Small & Luster, 1994; Siegel & Driscoll, 1996; Gamella et al., 1997; Gullone E & Moore, 2000; Zuckerman & Kuhlman, 2000; Camacho et al., 2001; Buzi et al., 2003; Friedrich et al., 2004; Calafat et al., 2009).

Sin embargo, las actitudes, creencias y valores que se adoptan en momentos evolutivos tempranos, en algunos casos –en los que confluye la presencia de distintos factores facilitadores, ya sean de carácter personal,

familiar y/o del entorno– pueden pasar a instaurarse como parte del estilo de vida de etapas vitales posteriores y, por tanto conllevan consecuencias potencialmente negativas –de mayor o menor envergadura– a corto, medio o largo plazo. En este marco, el riesgo asumido durante la adolescencia y la temprana juventud que puede desarrollarse en contextos de ocio, además de ser en sí mismo relevante, conlleva la posibilidad de que las conductas o situaciones de riesgo que se producen en edades tempranas, incrementen la probabilidad de exposición a:

- Daños a corto plazo: por ejemplo discapacidad o mortalidad prematura relacionada con accidentes de tráfico en los que interviene el consumo de alcohol y/u otras drogas.
- Situaciones vitales no pretendidas: por ejemplo sufrir una intoxicación aguda por ingesta desmedida de alcohol o consumo de otras drogas; involucrarse en un episodio de violencia no pretendido; o tener que afrontar un embarazo no deseado.
- Desarrollo de problemas de salud o dependencia a medio o largo plazo: por ejemplo un problema de adicción al alcohol u otras drogas, o alguna enfermedad relacionada con el abuso de drogas.

Cualquiera de estas situaciones puede afectar, disminuir o poner en peligro a corto, medio o largo plazo, tanto las potencialidades de una persona, como su bienestar y su salud, así como dañar o perjudicar a quienes tiene a su alrededor.

Entre los riesgos más prevalentes destacan, por su impacto en la morbilidad y mortalidad de los grupos más jóvenes, determinadas conductas potencialmente asociadas al ocio y en especial al ocio nocturno, como pueden ser: el consumo de drogas y la accidentabilidad vial relacionada con dicho consumo, así como la incidencia de relaciones sexuales de riesgo.

Otros riesgos potenciales sobre los que hay menos evidencia y de los que todavía se conoce poco en cuanto a su prevalencia e impacto, son los riesgos atribuibles al uso inadecuado o abusivo de las TIC, como por ejemplo: adicción, exposición a imágenes pornográficas, contacto con personas con patologías mentales (perversiones sexuales y otros problemas mentales); exposición a valores sexistas y machistas; exposición a ideologías basadas en la violencia (sitios web con contenidos que ensalzan o promueven la violencia); visión sesgada de la sexualidad (entendida únicamente como placer o como mercancía), etc.

#### **5.2.4.1. Ocio y consumo potencial de drogas**

Las actitudes y los comportamientos de los y las jóvenes ante el consumo de drogas no son homogéneos. Un porcentaje considerable de adolescentes y

jóvenes opta por no consumir drogas, consumir alguna droga ilegal de forma muy esporádica o beber alcohol de forma moderada, incluso cuando sale “de marcha”. Como señalan Calafat y colaboradores (2004) el público que participa en el espacio recreativo es diverso y plural. Coexisten distintas subculturas con distintas lógicas ante la diversión. El colectivo de jóvenes que no consumen drogas o quienes mantienen consumos muy moderados es uno de los más numerosos entre ellos. Sin embargo, la mayoría de estudios que tratan de entender a los jóvenes en relación a la diversión ponen el foco en el grupo de quienes consumen drogas, como si fuese el único colectivo que sale para divertirse.

De hecho, la percepción social –en parte reforzada por los medios de comunicación– tiende a asociar el uso de drogas con la población joven que participa en la vida recreativa nocturna. Y cada vez parece más difícil –incluso para el propio imaginario juvenil– participar en actividades recreativas nocturnas y estar con amigos sin consumir alcohol, cannabis u otras drogas, dado que crece la percepción de que estos consumos son elementos consustanciales de la propia diversión (Calafat et al., 2004).

Así, aunque no se produzca en todos los casos, y tampoco de forma homogénea en todos los grupos de edad, el ocio, especialmente el nocturno, lleva asociado un consumo importante de alcohol, tabaco y otras drogas ilegales, existiendo entre los y las jóvenes una insuficiente percepción de riesgo asociado al consumo de estas sustancias, a las cuales se adjudican además cualidades de importancia clave a edades tempranas, tales como la ya citada percepción de que no es posible divertirse sin ellas, o que sirven para facilitar las relaciones sociales y sexuales, además de proporcionar claves identitarias y de grupo (Gamella & Álvarez, 1997; Conde, 2004; Elzo et al., 1999; Megías et al., 2001; Acero Achirica et al., 2002; Rodríguez et al., 2003; Calafat et al., 2005<sup>a</sup>; Laespada Martínez, 2009).

Los datos más recientes sobre consumo de drogas relacionado con el ocio corresponden a 2008 y los proporciona la Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias que el Plan Nacional sobre Drogas viene realizando periódicamente desde 1996 (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2008). Los resultados de este estudio indican que, al igual que en años anteriores, las drogas más consumidas por los y las estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14 a 18 años son por este orden: el alcohol, el tabaco, el cannabis y los tranquilizantes o pastillas para dormir. Sin embargo, en los años recientes el consumo de todas estas sustancias está experimentado sensibles cambios entre los que cabe señalar los siguientes:

### Alcohol

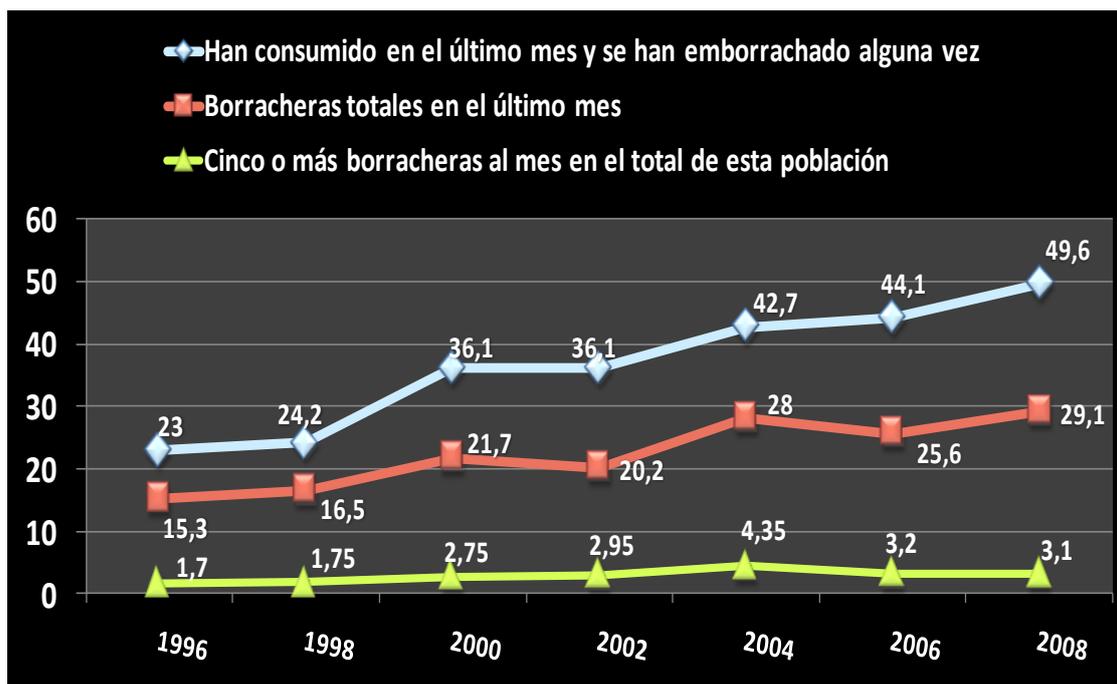
Desde los años 80 del siglo pasado el consumo global de alcohol por persona y año ha disminuido significativamente en la población general española, aunque de forma menos marcada a como lo han hecho otros países

de nuestro entorno cultural, como por ejemplo Francia (World Health Organization, 2004; Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007). Paralelamente a esta reducción del consumo global de alcohol, se ha producido un cambio en los patrones de consumo, especialmente evidente entre los sectores más jóvenes de población, caracterizado por la concentración del consumo durante los fines de semana (Calafat 2007; Instituto de la Juventud, 2008<sup>b</sup>). En este marco, la situación actual en relación al consumo de alcohol relacionado con el ocio de adolescentes y jóvenes puede resumirse en los siguientes puntos:

- El alcohol es la sustancia cuyo consumo está más extendido entre los y las estudiantes de 14 y 18 años. El 81,2% lo ha probado alguna vez, el 72,9% lo ha consumido en el último año y en el 58,5% en el último mes. A medida que avanza la edad el porcentaje de estudiantes que bebe aumenta, alcanzando al 75,1% del alumnado a los 18 años.
- El consumo global de alcohol entre adolescentes y jóvenes no ha variado significativamente durante la última década, aunque puede observarse una cierta tendencia a un incremento del consumo por parte de las mujeres jóvenes que parece conducir a la equiparación de dicho consumo entre sexos.
- El consumo de alcohol se concentra en el fin de semana. Entre quienes han consumido bebidas alcohólicas en los últimos 30 días, el 99,8% ha bebido en fin de semana, mientras que un 39,3% lo ha hecho en días laborables. Y un 23,0% del conjunto de estudiantes bebe todos los fines de semana.
- En 2008 se ha producido un repunte de la prevalencia de borracheras, que tras el descenso experimentado en 2006 ha vuelto a situarse en cifras parecidas o superiores a las de 2004 (Ver **Figura 32**). Estos episodios se concentran durante el fin de semana cuando algunos y algunas jóvenes beben grandes cantidades de alcohol, siendo cada vez más frecuentes consumos muy elevados de alcohol en cortos periodos de tiempo. Esta tendencia está dando lugar a un patrón de consumo muy concreto denominado en inglés «*binge drinking*» o consumo de cinco o más bebidas en una sola ocasión, lo que en castellano equivaldría a un «atración». El actual fenómeno del «botellón» y la versión masiva de éste, el «macrobotellón», son entornos apropiados para el desarrollo de este tipo de consumo abusivo. La frecuencia de salidas nocturnas, y el horario de regreso a casa son aspectos íntimamente relacionados con el consumo abusivo y específicamente con las borracheras (Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007).
- Es interesante analizar cuáles son las motivaciones que los y las jóvenes expresan en relación al consumo de bebidas alcohólicas y también aquellos motivos que expresan quienes no las consumen para no tomarlas. En relación con los motivos para consumir, los y las estudiantes

declaran principalmente que lo hacen porque les gusta su sabor (71,0%) y por diversión y placer (63,6%), para sentir emociones nuevas (15,2%) sólo un 15% declara hacerlo para olvidar los problemas personales y un 14,6% para superar la timidez y relacionarse mejor. Entre las razones para no beber destacan los efectos negativos para la salud (57,3%) y la pérdida de control (42,5%) (Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007).

Figura 32. Prevalencia de borracheras en el último mes en estudiantes de 14-18 años, en porcentajes (1996-2008).



Fuente: DGPNSD. Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias (ESTUDES) 1996-2008.

- Un 41,4% del alumnado (38,3% chicas y 44,7 chicos) han tomado alguna vez durante los últimos 30 días 5 o más cañas /copas de bebidas alcohólicas en la misma ocasión o en un intervalo aproximado de dos horas. El 15,2% lo ha hecho más de 4 días el último mes.
- Se bebe sobre todo en bares o pubs, en espacios urbanos abiertos (calles, plazas o parques) y también en discotecas. En los últimos 30 días un 66,3% de quienes han consumido alcohol lo ha hecho en bares o pubs, un 65,3% en espacios abiertos y un 56,7% en discotecas.
- Durante el fin de semana las bebidas consumidas por un mayor porcentaje de estudiantes son los combinados / cubatas (54,05% algún día –de viernes a domingo– durante los últimos 30 días y 28,1% todos los días –de viernes a domingo– durante los últimos 30 días. Mientras en días laborables la cerveza es la bebida alcohólica más consumida (15% algún

día –de lunes a jueves– durante los últimos 30 días y 1,7% todos los días –de lunes a jueves– durante los últimos 30 días).

- Los lugares donde los estudiantes consiguen con más frecuencia bebidas alcohólicas son bares o pubs (64,8%), discotecas (54,7%), y supermercados (52,2%).

## Tabaco

El consumo de tabaco es bastante prevalente entre los y las estudiantes de 14 a 18 años, siendo la segunda droga más consumida entre esta población después del alcohol, y presentándose su consumo asociado a otras drogas de elevado consumo y presencia en el marco de las actividades de ocio, aunque en el caso del tabaco el consumo regular se mantiene diariamente y no sólo durante los días del fin de semana. La situación puede resumirse como sigue:

- En 2008 un 44,6% de los estudiantes de 14-18 años afirma haberlo probado alguna vez y un 32,4% haberlo fumado en los últimos 30 días previos a la entrevista. El porcentaje de quienes fuman diariamente es de un 14,8%, subiendo hasta el 31,7% entre el grupo de 18 años.
- El consumo diario de tabaco en el último mes ha disminuido significativamente a lo largo del periodo estudiado, pasando del 23,7% en 1996 al 14,8% en 2008. Observándose que tras un importante descenso experimentado en 2006 –año de entrada en vigor de la Ley 28/2005– la proporción de adolescentes que consumen diariamente tabaco ha pasado del 21,5% en 2004 al 14,8% en el 2006, no experimentando reducción alguna posteriormente.
- La prevalencia es superior entre las mujeres. En 2008 el consumo diario entre las chicas es del 16,4%, cifra superior a la referida para los chicos (13,3%).
- En 2008 quienes fuman tabaco en los últimos 30 días, consumen una media de 5 cigarrillos al día, cifra inferior a la del año 2004 (7,7) y 2006 (5,5), no observándose diferencias de género en este aspecto.
- El tabaco continúa siendo la droga cuyo consumo se inicia de forma más temprana, y la edad media de inicio en el consumo esporádico no se ha modificado durante la última década: continúa siendo la misma que en 1996 (13,3 años).
- Solamente se ha retrasado en aproximadamente medio año la edad en que se inicia el consumo regular, pasando de 14,6 años en 1996 a 15,1 años en 2008.
- La proporción de adolescentes que fuman tabaco aumenta con la edad y es mayor entre las chicas que entre los chicos en todas las edades.

- Un 68,7% de los y las adolescentes que fuman se ha planteado dejar el tabaco en alguna ocasión, aunque sólo dicen haberlo intentado un 36,7%%.
- A un tercio de los y las estudiantes les molesta mucho o bastante que se fume en su presencia en lugares cerrados.

### Cannabis

El cannabis es la droga ilegal que presenta mayor prevalencia de uso. Y los datos de prevalencia disponibles indican que el consumo se concentra igualmente en fines de semana. Los aspectos más destacables en relación al uso de esta droga son:

- Un 35,2% la ha probado alguna vez en la vida, un 30,5% la ha consumido en el último año y un 20,1% en los últimos 30 días.
- Los datos para 2008 indican que Casi un tercio del alumnado ha consumido cannabis en los últimos 30 días, y el porcentaje de consumidores diarios de cannabis es de un 3,2%.
- El consumo está más extendido en los chicos en todos los indicadores, si bien esta diferencia no es tan acusada como en otras sustancias ilegales, aunque aumenta al hacerlo la intensidad del consumo. El porcentaje de consumidores diarios de cannabis es de algo más del doble en los chicos (4,5%) que en las chicas (1,9%).
- La edad media de inicio en el consumo se sitúa en los 14,6 años, siendo similar en ambos sexos y no mostrando variaciones sensibles respecto a años anteriores.
- Desde mediados de los años noventa han aumentado la prevalencia del consumo recreativo del cannabis y los patrones de consumo diarios o casi diarios. Paralelamente, han aumentado los problemas por cannabis atendidos en los centros de drogodependencias y en los servicios hospitalarios de urgencias (Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2006; Barrio & Llorens, 2008).

### Otras drogas potencialmente asociadas al ocio

En 2008 se observa una reducción sensible del consumo de cocaína. Este descenso, aunque menos acusado que el que se produjo en el año 2006, se ha producido sobre todo en el grupo de 17 y 18 años, edades en las que el consumo es más prevalente. Así:

- En 2008, un 5,1% ha consumido cocaína alguna vez en la vida, un 3,6% en los últimos 12 meses y un 2,0% en los últimos 30 días. Se trata de un consumo esporádico.
- En todos los casos (frecuencia de uso, cantidad consumida y grupo de edad) la proporción de quienes consumen es superior entre hombres que entre mujeres.

En relación al año 2006, se observa también una reducción del consumo de éxtasis en ambos sexos:

- En 2008 un 2,7% del alumnado había probado esta sustancia alguna vez en la vida, un 1,9% en los últimos 12 meses y un 1,1% en los últimos 30 días.
- Como en el caso de las demás drogas ilegales, la prevalencia es superior entre los hombres en comparación con a la de las mujeres.

El consumo experimental de anfetaminas aumenta discretamente respecto a la encuesta de 2006, mientras que el consumo de anfetaminas en los últimos 12 meses y 30 días, ha disminuido, obteniéndose en la encuesta de 2008 la prevalencia más baja desde 1994 (un 3,6% ha consumido alguna vez en la vida, un 2,5% en los últimos 12 meses y un 1,2% en los últimos 30 días).

### Otras drogas

No existen datos que permitan relacionar las actividades de ocio con el consumo de otras drogas. Sin embargo, para contextualizar las prevalencias de consumo de las drogas anteriormente citadas, puede resultar de interés hacer un breve repaso de su situación:

- Se ha producido un aumento importante del consumo de tranquilizantes o pastillas para dormir. En 2008 un 17,3% ha consumido tranquilizantes o somníferos con o sin receta alguna vez en la vida, un 10,1% en los últimos 12 meses y un 5,1% en los últimos 30 días. Este consumo, al contrario de lo que ocurre con las drogas ilegales, está más extendido entre las chicas que entre los chicos y aumenta con la edad.
- No se ha producido ningún cambio significativo respecto a 2006 en el consumo de alucinógenos. En 2008 un 4,1% había consumido alguna vez en la vida estas sustancias, un 2,7% en los últimos 12 meses y un 1,2% en los últimos 30 días.
- El consumo de inhalables volátiles ha descendido en 2008, tanto en hombres como en mujeres, alcanzando los valores más bajos desde

mediados de los años 90. Un 2,7% los ha consumido alguna vez en la vida, un 1,6% en los últimos 12 meses y un 0,9% en el último mes.

- En 2008 se observa un descenso en la prevalencia de consumo experimental de heroína, así como del consumo en los últimos 12 meses. Sin embargo, se ha incrementado la prevalencia de consumo en los últimos 30 días. En 2008 un 0,9% del alumnado ha consumido heroína alguna vez en la vida, un 0,7% en los últimos 12 meses y un 0,6% en el último mes. Aunque a la hora de interpretar estos resultados hay que recordar que las encuestas escolares no son el método más adecuado para estudiar el consumo de esta droga dado que en general lo subestiman porque una parte importante de los y las jóvenes que la consumen, no pueden identificarse dentro del ámbito escolar.

En general pueden observarse variaciones importantes por sexo: los chicos consumen mucho más todas las drogas ilegales que las chicas, mientras que con el tabaco y los tranquilizantes o pastillas para dormir sucede lo contrario. En el caso de las bebidas alcohólicas la proporción de consumidores es parecida. Sin embargo, la intensidad del consumo de tabaco y alcohol entre quienes consumen es más elevada en hombres que en mujeres. En el caso de las drogas ilegales las diferencias relativas por sexo son más acusadas a medida que el consumo es más reciente o intenso.

Globalmente puede observarse un aumento del consumo con la edad. La mayor extensión del consumo de alcohol, y cannabis se produce entre los 14 y los 15 años, mientras que la de cocaína, se produce entre los 17 y los 18 años, alcanzando su máximo entre los y las estudiantes de 18 años.

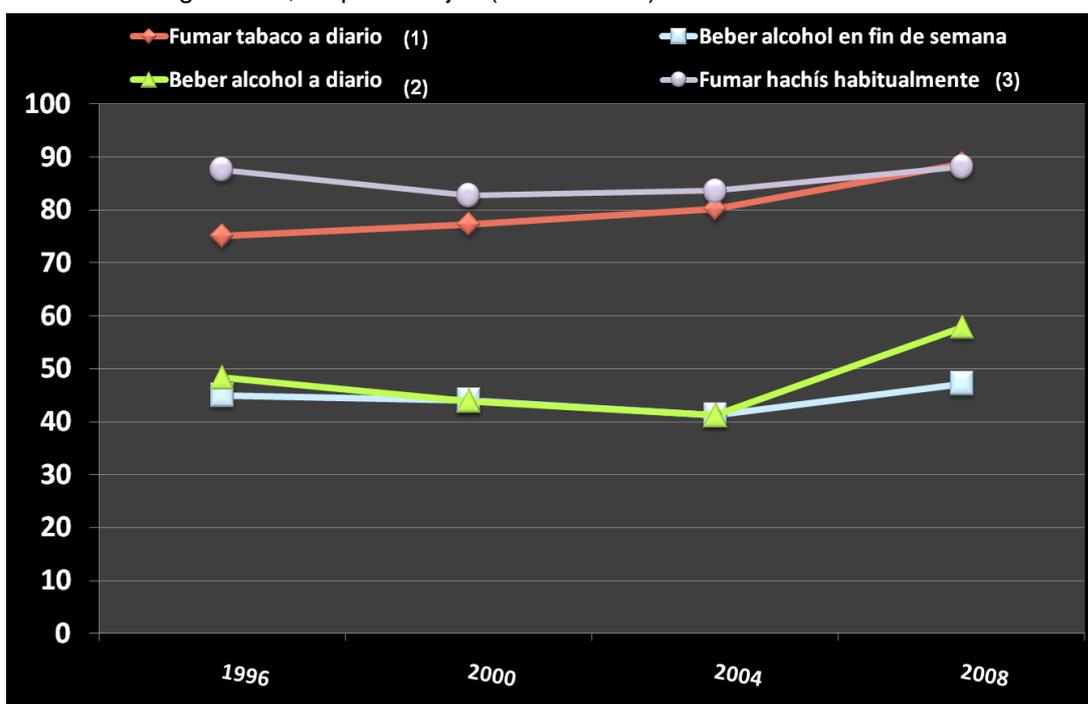
Finalmente hay que señalar que quienes consumen drogas suelen consumir varias sustancias y no una sola. Un 96,2% de quienes han consumido tabaco en los últimos 12 meses han consumido también alcohol en el mismo período, y en un 64,7% cannabis. Un 79,7% de quienes consumen cannabis alguna vez en el último año han consumido tabaco en el mismo período, un 98,8% alcohol y un 11,3% cocaína.

### Riesgo percibido

De acuerdo a datos consistentes observados en distintos países a lo largo de series temporales de dos o más décadas, existe una relación inversa entre el riesgo percibido y el consumo, de forma que al aumentar la percepción de riesgo, disminuye el consumo. En relación a este indicador en nuestro país, si comparamos los resultados de 2008 con los disponibles para 1996, 2002, 2004 y 2008 puede observarse que el riesgo percibido para los consumos más prevalentes (alcohol, tabaco y porros), después de pasar por varios años de disminución o estancamiento, a partir de 2004 presenta una ligera tendencia al incremento (Ver **Figura 33**), que se concreta en:

- 16 puntos porcentuales para el indicador: “beber alcohol a diario”;
- casi 8 puntos porcentuales para el indicador: “consumo de un paquete de tabaco diario”;
- casi 6 puntos porcentuales para el indicador: “beber alcohol durante el fin de semana”; y
- 4,5 puntos porcentuales para el indicador: “consumo habitual de porros (una vez a la semana o más frecuentemente).

Figura 33. Evolución del riesgo percibido asociado al consumo habitual de sustancias psicoactivas en estudiantes de enseñanzas secundarias de 14—18 años, según sexo, en porcentajes (1996 – 2008).



(1) Fumar un paquete de tabaco diario. (2) Tomar una o dos caña/copas cada día. (3) Una vez por semana o más frecuentemente. FUENTE: DGPNSD. Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias 1996-2008.

A pesar de esta tendencia positiva reciente al incremento de la percepción del riesgo, continua siendo preocupante que en 2008 más de la mitad (un 52,85%) de los y las jóvenes entre 14 y 18 no perciba riesgo alguno en beber habitualmente alcohol durante el fin de semana; que un 42,20% no lo perciba en beber alcohol a diario; un 11,85% no perciba el riesgo de fumar un porro habitualmente (una vez por semana o más frecuentemente); y que un 11,25% no considere arriesgado fumar diariamente un paquete de tabaco.

Otro dato de interés sobre percepción de riesgo es que en 2008 las conductas asociadas a un mayor riesgo son el consumo habitual o esporádico de heroína, éxtasis o cocaína. Es decir, el consumo de estas sustancias ilegales continúa percibiéndose como más peligroso, de forma independiente al riesgo real que dicho consumo pueda o no conllevar en términos de capacidad para

generar adicción o de constituir una amenaza potencial para la salud. Hecho que coincide (excepto para el caso del cannabis), con la situación legal de las sustancias, y la existencia o no de cauces comerciales explícitos de promoción y en este punto sí se puede incluir al cannabis, por disponer de un amplio conjunto de estrategias de promoción comercial en ámbitos distintos a la clandestinidad (Internet, ferias y mercados especializados, publicaciones especializadas, etc.).

Diversas evaluaciones señalan que el fracaso detectado en los programas que pretenden advertir a los jóvenes sobre los peligros del consumo de drogas, son debidos a que las informaciones sobre peligro emitidas, no son creíbles para ellos, es decir, fracasan en conseguir un cambio en la percepción del riesgo entre la población a la que se dirigen. Parte del problema recae, no en la información en sí, sino en el *cómo* se transmite esta información (el método utilizado), y en *cuáles* son las fuentes de información utilizadas (fuentes institucionales alejadas y poco creíbles para la población destinataria). La gente joven tiende a cuestionar los consejos de los mayores o del *sistema*, especialmente cuando las precauciones parecen exageradas, alarmistas o incluso falsas y, sobre todo, cuando se dirigen a consumos emblemáticos o simbólicos de algún tipo de identidad juvenil (Salvador Llivina, 2006).

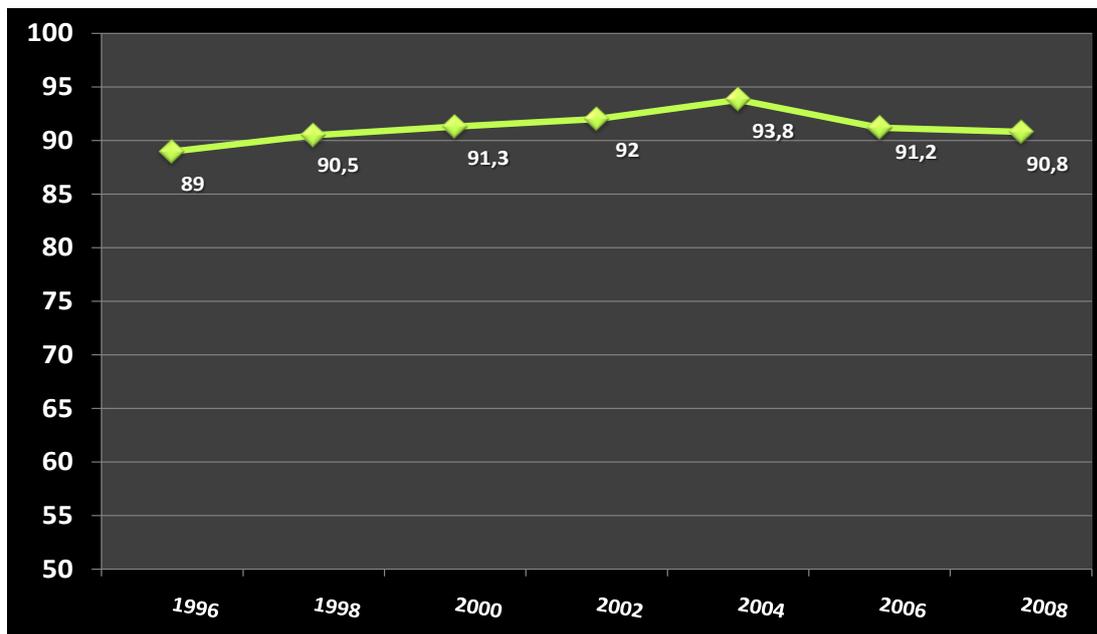
### Disponibilidad percibida

El grado percibido de facilidad o dificultad para conseguir u obtener las distintas drogas durante las 24 horas del día, indica no solo la percepción subjetiva de las personas que participan en un estudio sino también la disponibilidad real existente para cada sustancia.

En 2008, al igual que los estudios anteriores, las drogas percibidas por los y las estudiantes como las más disponibles o accesibles son las de comercio legal y el cannabis. Observándose un descenso generalizado de la disponibilidad percibida de todas las drogas, excepto para el alcohol.

Dado que durante este periodo se han ido introduciendo leyes de ámbito autonómico sobre venta de alcohol con la finalidad regular y limitar la venta a los grupos de menor edad, es de destacar que un 90,8% del alumnado entre 14 y 18 años –es decir, en su mayoría por debajo de la edad legal autorizada para la compra– declare que le sería fácil o muy fácil conseguir bebidas alcohólicas si quisiera. Además, este indicador prácticamente no ha variado durante la última década (ver **Figura 34**).

Figura 34. Evolución de la disponibilidad percibida de bebidas alcohólicas entre los y las estudiantes de enseñanzas secundarias de 14-18 años, en porcentajes (1996-2008).



Fuente: DGPNSD. Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias, 1996-2008.

Los mecanismos de modelaje y de trasgresión a través de los cuales adolescentes y jóvenes van perfilando su identidad, parten y se basan en los modelos adultos en los que de alguna manera se reflejan. En lo referido a las conductas de uso de drogas, los y las jóvenes, no sólo están sometidos –como se verá más adelante– a las fuertes presiones del mercado, sino que además, perciben el consumo de drogas (especialmente del alcohol) como un comportamiento universalmente adoptado por el mundo adulto, y por tanto parten de él para poder transgredirlo a través de nuevos patrones de consumo y del uso de nuevas sustancias psicoactivas. Nos encontramos entonces ante una sociedad en la cual, las nuevas formas de consumo de drogas no son más que una manera de transgredir los patrones adultos desde la asimilación de los mismos. Es decir, la necesaria trasgresión solo es posible a través de la asimilación de lo que ya existe y está aceptado en el mundo adulto (Salvador Llivina, 2006).

#### 5.2.4.2. Ocio y accidentabilidad vial

Los accidentes de tráfico constituyen una de las principales causas de morbilidad y mortalidad en los países desarrollados. Y conducir bajo los efectos del alcohol u otras drogas es una de las principales causas de accidentalidad vial. En este marco, uno de los efectos negativos del consumo de drogas, y en especial de alcohol, por parte de los y las jóvenes durante el fin de semana es el

incremento de la probabilidad de sufrir un accidente de tráfico (Regidor et al., 1996; Del Río & Álvarez, 2000; Álvarez & Del Río, 2001; Rodríguez-Martos et al., 2001; Martínez et al., 2004; Pérez et al., 2006).

La relación entre concentración de alcohol en sangre y riesgo de accidente de tráfico está bien documentada y el incremento del riesgo de sufrir un accidente relacionado con el consumo de alcohol es aplicable a cada grupo etario. Sin embargo, los grupos de menor edad, por distintas circunstancias (conducción inexperta, consumos elevados los fines de semana, conducta desinhibida, etc.) son particularmente vulnerables: el riesgo relativo de sufrir un accidente mortal en personas que conducen con niveles de alcohol en sangre de 80 mg/100 ml es máximo y en esta circunstancia entre jóvenes de 16-17 años el riesgo es 165 veces más elevado que en población adulta, siendo 70 veces mayor entre jóvenes de 18-19 años (Del Río & Álvarez, 2000; Álvarez & Del Río, 2001). Esta realidad explica porque en nuestro país la mortalidad debida a un accidente de tráfico entre personas de 15 a 24 sea significativamente más elevada que el resto de grupos de edad (ver **Figura 35**).

Un informe reciente realizado con datos extraídos de los registros de la Dirección General de Tráfico, de la Seguridad Social y del Instituto Nacional de Estadística en de 2004 y 2005, indica que alrededor de 1.400 jóvenes mueren cada año en accidentes de tráfico en España. Por ello, la accidentabilidad vial constituye la primera causa de muerte entre las personas de 15 a 29 años, muy por encima del resto de causas de muerte en esta edad. Cada día mueren en las carreteras de nuestro país cuatro jóvenes de esta franja de edad y los chicos presentan una tasa de mortalidad (25,9%) cuatro veces superior a la de las mujeres (6,8%). Entre los datos del informe también puede observarse que la mayoría de estos fallecimientos (60%) ocurren durante el fin de semana y, de éstos, la mitad se producen entre las doce de la noche y las seis de la mañana de viernes, sábados y domingos (Comisión de Expertos para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad Vial, 2007).

Estos datos se complementan con los resultados proporcionados por la Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias del Plan Nacional sobre Drogas (Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2008). Según este estudio:

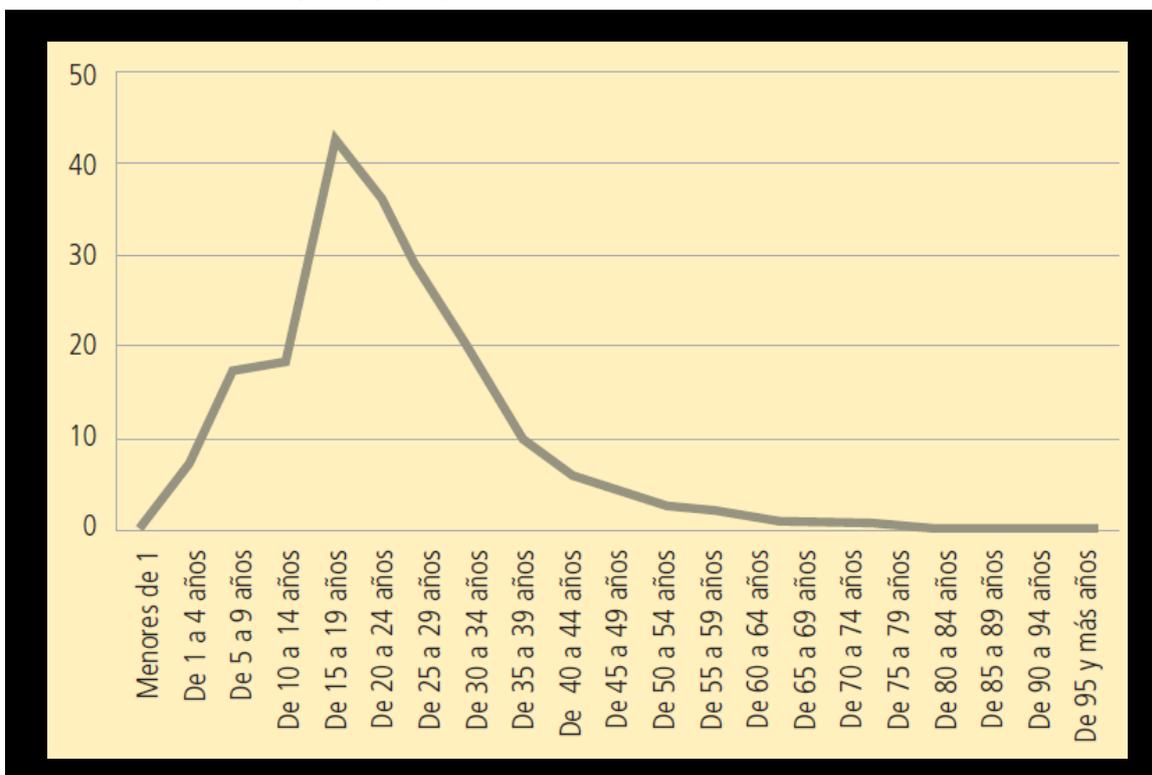
El 24,6% de los y las estudiantes de 14-18 años (34,5% de los de 18) informa haber viajado en los últimos 12 meses en vehículos conducidos por una persona que estaba bajo los efectos del alcohol.

El 9,5% del alumnado de 14-18 años declara haber conducido en los últimos 12 meses un vehículo (coche, moto) bajo los efectos del alcohol, cifra que asciende a un 12,5% en estudiantes de 18 años.

La mortalidad anual total por accidente de tráfico se ha venido reduciendo en los últimos años, siendo ya inferior a los 3.000 fallecimientos al año (2.741 en 2007 y 2.181 en 2008). En este marco, durante el periodo 2001-2009 se ha producido un descenso de víctimas mortales de tráfico también durante una

época de especial riesgo como es la campaña anual del verano. En estos ocho últimos años se ha conseguido una reducción de la mortalidad del 55% (Ver **Figura 36**), y del 18,8% entre jóvenes de 25 a 34 años (Dirección General de Tráfico, 2009).

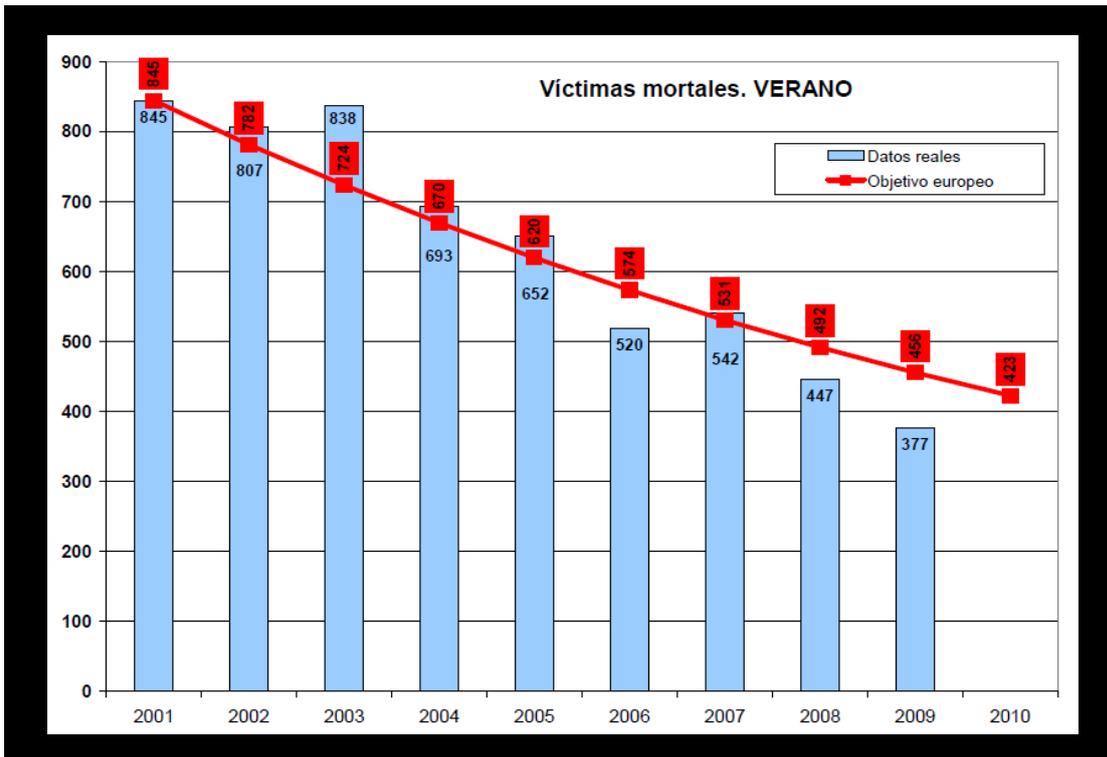
Figura 35. Muertes en accidentes de tráfico sobre mortalidad total para cada tramo de edad en España (2004).



Fuente: Comisión de Expertos del RACC para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad Vial, a partir de datos del INE 2004.

También han disminuido los controles de alcoholemia con resultado positivo (Montes-Santiago & Lado Castro-Rial, 2009). Todos estos datos indican que las diversas medidas puestas en marcha durante los últimos años en nuestro país son eficaces para mejorar las tasas globales de mortalidad y discapacidad por accidentes de tráfico en general. Por ello es plausible que la intensificación de las medidas de educación, prevención, regulación y control aplicables para incrementar la seguridad vial durante las noches de los fines de semana podrían contribuir a incrementar la reducción de las actuales tasas de discapacidad y mortalidad en adolescentes y jóvenes.

Figura 36. Evolución del número de víctimas mortales en verano es España (2001-2009).



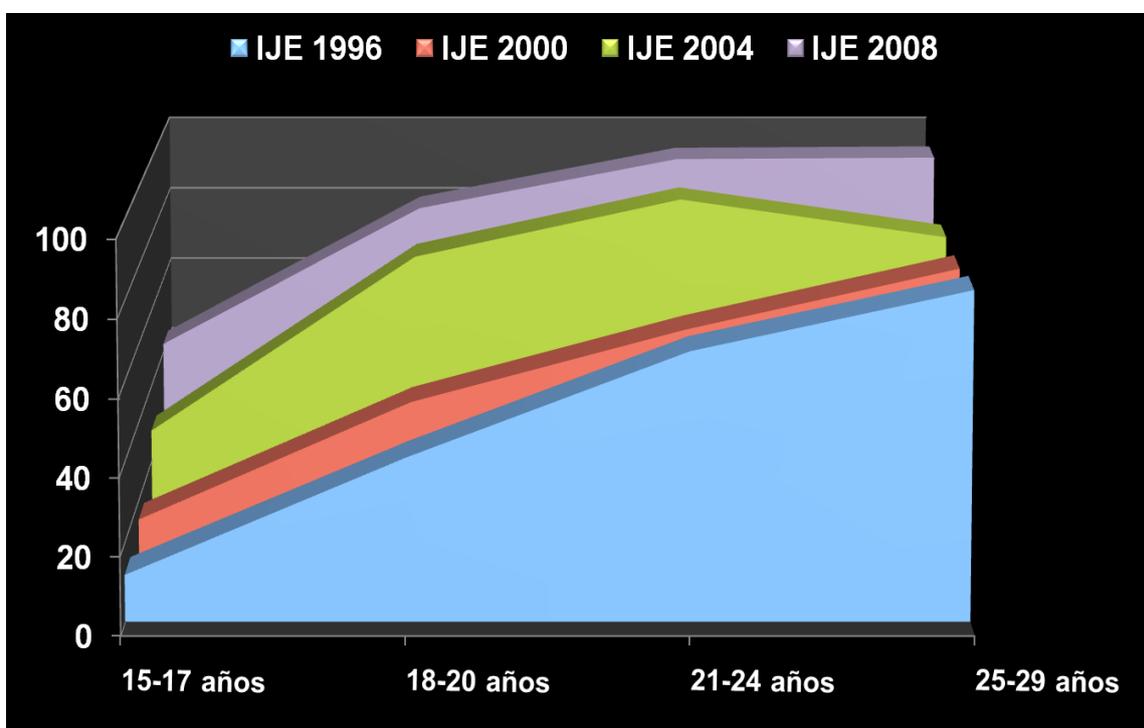
Fuente: Dirección General de Tráfico, 2009.

### 5.2.4.3. Ocio y conductas sexuales de riesgo

Como ilustra la **Figura 37**, los patrones de comportamiento sexual de los y las adolescentes y jóvenes han experimentado cambios sensibles durante la última década. De acuerdo a los estudios disponibles, tanto chicos como chicas refieren mantener relaciones sexuales coitales con mayor frecuencia y más precozmente que una década atrás (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006; Instituto de la Juventud, 2008<sup>b</sup>; Moreno et al., 2002 y 2008).

Estas transformaciones apuntan a la emergencia de un nuevo modelo de relaciones y comportamientos relacionados con la sexualidad en adolescentes y jóvenes, parte del cual incluye una creciente relación entre sexualidad y tiempo de ocio (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006). En este marco, algunos autores han apuntado la denominación de “sexualidad recreativa” o “lúdica” para denominar esta tendencia creciente entre los grupos más jóvenes de población (Bimbela, 2004; Marquet, 2004).

Figura 37. Declaración de haber tenido relaciones sexuales completas, en porcentaje y grupo de edad (1996-2008).



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Juventud en España 2008. Estado de salud de la juventud. Comas, 2008.

La consideración de esta realidad, no implica sin embargo olvidar dos aspectos importantes a la hora de hablar de sexualidad juvenil, ocio y riesgos asociados:

- En primer lugar, no toda la sexualidad juvenil puede calificarse como “recreativa”, sino que la misma forma parte de un conjunto de experiencias y vivencias que se expresan y se suceden en el amplio espacio del ejercicio de la sexualidad. Según Conde (2004), la vivencia más estrictamente “lúdica” o “recreativa” de la sexualidad se daría principalmente en los momentos iniciales de la misma, es decir en las edades más tempranas, especialmente durante la adolescencia. Pero la sexualidad juvenil considerada en su conjunto cumpliría un papel más amplio y complejo, una función identitaria y de escuela de vida, en el sentido más amplio de la expresión (Conde, 2004; Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006).
- En segundo lugar, pero no menos importante, aunque la frecuencia de salidas nocturnas aumente la probabilidad del consumo de drogas y con ello la posibilidad de mantener relaciones sexuales de riesgo, principalmente debido a que se realicen bajo los efectos del alcohol u

otras drogas, la relación entre salidas nocturnas y las prácticas sexuales de riesgo no está demostrada. Esta es una de las principales conclusiones a las que llega un estudio reciente que analiza la relación entre el consumo de alcohol y otras drogas con la conducta sexual de riesgo, dentro del contexto recreativo nocturno de fin de semana (Calafat et al., 2009).

Dicho esto, y considerando que adolescentes y jóvenes refieren disponer de mayor información que en décadas anteriores sobre los riesgos asociados a la sexualidad, hay que señalar que no siempre las relaciones sexuales se realizan en condiciones seguras desde el punto de vista de la prevención de embarazos no deseados y de infecciones de transmisión sexual (ITS). Los datos más destacables en este aspecto pueden resumirse en:

### Embarazos no deseados

- Según el Ministerio de Sanidad y Consumo (2008), en España la tasa de embarazos en chicas menores de 18 años se ha duplicado en diez años al pasar de 3,07 por 1.000 en 1997 a 6,3 por 1.000 en 2007. Este hecho se ve reflejado en el incremento de la tasa anual de abortos registrados entre 1998 y 2008 (Ver **Tabla 7**).
- Según los datos del HBSC para 2006, el 4,6% del alumnado entre 15 y 18 años ha tenido que afrontar un embarazo no deseado (en ellas mismas en el caso de las chicas o en la pareja en el caso de los chicos), y un 1,8% de esta población ha vivido esta circunstancia dos veces o más. Dicho de otra forma, un 6,4% de los y las alumnas de segundo ciclo de ESO y bachillerato, se han enfrentado al menos una vez a la experiencia de un embarazo no deseado.

Tabla 7. Tasa anual de abortos realizados en España por cada 1.000 mujeres, por cada grupo de edad.

Año	19 y menos años	20 -24 años	25 - 29 años	30 - 34 años	35 - 39 años	40 y más años
2007	13,79	20,65	15,57	11,07	7,67	3,25
2006	12,53	18,57	14,44	10,12	7,34	3,05
2005	11,48	16,83	12,60	9,07	6,48	2,87
2004	10,57	15,37	11,43	8,57	6,12	2,69
2003	9,90	15,31	11,30	8,28	6,02	2,69
2002	9,28	14,37	10,72	8,10	5,84	2,72
2001	8,29	12,86	9,34	7,44	5,42	2,47
2000	7,49	11,88	8,66	6,90	5,11	2,35
1999	6,72	10,26	7,90	6,37	4,86	2,34
1998	5,71	9,13	7,35	5,99	4,65	2,35

Fuente: Ministerio de Sanidad y Consumo, 2008

## Uso de métodos anticonceptivos y de prevención de las ITS

El conjunto de información cualitativa y cuantitativa disponible apunta a que a lo largo de la década de los 90 se ha ido incrementando progresivamente el uso de distintos métodos anticonceptivos entre la gente joven. Destaca el preservativo masculino como el método por excelencia, así como la anticoncepción de emergencia como un método de uso creciente. Otros métodos como la píldora, el dispositivo intrauterino, el diafragma o los parches se asocian con edades más adultas, con relaciones de pareja estable, o con mujeres que ya han tenido hijos, situaciones todas ellas percibidas como lejanas por la mayoría de jóvenes (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006; Instituto de la Juventud, 2008<sup>b</sup>; Instituto de la Juventud, 2008<sup>c</sup>; Moreno et al., 2002 y 2008).

Según el HBSC, en 2006 un 88% del alumnado que ha tenido relaciones sexuales declara haber utilizado algún método anticonceptivo seguro en el último encuentro sexual, lo cual implica que más de un diez por cien (11,1%) ha mantenido relaciones sexuales de riesgo (un 9,70% ha utilizado un método no seguro o no ha utilizado método preventivo alguno y un 1,3% declara no tener seguridad de si lo ha utilizado o no). De acuerdo a los datos del INJUVE, el uso del preservativo desciende con la edad, probablemente por la utilización de otros métodos anticonceptivos (Ver **Tabla 8**).

Los y las jóvenes señalan que la utilización del preservativo masculino constituye el método más accesible, aunque parece seguir teniendo ciertos problemas de accesibilidad en algunos entornos, en parte por el coste económico que supone y también porque todavía un cierto sector de jóvenes declara tener “vergüenza” a la hora de adquirirlo.

Tabla 8. Uso de preservativos en el último año por edad y sexo (2008).

	Total	Hombre	Mujer	15-17	18-20	21-24	25-29
Siempre	55,8	58,6	52,7	73,8	64,3	54,1	49,8
Alguna vez/nunca	42,6	39,7	45,6	25,3	34,3	44,1	48,2
No contesta	1,7	1,7	1,7	0,9	1,4	1,7	1,9

Fuente: Fuente: Comas D: Estado de salud de la juventud. Informe INJUVE 2008. Juventud en España, Tomo 3.

El resto de métodos anticonceptivos disponibles actualmente requieren de planificación, así como de revisiones ginecológicas periódicas, es decir, de un cierto control sanitario que aleja a las generaciones jóvenes de su utilización. Mientras en mujeres adultas la visita ginecológica está más o menos aceptada y asentada, adolescentes y jóvenes no parecen percibir la necesidad de esta

práctica. Sólo una minoría de mujeres jóvenes, en general quienes tienen una relación de pareja más estable, adoptan dichos métodos anticonceptivos (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006).

Por otro lado, en un estudio cualitativo encargado por el Ministerio de Sanidad y Consumo (CIMOP, 2005), puede observarse que el uso del preservativo masculino presenta algunas reticencias relacionadas con ciertas creencias vinculadas a una supuesta reducción del placer, a la incomodidad de su uso o a otros aspectos percibidos como negativos. También en este estudio el resto de métodos anticonceptivos son percibidos negativamente por la mayoría de mujeres jóvenes, dado que se asocian a problemas de carácter estético o de salud. Para un amplio sector de mujeres jóvenes el uso continuado de los métodos hormonales (la “píldora”) “engordan”, “afean”, “hacen perder la silueta”, “tienen contraindicaciones”, “pueden generar cáncer” o “producir infertilidad”. Estas percepciones o creencias desincentivan el uso de estos métodos entre una amplia mayoría de chicas.

Otro dato de relevancia es que, de acuerdo a los datos del INJUVE (2008<sup>c</sup>), sólo un tercio de la juventud que manifiesta mantener relaciones coitales y que usa el preservativo considera la protección frente a las infecciones de transmisión sexual (ITS) –y específicamente respecto al VIH/SIDA– una buena razón para su uso (Ver **Tabla 9 y Figura 38**).

Los resultados de los estudios apuntan que existen aspectos sensiblemente mejorables en lo referente a las percepciones y el uso del preservativo masculino. En primer lugar porque algunos jóvenes todavía no lo utilizan o no lo hacen de manera adecuada, y en segundo lugar pero no menos importante, porque parece existir una cierta tendencia a la relajación en su uso, relacionada probablemente con la disminución en la percepción del riesgo de transmisión de enfermedades infecciosas y en concreto del VIH/SIDA.

Tabla 9. Razones para usar el preservativo en la última relación. Respuesta múltiple, en porcentajes (2000-2008).

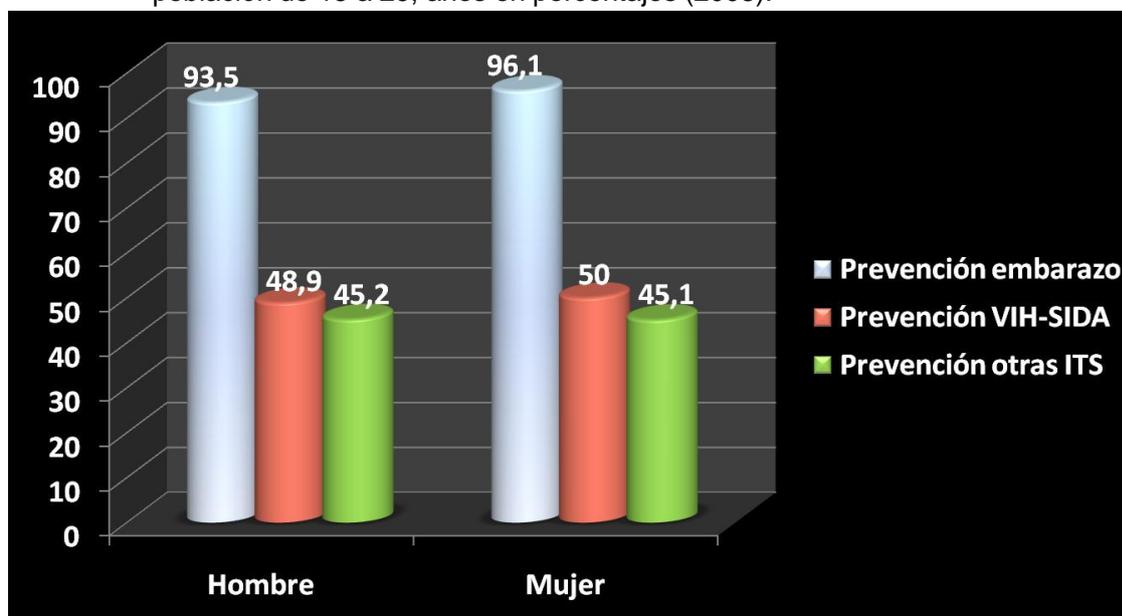
	IJE 2000	IJE 2002	IJE 2004	IJE 2008
Prevenir embarazo	93	95,4	93	94,7
Protegerse VIH-SIDA	43	45,1	34,8	48,9
Proteger de otras ITS	35	43,2	31,9	45,1

Fuente: Instituto de la Juventud.

En conjunto la situación descrita hasta aquí en relación al preservativo masculino pone de manifiesto insuficiencias en la implicación y corresponsabilidad de los chicos, e incluso la persistencia de actitudes coactivas

sobre las chicas para no usar preservativo. No hay que olvidar tampoco que la propia presencia y dominancia de la norma de usar el preservativo puede ser en sí misma un factor incitador de su trasgresión (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006).

Figura 38. Razones para utilizar preservativo en la última relación sexual, entre la población de 15 a 29, años en porcentajes (2008).



Fuente: Fuente: Comas D: Estado de salud de la juventud. Informe INJUVE 2008. Juventud en España, Tomo 3.

Finalmente es preciso mencionar la anticoncepción de emergencia (AE) como un método que parece utilizarse cada vez con mayor frecuencia. La AE consiste en la administración de un fármaco que permite la prevención de un embarazo no deseado después de una relación coital desprotegida o insuficientemente protegida, y que supone un recurso de prevención primaria de embarazos aunque no de ITS. Sin embargo su acceso se encuentra con algunos obstáculos como pueden ser actitudes reticentes de profesionales o de las propias usuarias (Federación de Planificación Familiar Estatal, 2008).

De las entrevistas a jóvenes, profesionales de la salud y de la educación, así como a padres y madres (CIMOP 2005) se puede deducir que la información sobre sexualidad y reproducción, incluida la información sobre anticoncepción y prevención de las ITS, no está integrada en las vidas de los y las jóvenes, ni en sus experiencias. Esto sucede en todos los grupos, independientemente de su nacionalidad y cultura. La información que tienen suele ser superficial, basada fundamentalmente en conversaciones con sus iguales y en lo que leen en revistas y ven en televisión. Por otro lado, desde el ámbito educativo la orientación dominante se reduce a los aspectos de anatomía y biología, aspectos que aun siendo imprescindibles, resultan insuficientes para promover una visión global y comprensiva de la realidad afectivo-sexual. En general se

podría decir que existe un abordaje que refuerza más los aspectos negativos que los positivos de la sexualidad, se habla más de prevenir riesgos y de evitar problemas, que de cómo vivir la experiencia afectivo-sexual de un modo más diverso, completo, responsable, placentero y no sexista.

Por otro lado, los datos aportados por los distintos trabajos revisados parecen apuntar a que en los últimos años se mantienen las desigualdades de género en salud sexual y reproductiva, especialmente en los estratos socioeconómicos más bajos y entre algunos sectores de población emigrante. Las chicas siguen sometidas a presiones para mantener relaciones precoces y coitales, escasa capacidad para la negociación del uso del preservativo y, mayoritariamente, son ellas quienes deben asumir la responsabilidad y las posibles consecuencias de la anticoncepción de emergencia, de embarazos no deseados y en su caso de la interrupción voluntaria del embarazo (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2007).

#### **5.2.4.4. Otros riesgos potenciales**

La edad de la población que usa frecuentemente Internet en España supera al de la UE en el rango de 16 a 34 años, y es menor a partir de los 55 años (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Comunicación; 2009).

Cada vez con más frecuencia aparecen –especialmente a través de los medios de comunicación– informaciones, noticias o comentarios relacionados con el potencial adictivo o promotor de violencia de las tecnologías de la información (TIC). La literatura científica y los informes institucionales sobre el impacto de las diversas tecnologías de la comunicación han ido aumentando en el último medio siglo, coincidiendo con la masiva implantación social de la televisión (Tapscott, 1998; Albero, 2002; Adés & Lejoyeux, 2003). Sin embargo hasta ahora no ha sido demostrada relación causal alguna entre las TIC y los diversos riesgos que suelen atribuirse a su uso.

El uso excesivo de Internet, el móvil o los videojuegos puede conllevar problemas, al igual que leer demasiado, hacer demasiado deporte, bailar de forma obsesiva, etc. Cualquier afición o actividad de ocio llevada al extremo, puede conducir a descuidar aspectos importantes de la vida de una persona como son el estudio, las responsabilidades familiares, las relaciones sociales, o el avance hacia la consecución de objetivos personales a largo plazo. También se pueden sufrir problemas físicos (en el caso de la utilización de las tecnologías digitales se han descrito problemas oculares, auditivos, dolor de cabeza, inflamación en tendones, músculos de las manos y la muñeca, lesiones en el pulgar, etc.). Pero otras actividades pueden conllevar cualquiera de estos u otros síntomas. Ni el deporte ni la lectura, ni el ballet, aunque pueden producir efectos equiparables, son estigmatizados por tales razones, sino todo lo contrario, se destacan sus efectos positivos, se minimizan los efectos negativos, y, a lo sumo, se desarrollan acciones de prevención de un uso excesivo o incontrolado (Estallo, 2000; Gil Juárez, et al., 2006). Las TIC no solo constituyen un elemento

enriquecedor del ocio juvenil, sino que en la actualidad, éste no se podría entender sin considerarlas, al igual que sin ellas no es posible entender la propia forma de ser y de vivir de las generaciones más jóvenes y todo su potencial.

Parece que el perfil clínico de las personas que sufren dificultades relacionadas con el uso de las TIC es muy similar al de quienes sufren una adicción "química" (Lacoste,1999), por tanto hay que considerar que la adicción psicológica, que puede surgir en relación a cualquier objeto o persona (además de a las drogas que generan al mismo tiempo adicción farmacológica), no se produciría tanto por las características del objeto con el cual se establece la dependencia (en este caso Internet, videojuegos, etc.), sino por las características y/o circunstancias de la persona (Black et al., 1999; Bianchi & Phillips, 2005).

Por otro lado, tampoco se disponen de estudios rigurosos y amplios capaces de proporcionar una dimensión real sobre el impacto de la exposición a contenidos violentos, sexistas o abusivos a través de las TIC (TV; internet, videojuegos, etc.), ni su potencial impacto en el desarrollo de conductas violentas, utilización de cámaras digitales para grabar escenas violentas, agresivas, arriesgadas o de violación de la intimidad y su difusión a través de Internet.

Debido a todas estas razones, y al igual que sucede en cualquier otro aspecto relacionado con el ocio y con la vida en general de la infancia y la adolescencia, son las instancias educativas y formativas (familia, escuela, y otras instituciones socializadoras) las que deben velar por la regulación, la supervisión, la prevención de abusos y por el uso adecuado de las TIC, considerando la posibilidad de que se desarrollen problemas de falta de control, así como de exposición a diversas formas de abuso o de dependencia, para prevenirlos o ayudar a superarlos (Turrow & Nir, 2000; La Rose et al., 2003). Por ahora la evidencia disponible muestra que difícilmente Internet o los videojuegos conlleven, en sí mismos, riesgos de adicción, violencia o abusos diversos, más bien parece que constituyen un poderoso elemento de crecimiento y socialización juvenil (Albero, 2001; Castells, 2002; Oksman & Rautianen; 2002; Boshma, 2008; Bodoque et al., 2009).

### **5.2.6. Ocio juvenil, riesgos, civismo y sociedad civil**

El grado de poder que ejercen los medios de comunicación social para influir en la opinión pública es un tema que no requiere mayor justificación en el marco de este trabajo.

En general, los temas sobre jóvenes a los que se da mayor relevancia y espacio mediático están relacionados con interpretaciones negativas, situaciones de conflicto, o temas controvertidos en el ámbito de la opinión pública. Es decir, la mayor parte de las noticias e informaciones difundidas por

los diferentes medios de comunicación sitúan a los y las jóvenes como “problema”. Estos relatos del mundo cotidiano juvenil aparecen sobre todo ofreciendo una visión negativa de las prácticas sociales de adolescentes y jóvenes, o resaltando aspectos conflictivos a ellas relacionados. Esta realidad se ejemplifica a través de los datos recogidos por un reciente análisis sobre la imagen de los jóvenes en los medios de comunicación, según el cual el tema que más noticias genera es el del botellón, que acapara el 19% de todas las noticias emitidas sobre jóvenes, seguido de las noticias sobre episodios de violencia (13%) y temas relacionados con la vivienda (10%) (Alcoceba & Mathieu, 2007).

Y este hecho es relevante porque, aunque en el botellón participan miles de jóvenes, se trata de una opción de diversión minoritaria en la que —se estima— puede participar alrededor de un 10% del total de la población juvenil, en aquellas ciudades donde se práctica, aunque posiblemente sea una cuarta parte de los jóvenes quienes han ido alguna vez a un botellón, en especial en aquellos sitios donde es más popular, dado que la extensión de esta práctica es distinta según cada ciudad y Comunidad Autónoma (Calafat et al., 2005<sup>b</sup>).

El botellón es un fenómeno generado por algunos sectores de jóvenes durante las noches de los fines de semana, que reúne grandes concentraciones de jóvenes en espacios públicos al aire libre. Se trata de una práctica surgida en España a lo largo de los últimos 15 años, que no solo ha obtenido gran relevancia mediática, sino también profesional, de forma que se ha tratado en numerosos estudios, ensayos y revisiones que han abordado el tema desde distintos enfoques (Aguilera, 2002; Organización de Consumidores y Usuarios, 2002; Baigorri et al., 2003; Alcoceba & Mathieu, 2007; Giró, 2007).

De acuerdo a una revisión realizada por Calafat y colaboradores (2005<sup>b</sup>), el consumo de alcohol y el bajo precio de las bebidas alcohólicas es la razón dada con mayor frecuencia para justificar el botellón. Otras razones son: eliminar algunos controles existentes en los locales de ocio nocturno; los horarios (en el botellón se puede estar más tiempo); el acceso según la edad (en muchos territorios se limita la entrada a menores a locales de ocio nocturno); hablar y estar con amigos; el consumo de otras drogas (entre 37% y 51% cannabis; entre 2% y 13% cocaína); escuchar música; ligar, bailar, etc. En este contexto el consumo de alcohol frecuentemente va asociado además al uso de automóviles, música a gran volumen, horarios nocturnos prologados y cantidades importantes de basura que se deja esparcida en el lugar (Calafat et al., 2005<sup>b</sup>).

El botellón es pues un espacio que permite más alcohol por menos precio y bajo menor control. Como ya se ha comentado en el caso de las salidas nocturnas del fin de semana en general, y aun considerando los múltiples análisis que se han publicado sobre el fenómeno, parece que la práctica del botellón está lejos de pretender cuestionar el modelo de diversión hegemónico promovido y sustentado por la industria alcoholera y el sector del ocio nocturno durante las últimas décadas. En realidad, lo único que hace es acercar y hacer más asequible dicho modelo, hacerlo más económico y liberarlo de ciertas restricciones de horario, edades de acceso, etc.

Con ello, y a pesar de la mayor parte de las representaciones mediáticas y sociales respecto a esta práctica parezcan indicar lo contrario, nos encontramos nuevamente con una práctica básicamente integrada en el modelo social adulto.

Lo cual no significa que por ello no esté exenta de riesgos para las propias personas participantes, por ejemplo, incremento de la incidencia de borracheras o de episodios de violencia entre participantes en estado de embriaguez, incremento del riesgo de sufrir un accidente de tráfico durante el regreso, etc.

Adicionalmente, hablar de la naturaleza “*integrada*” del fenómeno tampoco implica la aceptación pasiva de comportamientos incívicos dignos de una respuesta social adecuada, como son por ejemplo, la producción de ruidos nocturnos, acumulación de basuras en espacios públicos, otras variadas molestias vecinales, costes añadidos de limpieza, entre otros.

Por tanto se requiere una respuesta social capaz de contribuir a minimizar riesgos y mejorar los problemas actualmente no resueltos. Existen algunos ejemplos documentados sobre avances prometedores obtenidos en este ámbito. Por ejemplo, en 2006 el Ayuntamiento de Barcelona puso en marcha un plan de intervención en este ámbito consistente en las siguientes medidas básicas:

- Aplicación de una ordenanza pública como normativa reguladora del uso del espacio público.
- Entrada en vigor del protocolo de un programa psicoeducativo dirigido a menores sancionados por consumo y tenencia de drogas ilegales en la vía pública.
- Acciones encaminadas a implicar a empresarios del mundo de la noche para disminuir los riesgos asociados al ocio nocturno.

En los últimos tres años el resultado de estas acciones está siendo la progresiva desaparición de espacios donde se producían concentraciones masivas de jóvenes con consumos de alcohol y otras drogas, aunque –de acuerdo a esta evaluación– no se ha conseguido la implicación y sensibilización de los empresarios del mundo de la noche (Institut Municipal de la Salut, 2009).

El reconocimiento de las dificultades de la aplicación de estas medidas por parte de las administraciones públicas, debería contribuir avanzar hacia un análisis sereno y en profundidad del fenómeno y los factores que lo promueven, liderado y participado por la sociedad civil y, en especial, por los y las propios jóvenes y los distintos colectivos de les representan.

## 5.3. La oferta de ocio: una aproximación a las dimensiones del mercado

Como se puede observar a lo largo de los apartados anteriores, las pautas que regulan y condicionan las actividades de ocio y el consumo asociado al ocio, incluyendo algunas prácticas de riesgo –como por ejemplo el consumo de drogas–, no son exclusivas de la población adolescente o joven, sino más bien lo contrario. Se trata de pautas aprehendidas de los modelos proporcionados por la población adulta, sus estilos de vida y su universo de valores. Pero además, responden a sofisticadas estrategias de comercialización y promoción, características del libre mercado, y ejercidas desde múltiples sectores económicos cuyo poder se ha incrementado sensiblemente durante las últimas décadas.

### 5.3.1. ¿Qué sabemos?

*“Sólo pueden realizarse cambios sociales reales cuando se conoce y entiende completamente la dimensión económica del tema en cuestión”* (Harlem Brundtland, 2002). Aunque con esta frase la directora de la OMS en 2002, no descubrió nada nuevo, sí resumió una realidad que frecuentemente se obvia o se trata de forma tangencial, a la hora de hablar de fenómenos sociales relacionados con la juventud, sus estilos de vida y sus comportamientos. En muy pocas palabras esta declaración continúa describiendo perfectamente la necesidad de conocer las características de la oferta existente en el mercado del ocio juvenil, cuando se aspira a mejorar y diversificar las alternativas de ocio disponibles, así como a ampliar los márgenes de libertad de adolescentes y jóvenes en sus prácticas de ocio.

A la hora de intentar realizar una aproximación a la dimensión económica del mercado del ocio, en todo lo relacionado con la oferta especialmente aquella que se dirige a adolescentes y jóvenes, el primer aspecto a destacar es la dificultad de la tarea, o mejor dicho la imposibilidad de la misma utilizando como método un trabajo de revisión.

El primer escollo radica en que no existe una delimitación concreta de los sectores económicos que participan en el ámbito del ocio en general, ni del ocio juvenil en particular. Menos aun se dispone de una aproximación global para medir la dimensión del mercado atribuible al ocio juvenil dentro de cada sector económico.

Tampoco se han desarrollado hasta ahora propuestas de indicadores clave que permitan valorar todos los aspectos relevantes en relación a la oferta de ocio dirigida a adolescentes y jóvenes, es decir que sean aptos para medir la dimensión real de los factores que promueven y condicionan los movimientos y la evolución de este sector.

Por consiguiente, tampoco existen sistemas de información ni registros sistemáticos que permitan realizar un seguimiento objetivo y a largo plazo entre la evolución de los principales indicadores del mercado (oferta) y los del consumo de ocio por parte de los grupos poblacionales de menor edad (demanda); de los cuales, como demuestra la revisión realizada hasta aquí, si existen datos cuantitativos y cualitativos que permiten valorar la situación ya sea de forma transversal o longitudinal. Una interesante revisión de posibles fuentes bibliográficas de datos sobre el sector del ocio en general (Megías Quirós, 2001), ilustra la dispersión de fuentes y la discontinuidad de datos disponibles.

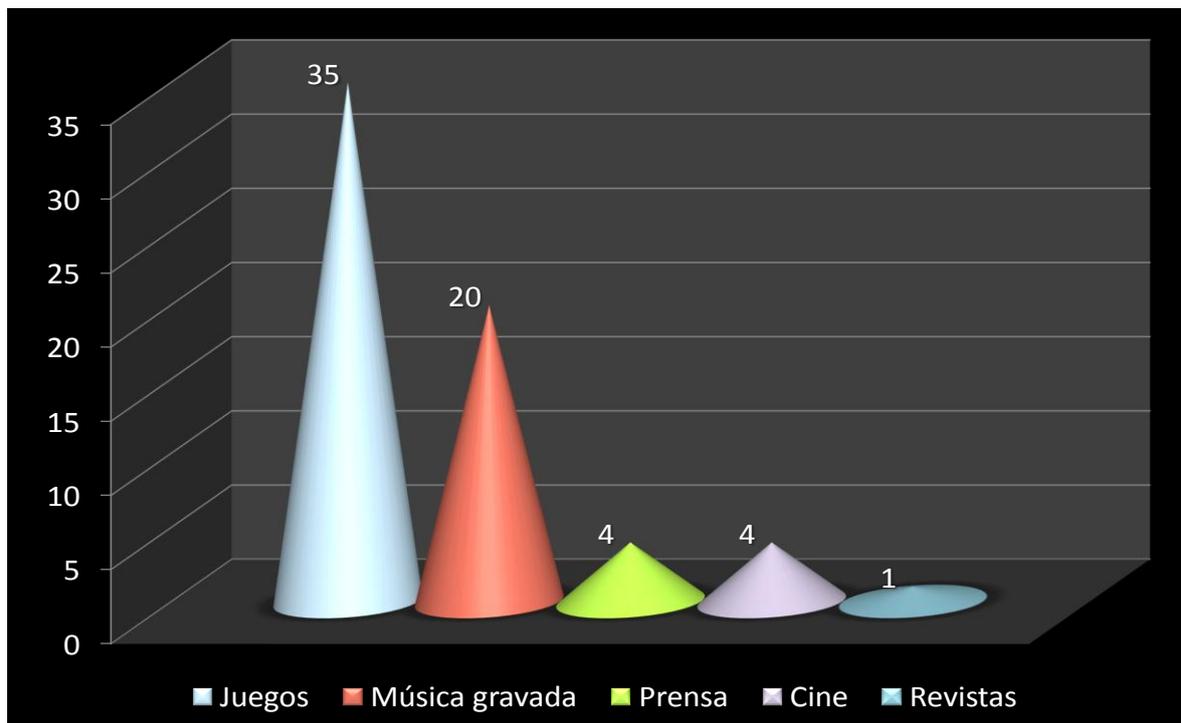
En este contexto, el único enfoque viable es realizar una somera aproximación a algunos datos económicos globales sobre los principales sectores que sustentan y/o acompañan las actividades de ocio juvenil más prevalentes y ya descritas en este informe. Con ello se puede obtener una ligera aproximación a la dimensión económica del sector. Los datos más destacables pueden resumirse en los siguientes puntos:

- En 2006, las actividades recreativas y culturales (excluido el sector hotelero y de la restauración) sumaban una cifra de negocios en torno a los 17,8 mil millones de €. El sector audio-visual y de cinematografía facturó unos 16 mil millones de €. Las actividades artísticas y de espectáculos 3,5 mil millones de €. Las actividades deportivas movieron más de 5,2 mil millones de €. Y los servicios audiovisuales generaron un movimiento de 11,7 mil millones de € (INE, 2006).
- El mercado *on-line* de música gravada, es decir la comercialización de música a través de Internet es una actividad económica que, a pesar del fenómeno de las descargas ilegales de música *on-line*<sup>2</sup>, genera grandes volúmenes de negocio en el mundo, alcanzando el 15% del mercado total de música gravada. De acuerdo a los datos de la Federación Internacional de Productores Fonográficos (IFPI), en 2008 el negocio internacional de la música digital *on-line* experimentó su sexto año de expansión, con un crecimiento del 25%, alcanzando la cifra de 2,9 mil millones de dólares (EEUU), y estimando en 3,7 mil millones de dólares el valor perdido en descargas ilegales. Las ventas desde plataformas digitales representaron el pasado año alrededor de un 20% del total de ventas de música grabada, frente al 15% de 2007. La música grabada ocupa en 2008 el segundo puesto en el negocio del mercado en Internet (Ver **Figura 39**). El consumo de música se está diversificando y con ello los flujos de ingresos para las empresas se están ampliando. En España el volumen de negocio en este sector En España el mercado digital representa sólo un 9,5% del total de facturación en música gravada (IFPI, 2009).

---

<sup>2</sup> En Europa, España y Holanda son, por este orden, los países donde se efectúan más descargas ilegales, con un 35% y un 28%, respectivamente, de usuarios de la red que lo hacen regularmente. Esto equivale a que en nuestro país, por cada descarga legal, se realizan 20 ilegales (IFPI, 2008).

Figura 39. Porcentaje de negocio para los productos con mayor volumen de ventas en Internet (2008).



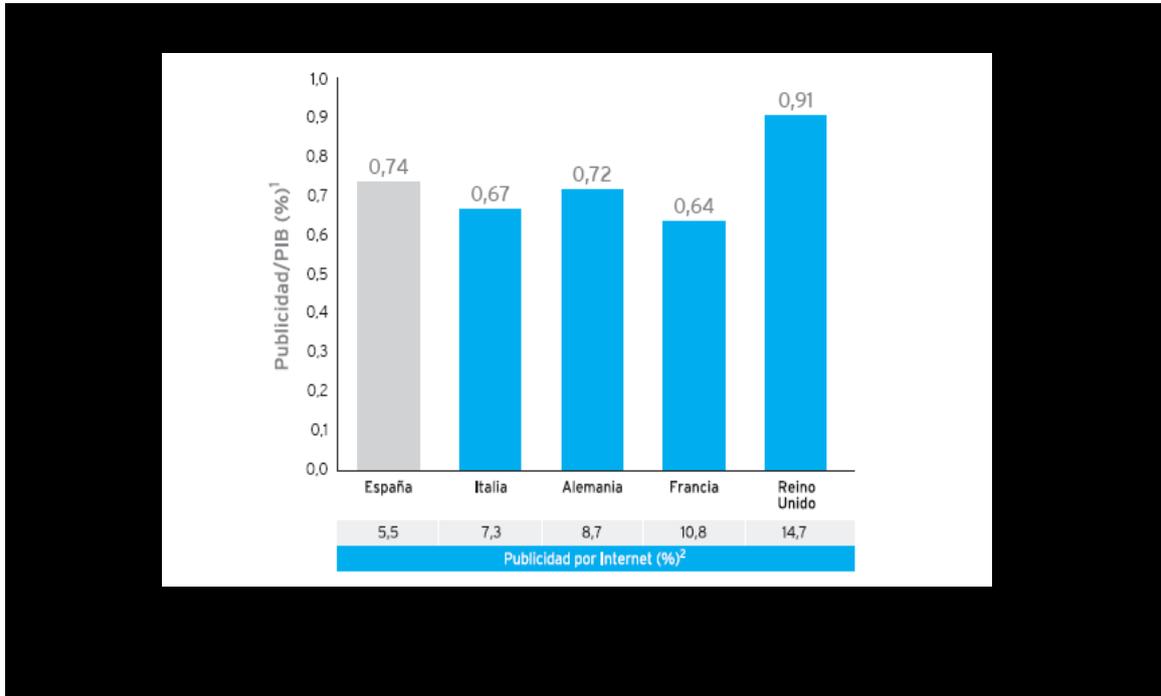
Fuente: IFPI (2009).

- Paralelamente a este desarrollo del negocio en Internet, el negocio resultante de la venta de música grabada en soportes tradicionales (incluyendo: CDs, DVDs musicales, discos, cintas, etc.), ha disminuido de manera acusada en los últimos años (un 44% entre 2001 y 2006), pasando en estos años de generar un volumen de negocio de 685 millones de €, a 375 millones desde € 2006. A pesar de ello, España ocupa el cuarto lugar en importancia del mercado dedicado a la comercialización de productos discográficos de la Unión Europea, tras el Reino Unido, Alemania y Francia (Iglesias Lozano, 2001).
- La música en directo, es decir los conciertos, supone un negocio que crece año tras año. Más de 100.000 conciertos se celebran cada año en España, con más de 25 millones de asistentes que dejan una recaudación total de unos 150 millones de €, a los que hay que sumar más de 500 millones de € procedentes de otras vías de financiación, en particular las referentes a instituciones y empresas patrocinadoras. Esto constituye un montante total de más de 700 millones de € al año (IFPI, 2009), cifra –como se puede comprobar– muy superior al dinero que se mueve actualmente en venta de música grabada en soporte tradicional.
- Los ingresos sociales de la Sociedad General de Autores (SGAE) en concepto de reproducción de música grabada durante el año 2008 ascendieron a 43 millones de €. Estos ingresos procedieron de las tasas

satisfechas por 101.000 establecimientos, siendo el sector del ocio nocturno el que más ingresos sociales generó a la SGAE: el 40,8% del total (SGAE, 2008).

- En 2008, la cifra global de negocio en el sector de las TIC en España generó algo más de 114,3 mil millones de €, siendo el sector económico que más crecimiento experimentó en nuestro país (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI, 2009<sup>a</sup> y 2009<sup>b</sup>).
- Como un simple ejemplo del volumen de negocio generado por las redes sociales en Internet, una de ellas (la española Tuenti) facturó más de 600.000 € en 2008 y espera facturar 10 veces más en 2009 (Martín, 2009).
- Las redes sociales móviles, constituyen un sector que en 2008 movió 81,6 millones de € en España y se estima que este volumen crecerá hasta los 211 millones en cinco años (Silicon News, 2008).
- Según datos de datos del informe “*Global Entertainment & Media Outlook 2008-2012*” elaborado por *Pricewaterhouse-Coopers*, datos de la Comisión Europea, y de Infoadex referidos a 2008, con el desarrollo de las TIC, la proliferación de nuevos medios de comunicación y el cambio de hábitos de la población, la publicidad está pasando por un incremento de su complejidad. En todos los países, incluida España, Internet juega un papel relevante en esta evolución, y la población va progresivamente reduciendo el tiempo de ocio dedicado a medios tradicionales a favor fundamentalmente de Internet (Ver **Figura 40**). Esto está haciendo cambiar progresivamente el peso que tiene la publicidad en cada medio de comunicación. Para el mercado publicitario, Internet se configura como un medio económico con excelentes perspectivas (ONTSI, 2009).
- El gasto en servicios TIC efectuado por los hogares españoles en 2008 ascendió a 13,1 mil millones de euros, un 6,3% superior al realizado durante el año anterior. El mercado en telefonía móvil en 2008 asciende a 5,7 mil millones de euros. Siguiendo por orden de volumen, el de la telefonía fija con 4,1 mil millones de euros y los servicios de Internet y TV de pago con 1,9 y 1,2 mil millones de euros, respectivamente. (ONTSI, 2009).
- El sector turístico español registró en 2006 una cifra total de negocio de algo más de 34,7 mil millones de € y el sector de la restauración algo más de 41,5 mil millones de € (INE, 2007). En 2007 España ocupaba el primer lugar de la Unión Europea (UE) en el número de empleos a tiempo completo en el sector hotelero y de la restauración, con 1.202.000 de empleos, situándose por encima de Italia que generó 875.000; Alemania, con 848.000; o Francia y Reino Unido con 690.000, respectivamente (European Commission, 2007).

Figura 40. Publicidad en medios convencionales sobre PIB y peso de Internet como soporte publicitario sobre la inversión total



1) Datos 2006 (Infoadex 2008); 2) Sobre total de publicidad convencional primer semestre 2007  
Fuente: ONTSI, 2009.

- La elaboración de bebidas alcohólicas superó en 2008 la del resto de bebidas (un 55% del total) con una cifra global de negocio de algo más de 11,7 mil millones de €. (INE, 2009).
- Las ventas de bebidas alcohólicas en 2005, generaron en España algo más de 9,5 mil millones de €, de los cuales un 52% correspondió al vino, un valor similar al de la factura total de medicamentos prescritos con receta médica oficial (Antoñanzas et al., 2008).
- Como en cualquier otro sector, la publicidad y promoción de bebidas alcohólicas, es eficaz para promover el consumo. La publicidad en este sector utiliza el manejo de valores, símbolos e imágenes relevantes para adolescentes y jóvenes como medio eficaz de llegar de forma efectiva a estos segmentos del mercado. En la actualidad es prácticamente imposible disponer en España del cómputo total de la inversión realizada en publicidad, promoción y patrocinio por el sector alcoholero. Tres factores dificultan esta tarea. En primer lugar, la opacidad respecto a estas inversiones de promoción del producto, que –en general– no figuran como tales en las memorias anuales publicadas por las respectivas empresas alcoholeras. En segundo lugar, la alta fragmentación y dispersión de la escasa información disponible en este terreno. Y en tercer lugar, la amplia diversificación de las estrategias de promoción

utilizadas: publicidad directa; publicidad indirecta; publicidad subliminal (*product placement* en programas televisivos de *prime time* y en películas, *merchandising*, entre otras); patrocinio cultural, musical y cinematográfico; propuestas diversas (culturales y lúdicas) y espacios varios abiertos en Internet, etc. Sin embargo, de las aproximaciones parciales publicadas recientemente (Martín, 1995; Sánchez-Pardo, 2003; Salvador Llivina, 2006; Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007; Antoñanzas et al., 2008; Bond et al., 2009; Montes de Santiago & Lado Castro-Rial, 2009) se puede afirmar que actualmente en España:

- a. La industria alcoholera sigue incrementando las inversiones de promoción de bebidas alcohólicas, por encima de la inversión realizada por la mayoría de otros sectores económicos existentes en el mercado.
  - b. Paralelamente al hecho anterior, y como consecuencia del mismo, las estrategias de publicidad, la promoción y el patrocinio de bebidas alcohólicas proporcionan una fuente de ingresos importante a otros sectores sociales clave como son: los medios de comunicación; la industria cultural (música, cine, etc.); o el sector deportivo, entre otros. Con ello, los argumentos –en favor de la defensa de una supuesta libertad ciudadana– con los que se defiende su permanencia y su omnipresencia frente a cada intento de regulación legal, son asumidos como propios por todos estos sectores que, además, gozan de la máxima visibilidad mediática.
  - c. Por sus contenidos, por los canales utilizados, por su ubicación, etc., los mensajes y las estrategias de promoción continúan dirigiéndose a los grupos poblacionales de menor edad (adolescencia y juventud) como grupos diana preferentes. Lo cual implica que tanto los códigos de autorregulación publicitaria, como las múltiples fragmentarias normativas vigentes que regulan la publicidad y promoción, son reiteradamente violadas o ignoradas.
  - d. Ni las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud, 2000), ni las sólidas experiencias de regulación implementadas en países de nuestro entorno cultural que además tienen una industria alcoholera potente –como por ejemplo Francia–, no parecen ser tomadas en consideración cada vez que se reabre el debate social respecto a la necesidad de mejorar la política española sobre regulación de la oferta y promoción de bebidas alcohólicas.
- En 2008, el volumen total del negocio generado por las ventas de tabaco en España ascendió a 12,3 mil millones de € (Comisionado para el Mercado de Tabacos, 2008). La legislación española vigente contempla la prohibición total de la publicidad directa y del patrocinio del tabaco. A pesar de ello, al igual que sucede con las bebidas alcohólicas, las

estrategias de promoción del tabaco son múltiples y su presencia creciente en múltiples ámbitos de interés para adolescentes y jóvenes (cinematográfico, televisivo, musical, cultural, etc.). Sin embargo, como sucede con el alcohol, es literalmente imposible valorar las dimensiones de las inversiones en promoción de productos de tabaco, así como determinar con certeza qué otros sectores se benefician de las múltiples estrategias de promoción desarrolladas actualmente por la industria tabacalera, así como el volumen de patrocinio u otro tipo de apoyo recibido por parte de esta industria. Por otro lado, los precios del tabaco en España, a pesar de las recientes subidas de impuestos, continúan situándose entre los más bajos de la UE (Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo, 2009).

Las dimensiones y características de la oferta existente en el mercado del ocio, así como las estrategias de promoción al uso, permiten apuntar algunas reflexiones.

De acuerdo al perfil de la demanda, que viene dado por el conocimiento de las actividades de ocio juvenil más prevalentes (descritas en el capítulo 5.2. de este informe), es evidente que, considerado en su conjunto, el mercado del ocio juvenil constituye un sector muy potente dentro de la economía española. Y se trata además, de un mercado que –por encima de las potenciales turbulencias de la economía– se halla en clara expansión.

La mayoría de los sectores económicos que sustentan o acompañan las actividades de ocio más prevalentes (escuchar música, salir con amigos, ver TV, usar el ordenador, oír la radio, ir de compras, estar con la pareja, leer periódicos o revistas, descansar/no hacer nada, ir al cine, etc.), se pueden realizar sin recurrir al uso (o al abuso) de artículos de consumo que impliquen un riesgo objetivo para la vida o la salud de adolescentes y jóvenes (discapacidad, adicción, morbilidad, mortalidad, abuso de algún tipo). O dicho de otra forma, sólo una minoría de los productos comercializados en el sector del ocio, conllevan un riesgo objetivo de para la población joven. En concreto se trata de: el alcohol (y con él un sector considerable de la industria del ocio nocturno (pubs, discotecas, bares, etc.), el tabaco, y en menor medida otras drogas. Estos productos están involucrados en los principales riesgos a lo que se hallan expuestos adolescentes y jóvenes:

- Incremento de la probabilidad de sufrir accidentes de tráfico con consecuencias fatales (especialmente discapacidad motriz y mortalidad prematura).
- Incremento de la probabilidad de embarazos no deseados o contagio de enfermedades infecciosas debido a prácticas sexuales sin protección adecuada y sistemática.
- Incremento de la probabilidad de desarrollar problemas de dependencia u otras enfermedades a medio o largo plazo derivadas de la potencial

adicción que implica el abuso del alcohol, o la adicción que general el consumo de tabaco.

En un ámbito económico de enormes dimensiones, como es el que nos ocupa, es impensable pretender cualquier modificación de la situación actual sin tener en cuenta las repercusiones económicas (en términos de potenciales reducciones de ventas y ganancias) que las medidas de regulación conllevan para los sectores del mercado sobre los que se interviene (Calafat et al., 2004).

Pero a la vez, es igualmente necesario considerar que, tal como está documentado en el ámbito de la economía de la salud, las pérdidas para un sector concreto, no implican pérdidas para el conjunto de la economía de un país, sino una redistribución del mercado, es decir un incremento del negocio para otros sectores económicos (Mankiw, 1998). Este hecho ha quedado patente en el caso del tabaco. Diversos estudios económicos y el propio Banco Mundial, indican que las economías de cada país pueden beneficiarse de las medidas que regulan el mercado del tabaco, y este beneficio se apoya en un principio económico básico: si las personas dejan de gastar en tabaco, el dinero del que disponían para gastar en esta sustancia lo gastan en otros bienes y servicios que también generan empleo e ingresos, además de contribuir a la disminución de los costes sociales derivados de una sustancia cuyo consumo genera un alto coste sanitario y social, factores que sumados revierten finalmente en un crecimiento económico mayor para el país que ha aplicado las regulaciones de las sustancias de riesgo (Abedian et al., 1998; Jha & Chaloupka et al., 1999; World Health Organization, 2000).

Las políticas necesarias y basadas en la evidencia de efectividad para reducir los riesgos asociados al uso del alcohol están bien definidas (Organización Mundial de la Salud, 2000; Robledo, 2004; World Health Organization; 2004; Calafat, 2004; Anderson & Baumberg, 2006; Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007), e incluyen estrategias de sensibilización pública (sobre los riesgos derivados del uso inadecuado y del abuso, así como sobre la importancia de adoptar medidas de reducción de riesgos), educativas (a través de métodos interactivos de probada eficacia); de regulación de la oferta (incremento de los precios, mediante impuestos; regulaciones de la comercialización: comercios y horarios; y de regulaciones del consumo (lugares y horarios).

Las medidas reguladoras de la oferta de alcohol y tabaco son las que presentan un mayor impacto en la reducción del y el daño relacionado con el uso de drogas, tanto entre jóvenes como en los adultos. En el desarrollo de las políticas sobre drogas se han producido sensibles avances en nuestro país, sin embargo, hasta ahora la mayoría de las acciones y políticas públicas para la prevención del abuso del alcohol se han centrado básicamente en la realización de campañas de sensibilización pública que siempre disponen de presupuestos muy inferiores a las inversiones en publicidad directa realizadas por la industria (Montes de Santiago & Lado Castro-Rial, 2009), y ello sin considerar las inversiones varias en promoción y patrocinio por parte de marcas diversas de bebidas alcohólicas, de las cuales –como ya se ha comentado– no existe documentación disponible. Las políticas preventivas también han avanzado

además en la extensión de programas educativos desarrollados principalmente en el medio escolar, aunque su cobertura y calidad sean todavía desiguales en muchos casos (Salvador Llivina et al., 2008).

Mucho más tímidas han sido las políticas de prevención de probada eficacia aplicadas en el ámbito de las limitaciones a la venta y el consumo público de alcohol, el control de la publicidad y promoción, y la elevación de los precios de las bebidas alcohólicas.

Los valores del impuesto especial a bebidas alcohólicas fijados en España nos sitúan, en general, como el país de la UE con impuestos más bajos en todas las gamas de productos alcohólicos. La investigación económica sobre la repercusión de los cambios en el consumo ante variaciones en los precios, medida a través de las elasticidades, indica que son menores que la unidad. Es decir, un aumento del 15% del precio, por ejemplo, conlleva reducciones de consumo menores a esa proporción. Varios estudios indican que esta elasticidad puede ser incluso menor al 0,5, lo cual, según las clasificaciones económicas, indicaría su carácter de bien de primera necesidad o producto de carácter adictivo. Aunque esta baja elasticidad significaría también que las políticas de aumento de precios apenas tendrían efectos en la disminución del consumo global, se ha comprobado que el consumo de ciertos grupos es más sensible a cambios en los precios, por ejemplo el aumento de precios sí es efectivo para disminuir el consumo entre adolescentes y jóvenes (Babor, 2003; Antoñanzas et al., 2008). Por ello, las políticas de impuestos sobre el alcohol, al igual que las del tabaco, así como otras medidas de regulación, pueden tener importantes consecuencias para la mejora de la situación del uso de alcohol en los grupos más jóvenes de población, y por tanto en la disminución de los riesgos a los que se hallan expuestos.

Como se ha podido observar en España en cada intento gubernamental de aplicar modestas propuestas legales de regulación, es difícil para los gobiernos actuar en esta línea debido a la presión que ejercen diversos sectores económicos clave (industria alcoholera, medios de comunicación y otros sectores vinculados a la comercialización y promoción de bebidas alcohólicas), con intereses directos o indirectos en la oferta del alcohol. También lo es en el caso del tabaco, pero su regulación se halla más avanzada debido al apoyo masivo y decidido recibido por parte de los sectores profesionales clave (especialmente del ámbito de la salud), aspecto que no se ha producido con la misma intensidad y contundencia en el caso de las propuestas de regulación relacionadas con la producción, comercialización y promoción del alcohol.

Recientemente se ha abierto el acceso público a documentos internos de la industria del alcohol y el tabaco, y el estudio de los planteamientos internos de estas industrias es diáfano: para obtener los máximos beneficios, basan su negocio en la expansión continua de sus mercados. Las leyes reguladoras de la producción, comercialización, promoción y consumo de productos alcohólicos y de tabaco reducen los ingresos para estas industrias, ellas lo saben y por tanto el enfoque general es enfrentarse, con todos los recursos disponibles, a cualquier intento, que ponga en riesgo las ventas y el beneficio de ellas derivado (Bond et al., 2009).

En este marco, las medidas preventivas y las políticas de control de la oferta de drogas legales surgen de la necesidad de garantizar los derechos de la ciudadanía, y especialmente de los grupos de población más joven y vulnerable, frente a intereses económicos que le son ajenos. Las medidas legislativas eficaces desde un punto de vista preventivo no van encaminadas a la erradicación de los consumos, ni a la penalización de los consumidores, ni a la ilegalización de las sustancias de consumo legal. La legislación y las medidas políticas deseables desde una óptica preventiva, deben ir encaminadas al control de los procesos de producción, comercialización, y promoción de drogas, así como a la prevención de los consumos de riesgo. Desde este marco, no pretenden limitar las libertades de nadie, sino muy al contrario, deben ser garantes del derecho de todos los grupos sociales y en especial los de menor edad, a optar, en la medida de lo posible, por un estilo de vida libremente elegido y por disfrutar más plenamente de la vida y de las potencialidades del ocio y el tiempo libre.

Las lagunas todavía existentes en el marco normativo para el control del uso público de las drogas legales así como de las condiciones de mercado mediante las cuales se facilita el uso generalizado de dichas sustancias, menoscaban la eficacia y la credibilidad de los programas preventivos realizados en el ámbito comunitario, escolar, familiar y del ocio, dado que a los ojos de los y las adolescentes, el uso de drogas ilegales se desaprueba por razones estrictamente legales y no por que exista un compromiso social para afrontar eficazmente las consecuencias negativas de su uso, con independencia de su situación legal.

### **5.3.2. ¿Qué deberíamos saber?**

Como demuestra la información recogida por la presente revisión, las conductas, preferencias y necesidades percibidas relacionadas con el ocio de adolescentes y jóvenes son identificables y valorables con relativa facilidad, dado que existe una amplia profusión de estudios y recursos de calidad dedicados a su identificación, medición y seguimiento.

La situación cambia diametralmente cuando se intenta realizar una valoración, no solo de las dimensiones de la oferta comercial de ocio en general, sino en especial las de la oferta de las sustancias relacionadas con los principales factores de riesgo identificables en relación a la práctica del ocio, es decir, cuando la información que se pretende recoger se refiere a la oferta de drogas, sus dimensiones, las inversiones realizadas en promoción, los grupos diana a los que van enfocadas las estrategias de promoción, etc.

Lo que sí sabemos, gracias a un creciente número de estudios epidemiológicos, es que el uso de drogas no es un fenómeno estático sino que

es dinámico, es decir, cambia cuando cambian determinados elementos de contexto, y un claro ejemplo de ello, son las dimensiones epidémicas que ciertos tipos de consumo –como por ejemplo el tabaquismo– han llegado a alcanzar en el marco de las sociedades desarrolladas, dimensiones difícilmente explicables por cambios culturales o de percepción del mundo de las nuevas generaciones. Es decir, a partir de mediados del S.XX, el contexto de la oferta de drogas se ha convertido en un engranaje comercial altamente sofisticado e insuficientemente regulado, donde la elección sobre consumir o no consumir drogas ha dejado de ser un acto de libertad para convertirse en un hecho anunciado (Salvador Llivina, 2006), circunstancia que pone en cuestión una de las características más valoradas por los y las jóvenes en relación a las prácticas de ocio: la sensación de estar realizando una actividad libremente elegida.

En este contexto, parece sorprendente la falta de información disponible sobre las características y la evolución de los distintos aspectos que conforman la oferta de drogas. Así como la tolerancia social y el *olvido* institucional respecto a este vacío de información.

En cualquier caso, el hecho de que las empresas productoras y distribuidoras de productos que aumentan los factores de riesgo de múltiples problemas, enfermedades y discapacidades, especialmente entre sus mejores clientes, habría de abordarse con más atención por parte de quienes tienen capacidad de modificar las políticas económicas y sanitarias (Antoñanzas et al., 2008), esta necesidad es mayor y más acuciante aún cuando hablamos de clientes jóvenes.

Se deberían definir y establecer procedimientos de recogida periódica de indicadores capaces de delimitar las dimensiones de los principales sectores económicos que sustentan, promueven y/o acompañan las actividades de ocio, juvenil. Para ello sería preciso disponer de indicadores capaces de proporcionar información periódica y mantenida para:

- Conocer el volumen total de la oferta existente, estrictamente dedicada al ocio en cada sector del mercado.
- Valorar el volumen de negocio que en cada sector económico ocupa el segmento atribuible al consumo de ocio en general.
- Delimitar, dentro de cada sector, el volumen de la oferta dedicada al ocio adolescente y juvenil.
- Conocer las estrategias de comercialización y promoción de artículos destinados al consumo de ocio por parte de adolescentes y jóvenes. En especial para aquellos productos, como las bebidas alcohólicas y el tabaco, asociadas al incremento de las situaciones de riesgos que afectan a adolescentes y jóvenes.
- Conocer el volumen de las inversiones de promoción, patrocinio y otras formas de publicidad encubierta de drogas, así como los sectores en los que se realiza cada inversión.

- Monitorizar la evolución de los precios relativos –es decir considerando tasas de descuento, evolución del IPC y evolución del poder adquisitivo de la población– de las bebidas alcohólicas, el tabaco y las drogas ilegales.
- Monitorizar las incidencias registradas en torno al cumplimiento de las previsiones legales relacionadas con la comercialización y promoción de alcohol y tabaco en cada comunidad Autónoma (denuncias ciudadanas recibidas, expedientes informativos y sancionadores abiertos, sanciones aplicadas, etc.).
- Comparar la evolución de distintos indicadores de la oferta y la demanda, como por ejemplo:
  - ✓ Dimensión y evolución de las estrategias del mercado para promover el consumo de determinados modelos de ocio, y la evolución de las distintas conductas de ocio entre adolescentes y jóvenes.
  - ✓ Evolución de los precios de cada producto ofrecido en el mercado del ocio y la evolución de la demanda existente para cada uno.
  - ✓ Evolución entre indicadores de disponibilidad real de productos e indicadores de consumo.
- Comparar indicadores de percepción normativa del uso de las distintas drogas utilizadas en contextos recreativos e indicadores de demanda.

La disponibilidad de estos indicadores y su difusión periódica, facilitaría sustancialmente el trabajo de profesionales e instituciones públicas y no gubernamentales que dedican sus esfuerzos al fomento del bienestar de adolescentes y jóvenes.

## **5.4. Evidencia de efectividad de las medidas de prevención de riesgos en contextos recreativos**

Diversas revisiones y trabajos de meta-análisis publicados a lo largo de los últimos años coinciden en señalar que es posible reducir y en buena parte prevenir, los principales riesgos a los que pueden estar expuestos adolescentes y jóvenes en los contextos de ocio (CSAP, 1996; Tobler, 1997; Ministerio de Sanidad y Consumo, 2000<sup>a</sup> y 2000<sup>b</sup>; Calafat & Juan 2003; Skara & Sussman, 2003; Lowman, 2004; Robledo, 2004; Anderson & Baumberg, 2006; Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006; Ritter & Cameron, 2006; Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas, 2007; Merino Merino, 2008; Subdirección General de Drogodependencias, 2008; Comisión de Expertos para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad

Viaria, 2007; Foro "La sociedad ante las drogas" – Grupo de Trabajo "Juventud" (s/f); Salvador Llivina & Silva, en prensa).

Durante los últimos años, la mayoría de programas con intención preventiva realizados en el marco recreativo, se han centrado en el ámbito de la prevención de problemas relacionados con las drogas. Se trata de programas denominados "de alternativas". Consistentes en el desarrollo de actividades variadas de ocio (talleres con múltiples contenidos, apertura nocturna de instalaciones municipales, propuestas deportivas, etc.), a la vez que, en algunos casos, a estas actividades se añade la difusión de información sobre los riesgos asociados al uso de drogas, así como información sobre prevención de relaciones sexuales de riesgo. Todos estos programas se plantean la prevención y/o la reducción de factores de riesgo para el desarrollo de problemas relacionados con las drogas a través de la oferta a las personas participantes de espacios y actividades que aspiran a constituirse en opciones alternativas al ocio asociado al uso de drogas.

Tanto los resultados de las revisiones como de los estudios de meta-análisis disponibles (Shaps, 1981; Cook et al., 1984; Tobler 1997; CSAP, 1996; Comas Arnau, 2001<sup>b</sup>; Skara & Sussman, 2003; Fernández Hermida & Secades Villa, 2003; Martín González & Moncada Bueno, 2003; Rodríguez-Martos et al., 2007; Merino Merino, 2008; Subdirecció General de Drogodependències, 2008; Foro "La sociedad ante las drogas" – Grupo de Trabajo "Juventud" (s/f); Salvador Llivina & Silva, en prensa) indican que la mayoría de estos programas han obtenido resultados modestos en lo referido a la modificación del uso de drogas por parte de la población participante. Con todo, las condiciones para obtener resultados, aunque sean modestos, indican que dichos programas deben reunir las siguientes características:

- Haber utilizado una estrategia participativa y un modelo comunitario de implicación de los agentes sociales clave. En este sentido, se han obtenido resultados positivos al fomentar la participación juvenil, especialmente en aquellos municipios en los que los programas han conseguido que población joven y adulta, asociaciones vecinales y de la hostelería, así como otros agentes sociales, hayan resuelto sus diferencias para construir modelos de ciudades más habitables.
- Haberse combinado con otros programas preventivos, como por ejemplo programas escolares y comunitarios de nivel universal, selectivo o indicado.
- Incluir contenidos específicos sobre prevención de drogas y de relaciones sexuales de riesgo.

Asimismo, los contextos de ocio constituyen espacios idóneos para realizar actuaciones encaminadas a reducir los riesgos potencialmente asociados a las prácticas lúdicas y de ocio. Estas actuaciones o programas de reducción de riesgos se concretan en la ubicación en los contextos de ocio de puntos de información y apoyo, y trabajo entre pares, para incrementar la capacidad de los y las jóvenes para la toma de decisiones informadas y la gestión del riesgo relacionado con el uso recreativo de drogas y las prácticas

sexuales de riesgo. Los estudios de evaluación de estos programas no son muchos, y aunque sobre algunos tipos de programas exista todavía un debate abierto, los resultados obtenidos hasta ahora parecen indicar que orientaciones como el testado de pastillas, el *club health*, o el *safer dance*, pueden ser efectivos para reducir dichos comportamientos de riesgo, siempre que se realicen en contextos recreativos donde se produce el consumo (Evans et al., 1991; Jones & Lacey, 2000; Calafat et al., 2003; Delegación de Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2003; Valverde et al., 2003; Ritter & Cameron, 2006; Merino Merino, 2008; Subdirecció General de Drogodependències, 2008).

Los resultados de estudios sobre la efectividad de programas desarrollados en contextos asistenciales que atienden a personas que han sufrido accidentes de tráfico relacionados con el consumo recreativo de alcohol u otras drogas, muestran que intervenciones breves que incluyen el trabajo de aspectos motivacionales pueden contribuir a alcanzar una disminución del consumo de drogas, así como una disminución de las consecuencias negativas o problemas relacionados con dicho consumo, aunque estos programas no siempre son fáciles de implementar dado que el personal mediador (especialmente el que atienden servicios sanitarios de urgencia) puede percibirlos como una carga añadida a su trabajo (Gentilello et al., 1999; Rodríguez-Martos et al., 2002; Lowman, 2004; Rodríguez-Martos et al., 2004; Gentilello et al., 2005; Rodríguez-Martos et al., 2005; de la Fuente et al., 2006; Ritter & Cameron, 2006; Subdirecció General de Drogodependències, 2008).

Existe otro grupo de medidas preventivas centradas en el desarrollo de estrategias poblacionales de protección, cuya efectividad ha sido ampliamente probada en términos de reducción de la discapacidad, la morbilidad y la mortalidad prematura asociadas al uso recreativo de drogas o a las conductas sexuales de riesgo (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2000<sup>a</sup>, 2000<sup>b</sup> y 2006; Robledo, 2004; Anderson & Baumberg, 2006; Comisión de Expertos para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad Viaria, 2006; Giesbrecht & Haydon, 2006; Feinberg et al., 2007; Comisión de Expertos para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad Viaria, 2007; Antoñanzas et al., 2008; Federación de Planificación Familiar Estatal, 2008). Los resultados de los estudios y revisiones disponibles indican que en este ámbito existen tres tipos de intervenciones de probada eficacia:

- Medidas legales y normativas de protección y control. Son medidas formales adoptadas para regular la oferta de alcohol y tabaco, así como el consumo público de drogas. Los objetivos de estas políticas son la eliminación o la reducción de los riesgos socio-sanitarios asociados con el uso de drogas, incluidos los riesgos que afectan a las personas que consumen y a quienes no lo hacen:
  - a. El aumento sostenido de los precios del alcohol y del tabaco mediante el incremento de la fiscalidad por encima del incremento de la inflación.
  - b. La vigilancia y seguimiento de la aplicación de las leyes que regulan la oferta y el consumo de drogas en contextos de ocio. Incluyendo:

actuaciones y campañas de sensibilización capaces de explicar las razones que sustentan las medidas legales; controles de alcoholemia; vigilancia del cumplimiento de las previsiones legales que regulan la venta de alcohol y tabaco (licencias de venta, horarios de venta, edad legal, etc.), así como la regulación del consumo público de drogas.

- c. La reducción de la tasa de alcoholemia hasta el nivel 0 en población joven.
  - d. La restricción de la publicidad y promoción de bebidas alcohólicas: limitando la publicidad directa a la descripción del producto; regulando la ubicación de dicha publicidad; suprimiendo la publicidad de los medios de comunicación como la televisión o el cine; y regulando las estrategias de promoción y patrocinio.
  - e. El seguimiento de las previsiones legales sobre prohibición de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco previstas en la Ley 28/2005. Y la valoración de nuevas medidas legales reguladoras de otras estrategias de promoción encubierta (*product placement*, patrocinio encubierto de actividades musicales, cinematográficas y culturales en general, y en particular las dirigidas a adolescentes y jóvenes.
  - f. La facilitación de un marco legal protector para adolescentes, capaz de promover la disminución de embarazos no deseados y asegurar la despenalización de las jóvenes que optan libremente por la interrupción voluntaria del embarazo.
- Programas de reducción de riesgos asociados al uso recreativo de drogas y a prácticas sexuales de riesgo. En esta categoría se incluyen programas de prevención selectiva e indicada, bien planificados y dirigidos a grupos concretos, por ejemplo: jóvenes adultos que beben antes de conducir, jóvenes que mantienen consumos recreativos de drogas, jóvenes que mantienen relaciones sexuales de riesgo, etc. Y al igual que no se concebiría una intervención en el ámbito escolar o en el ámbito de la salud, realizada por personal no cualificado, también en el ámbito del ocio existen fundadas razones que apuntan la necesidad de profesionalizar las actuaciones y programas de reducción de riesgos realizadas en el ámbito recreativo (Juan et al., 2007; Foro La Sociedad ante las Drogas, 2008)
  - Promoción de un contexto social orientador, integrador y de apoyo. Capaz de ofrecer y difundir la disponibilidad de recursos sociales de protección, integración, educación afectivo-sexual, así como provisión de servicios y recursos dirigidos a los y las adolescentes que faciliten la adopción de métodos eficaces para la prevención de ITS y embarazos no deseados; así como la práctica de interrupción de embarazos no deseados en condiciones de seguridad y atención sanitaria adecuadas (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2006).

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La disponibilidad de tiempo libre para dedicar al ejercicio del ocio como concepto contrapuesto al tiempo dedicado a las tareas realizadas por obligación o por necesidad, constituye un logro de las sociedades del bienestar surgidas en la época postindustrial, y es percibido, en especial por los grupos más jóvenes de población, como el único contexto donde libremente cada persona puede divertirse, pasarlo bien y recuperar su identidad haciendo aquello que más le gusta y apetece. Así, el ocio ha adquirido un papel central en la dinámica de la sociedad actual.

La importancia que el ocio ha alcanzado a lo largo de las últimas décadas es tal que, durante la adolescencia y la temprana juventud, el ejercicio del ocio constituye actualmente una forma asertiva y eficaz de crecimiento personal y de socialización.

Las prácticas de ocio más prevalentes entre adolescentes y jóvenes durante la última década están relacionadas con la interacción con sus iguales, y la irrupción de las tecnologías de la comunicación (TIC), no sólo para practicar con ellas actividades de ocio, sino también para facilitar dicha comunicación y e interrelación social en general. Todo ello se produce enmarcado dentro de la dinámica del consumo, un fenómeno omnipresente en el modelo económico que sostiene la sociedad postindustrial, y que en el caso del ocio cuenta con el fomento de sectores económicos clave y de importancia creciente.

Frecuentemente, la noción de riesgo asociada a las prácticas de ocio de adolescentes y jóvenes –especialmente la profusamente difundida por los medios de comunicación– se basa más en prejuicios culturales, que en datos basados en la evidencia. Aunque parece crecer la percepción de que las prácticas de ocio y determinadas conductas de riesgo son elementos consustanciales de la propia diversión, no se ha demostrado que exista una relación determinista entre la práctica del ocio y el desarrollo de conductas de riesgo.

Sin embargo, y analizado desde una perspectiva de salud pública, existen algunas conductas relacionadas con el ocio que –objetivamente– conllevan un incremento de la probabilidad de exposición a situaciones vitales indeseadas, pueden ir en detrimento de las potencialidades personales, o pueden elevar la probabilidad de sufrir algún tipo de incapacidad, o enfermedad y/o mortalidad prematuras. Entre los riesgos más prevalentes destacan, por su impacto en la morbilidad y mortalidad de los grupos más jóvenes, determinadas conductas como pueden ser: el consumo de drogas y la accidentabilidad vial relacionada con dicho consumo, así como la incidencia de relaciones sexuales de riesgo que conlleven embarazos no deseados o ITS.

En este contexto, si se pretende entender, intervenir o prevenir potenciales riesgos relacionados con algunas conductas que pueden darse en el ámbito del ocio, hay que actuar, no sólo desde los ámbitos familiar, educativo, o comunitario en general, sino también desde los contextos recreativos.

Especial atención merecería una mirada más atenta y documentada a los factores relacionados con la oferta existente en el mercado del ocio, particularmente aquellos relacionados con la comercialización de productos que incrementan la exposición al riesgo de adolescentes y jóvenes (disponibilidad, accesibilidad y promoción): las drogas en general, y el alcohol y el tabaco en particular.

Las tasas de embarazos no deseados que se observan en España indican que los y las jóvenes necesitan más y mejor información y educación sobre salud sexual, así como más recursos a su alcance para prevenir y afrontar los riesgos de ITS y de embarazos no deseados, así como la toma de decisiones con ellos relacionada.

Dichas intervenciones deben fundamentarse en la sólida evidencia de efectividad disponible, basada en conocimientos científicos. Esta necesidad incluye la eliminación de prejuicios, estereotipos o enfoques moralizantes. Implica también la oferta y diversificación de recursos de ocio, la provisión de servicios y prestaciones preventivas y socio-sanitarias adecuadas a las características, necesidades y expectativas de los grupos de población de menor edad y en situación de mayor vulnerabilidad, ya sea por razones de género, clase social, nivel de formación u origen cultural.

Hay que señalar además la necesidad de profesionalizar los perfiles de las personas que realizan funciones de mediación en los programas de reducción de riesgos y daños. Y en general, fomentar, promover y facilitar la formación adecuada a cada grupo social que realiza funciones de mediación en el ámbito del ocio.

Estas actuaciones deberían plantearse desde el modelo de la participación comunitaria y la promoción de estilos de vida saludables. Para ello es preciso que en él participen todos los sectores implicados, es decir: responsables políticos; profesionales; las redes que integran y representan a la propia población joven; y representantes de los múltiples agentes sociales que intervienen en el ámbito del ocio a nivel local, representando distintos papeles e intereses.

El recurrente debate social que generan algunas situaciones relacionadas con el ocio juvenil, hace necesario plantear actuaciones de carácter comunitario capaces de cuestionar los estereotipos más frecuentes sobre el ocio juvenil, e incrementar el conocimiento y la comprensión pública sobre los factores de riesgo que fomentan la aparición de los problemas relacionados con el ocio.

Simultáneamente, sería de interés, disponer de estudios cuantitativos y cualitativos que permitieran profundizar en aspectos como:

- Factores que condicionan las marcadas diferencias de género que, en general, pueden observarse en los diferentes aspectos relacionados con el ocio de adolescentes y jóvenes (tiempo y recursos disponibles, prácticas, intereses, etc.).
- Factores subyacentes en la que parece una incipiente tendencia a que descienda el número de adolescentes y jóvenes que salen con amigos.
- El impacto del uso de las TIC en el ámbito del ocio y su potencial relación con la disminución de la actividad física como parte del ocio de algunos grupos de adolescentes y jóvenes.
- El impacto en población infantil y adolescente de la exposición a contenidos violentos a través de las TIC (TV; internet, videojuegos, etc.) para el desarrollo de conductas violentas o de abuso de cualquier índole.
- Factores de riesgo asociados al uso compulsivo de las TIC.
- Factores que intervienen en las diferencias de género relacionadas con el uso de las TIC con fines de ocio, así como su significado.
- Variables sociales, económicas y de género que influyen en las diferencias observables en práctica deportiva de chicos y chicas de todas las edades.
- Necesidades de información y atención socio-sanitaria existentes en el ámbito de la sexualidad en general y la sexualidad asociada a situaciones de ocio en particular.
- Condiciones reales de accesibilidad y efectividad de los recursos existentes en el ámbito de la salud sexual y reproductiva, especialmente los orientados a la población menor de 30 años.
- Necesidades y dificultades de las y los jóvenes inmigrantes para el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva (por ejemplo, horarios, conocimiento de los recursos, idioma, aceptabilidad cultural, aspectos administrativos, etc.).

Finalmente pero no menos importante, se deberían definir y establecer procedimientos de recogida periódica de indicadores capaces de delimitar las dimensiones y el alcance de los factores económicos que sustentan, promueven y/o acompañan las actividades de ocio juvenil. La disponibilidad, seguimiento y difusión de esta información facilitaría la clarificación de muchos aspectos relacionados con el actual debate social relacionado con el ocio de jóvenes y adolescentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abedian A, van der Merwe R, Wilkins N, Jha P (1998). The Economics of Tobacco Control. Towards an optimal policy mix, Applied Fiscal Research Centre. Cape Town: University of Cape Town.
- Aberastury A & Knobel M (1976). La adolescencia normal. Buenos Aires: Paidós.
- Acero Achirica A, Moreno Arnedillo G, Moreno Arnedillo J, Sánchez Pardo L (2002). La prevención de las Drogodependencias en el Tiempo de ocio: Madrid: Asociación Deporte y Vida.
- Adés J & Lejoyeux M (2003). Las nuevas adicciones: Internet, Sexo, Juego, Deporte, Compras, Trabajo, Dinero. Barcelona: Kairós.
- Aguilera R (2002). Generación botellón. Madrid: Oron.
- Aguinaga Roustan J & Comas Arnau D (1997). Cambio en los hábitos de uso del tiempo. Trayectorias temporales de los jóvenes. Madrid: INJUVE.
- Albero M (2001). Internet, escuela y vida cotidiana en la infancia. Telos. Revista de Estudios Interdisciplinarios Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo (Venezuela); 3 (1): 9-20.
- Albero M. (2002). Adolescentes e Internet. Mitos y realidades de la sociedad de la información. Revista Zer. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer13/adolescentes13.htm>
- Albero, M. 2002, "Adolescentes e Internet. Mitos y realidades de la sociedad de la información", en Revista de estudios de Comunicación", Vol. 3, pp. 55-62.
- Albrecht M von (1997). Historia de la literatura romana. Barcelona: Herder.
- Alcoceba JA & Mathieu G. (2007). El tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación. Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación. Cap. 3. :13-18.
- Alonso LE & Conde F (1997). Historia del consumo en España, Madrid: Debate.
- Alonso LE (2006). La era del consumo. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso LE (1992) "Postfordismo, fragmentación social y crisis de los nuevos movimientos sociales", Sociología del Trabajo, nueva época, Nº 16.
- Alonso R & Juste A (1991). Centros comerciales. El ocio es el negocio. Distribución y consumo; 1: 124-128.
- Álvarez J & Del Río MC (2001). Alcohol y accidentes de tráfico ¿prevenir qué? Trastornos Adictivos; 3 (3): 172-180.
- Anderson P & Baumberg B (2006). Alcohol in Europe. A report for the European Commission. London: Institute of Alcohol Studies.
- André JM (1962). Recherches sur l'otium romain, París: Les Belles Lettres.
- André JM (1966). L'otium dans la vie morale et intellectuelle romaine des origines à l'époque augustéenne, París: Presses Universitaires de France.

- Antoñanzas Villar F, Puy Martínez-Zárate M, Pradas Velasco R. (2008). Las bebidas alcohólicas en España: salud y economía. *Gac Sanit.*; 22 (3): 175-178.
- Arbex C (2003). Buenas prácticas y retos de los programas de ocio saludable. Madrid: ADES.
- Aristóteles (2004). *La Política*. Libro I. Madrid: Tecnos.
- Armsden GC & Greenberg MT (1987). The inventory of parent and peer attachment: Individual differences and their relationship to psychological wellbeing in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*; 16 (5): 427-454
- Arnett JJ (2000). Emerging adulthood. *American Psychologist*; May: 469-480.
- Arnett JJ (2004). *Emerging adulthood*. New York: Oxford University Press.
- Babor, T, et al. (2003). *Alcohol: No Ordinary Commodity – Research and Public Policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Baigorri A, Fernández R, Giesty D (2003). *El botellón un conflicto postmoderno*. Barcelona: Icaria.
- Barrio G & Llorens N (2008). El cielo revuelto del cannabis: ¿hay nueces para tanto ruido? *Gac Sanit.*; 22 (4): 297-299.
- Bauman, Z. (2005<sup>a</sup>). *Liquid life*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2005<sup>b</sup>). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bell D (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza Universidad.
- Bianchi A & Phillips JG (2005). Psychological predictors of problem mobile phone use. *Cyberpsychology & Behavior*; 8 (1), 39-51.
- Bimbela JL (2004). *Sociología del Sida. Jóvenes y Sexualidad en Andalucía*. CIS.
- Black D W, Belsare G, Schlosser S (1999). Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting compulsive computer use behavior. *Journal of Clinical Psychiatry*; 60: 839-844.
- Bodoque S, Vellio MG, Sarasola I, Gómez C (2009). Influencia de las nuevas tecnologías en el ocio juvenil y tiempo libre. Trabajo realizado para el Experto Universitario en Juventud y Sociedad. UNED (Trabajo no publicado).
- Bond L, Daube M, Chikritzhs T (2009). Access to Confidential Alcohol Industry Documents: From 'Big Tobacco' to 'Big Booze'. *Australasian Medical Journal* 2009; 1(3): 1-26. Doi 10.4066/AMJ.2009.43
- Boschma J (2008). *Generación Einstein. Más listos, más rápidos, más sociables*. Barcelona: Gestión 2000.
- Braga Blanco, G. (coord.) (2007) *La situación de la infancia y la adolescencia en Asturias*. Consejería de Vivienda y Bienestar Social. Principado de Asturias.
- Brown, BB & Lohr MJ. (1987). Peer-group affiliation and adolescent self-esteem: an integration of ego-identity and symbolic-interaction theories. *J Pers Soc Psychol*; 52(1):47-55.

- Brown, BB (1990). Peer groups and peer cultures. En: The developing adolescent. Feldman SS & GR. Elliott (Eds.). Cambridge, MA, US: Harvard University Press: 171-196.
- Buzi RS, Tortolero SR, Roberts RE, Ross MW, Addy R C, Markham CM (2003). The impact of a history of sexual abuse on high-risk sexual behaviors among females attending alternative schools. *Adolescence*; 38: 595-605.
- Calafat A & Juan M (2003). De la etiología a la prevención del uso y abuso de drogas recreativas. *Adicciones*; 15 (supl 2):261-88.
- Calafat A (2004). Estrategias preventivas del abuso de alcohol. *Adicciones*; 14 Supl 1:319-37.
- Calafat A (2007). El abuso de alcohol de los jóvenes en España. *Adicciones*; 19 (3): 217-224.
- Calafat A, Fernández C, Juan M, Anttila A, Arias R, Bellis MA, et al. (2003). Enjoying the nightlife in europe. the role of moderation. Palma de Mallorca: Irefrea.
- Calafat A, Juan M, Becoña E et al., (2005<sup>b</sup>). El consumo de alcohol en la lógica del botellón. *Adicciones*; 17 (3): 193-202.
- Calafat A, Juan M, Becoña E, Mantecón A, Ramón A (2009). Sexualidad de riesgo y consumo de drogas en el contexto recreativo. Una perspectiva de género. *Psicothema*; 21: 2: 227-233.
- Calafat,A, Fernández C, Juan M, Becoña E (2005). Gestión de la vida recreativa: ¿Un factor de riesgo determinante en el uso reciente de drogas? *Adicciones*; 17 (4): 337-347.
- Calafat,A, Fernández C, Juan M, Becoña E, Gil E (2004).La diversión sin drogas: utopía y realidad. Palma de Mallorca: IREFREA.
- Calafat,A, Juan M, Becoña E, Fernández C, Gil E, Palmer A, Sureda P, Torres MA (2000). Salir de marcha y consumo de drogas. Madrid, Delegación del Gobierno Para el Plan Nacional Sobre Drogas.
- Caltibiano ML. (1995). Main and stress-moderating health benefits of leisure. *Society and Leisure*; 18: 33-52.
- Camacho J, Cembranos F, Comas D et al. (2001). Conclusiones. Monográfico: La Noche: Un conflicto de poder. *Revista de Estudios de Juventud*; 54: 89-101.
- Castells M (2002): *Critical Education in the New Information Age*. Rowman and Littlefields Publishers.
- Castells M. (2006). 2003-2006, Observatorio global. Crónicas de principio de siglo. La Vanguardia Edicions
- Castells, M. (2001) *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Chacón F & Vecina ML (2006). *Cómo trabajar con adolescentes en el tiempo libre*. Zaragoza: Certeza.
- CIMOP (2005). *Estudio sobre Representaciones Morales en la Sexualidad de los Jóvenes Españoles, 2005*. Madrid: Comunicación, Imagen y Opinión Pública.

- Claes M., et al. (2005). "Parenting, Peer Orientation, Drug Use, and Antisocial Behavior in Late Adolescence: A Cross-National Study". *Journal of Youth and Adolescence*, 34(5): 401-411.
- Coleman D & Iso-Ahola SE (1993). Leisure and health: The role of social support and selfdetermination. *Journal of Leisure Research*; 25 (2): 111-128.
- Comas Arnau D (2001<sup>b</sup>). Evaluación de programas de ocio alternativo de fin de semana. Madrid: INJUVE.
- Comas D (2000). Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector "ocio juvenil" en la España actual. *Revista de Estudios de Juventud*; 50: 9-22.
- Comas D, Aguinaga J, Andrés F, Espinosa A, Chaita E (2003). Jóvenes y estilos de vida. Valores y riesgos en los jóvenes urbanos. Madrid: INJUVE-FAD.
- Comas D. (2001<sup>a</sup>). La representación social del fin de semana de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, nº 54, páginas 71-78.
- Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas (2006). Informe Cannabis. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas (2007). Informe Alcohol. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Comisión de Expertos para el Estudio de la Problemática de los Jóvenes y la Seguridad Viaria (2007). Jóvenes y conducción, un derecho y una responsabilidad. Informe de conclusiones y recomendaciones. Barcelona: Fundación del Real automóvil Club de Cataluña. Disponible en: [www.racc.es/...racc/...chk.bfbdee614b4d7c5b0a42bc8a77b23d9a.html](http://www.racc.es/...racc/...chk.bfbdee614b4d7c5b0a42bc8a77b23d9a.html)
- Comisionado para el Mercado de Tabacos (2008). Información sobre el Mercado de Tabacos. Estadísticas 2008. Disponible en: [http://www.cmtabacos.es/wwwcmt/verEstadistica.php?a=2008&f=2008\\_comun-e](http://www.cmtabacos.es/wwwcmt/verEstadistica.php?a=2008&f=2008_comun-e)
- Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo (2009). Tabaco y fiscalidad en España. Atención Tabaco Newsletter; Abril. Disponible en: [http://www.cnpt.es/docu\\_pdf/ATENCION\\_T\\_FISALIDAD\\_09.pdf](http://www.cnpt.es/docu_pdf/ATENCION_T_FISALIDAD_09.pdf)
- Conde F (2004). La concepción de la salud de los jóvenes. Informe 2004. Documentos Técnicos de Salud Pública. Madrid: Dirección General de Salud Pública, Consejería de Sanidad y Consumo.
- Cook R, Lawrence H, Morse C, Roehl J. (1984). An Evaluation of the Alternatives Approach to Drug Abuse Prevention. *Substance Use & Misuse*; 19 (7): 767 – 787.
- CSAP (1996). A Review of Alternative Activities and Alternative Programs in Youth-Oriented Prevention. Technical Report 13: Rockville, MD: Center for Substance Abuse Prevention.
- Cuenca Cabeza M (2000). Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio. Documento de Estudios de Ocio, 16. Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza M (2004). Pedagogía del ocio: Modelos y Propuestas. Bilbao: Universidad de Deusto, 2004.
- Cuenca Cabeza M (2005<sup>a</sup>). Emergencia de un discurso-realidad en la sociedad del ocio. *Cuadernos de Pedagogía*; 349 (Septiembre): 60-63.

- Cuenca Cabeza M. (2005<sup>b</sup>). Ocio solidario. La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados. Documentos de Estudios de Ocio, 29. Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto.
- Del Pino JA, Dauso A, Martínez R (2001). Prácticas de ocio, cambio cultural y nuevas tecnologías en la juventud española de fin de siglo. Madrid. CIS.
- Del Río MC & Álvarez FJ (2000). Presence of illegal drugs in drivers involved in fatal road traffic accidents in Spain. *Drug Alcohol Depend* 2000;57:177-82.
- Delegación de Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. (2003). Salir de marcha y consumo de drogas. Madrid: DGPND Ministerio del Interior.
- Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (2008). Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias, 1996-2008. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Dirección General de Tráfico (2009). Accidentalidad mortal en carretera Verano 2009. Indicador rápido. Accidentes mortales en carretera con cómputo de las víctimas mortales a 24 h. datos provisionales. Disponible en: [http://www.dgt.es/was6/portal/contenidos/documentos/documentos/seguridad\\_vial/estudios\\_informes/verano\\_2009.pdf](http://www.dgt.es/was6/portal/contenidos/documentos/documentos/seguridad_vial/estudios_informes/verano_2009.pdf)
- Drucker PF (1993). La sociedad postcapitalista. Barcelona: Apóstrofe.
- Dumazedier J (1974). Sociologie empirique du loisir. Critique et contracritique de la civilisation du loisir. Paris: E. du Seuil.
- Eklund J. (2006). Adolescents at risk of persistent antisocial behaviour and alcohol problems: the role of behaviour, personality and biological factors. Stockholm: Stockholm University/Karolinska Institutet.
- Elzo J (1998). Los adolescentes y sus valores en la sociedad española actual. Proyecto Hombre (Dossier nº 26).
- Elzo J (2000). Los silencios de los adolescentes. Madrid: Temas.
- Elzo J (2005). El grito de los adolescentes. En: Congreso Ser adolescente hoy. Libro de ponencias. Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Elzo J, Orizo FA, González-Auleo J, González Blasco P, Laespada MT, Salazar L (1999). Jóvenes españoles 99. Madrid: Fundación Santa María.
- Estallo, J. A. (2000). Usos y abusos de Internet. *Anuario de Psicología*; 32: 98-108.
- European Commission (2007). Eurostat. Disponible en: <http://epp.€tat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes>.
- European Commission (2008). Eurostat.. Key figures on Europe 2009 edition. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- European Interactive Advertising Association (2008). Marketers' Internet. Ad Barometer Disponible en: [http://www.eiaa.net/ftp/casestudiesppt/EIAA\\_Marketers\\_Internet\\_Ad\\_Barometer\\_2008.pdf](http://www.eiaa.net/ftp/casestudiesppt/EIAA_Marketers_Internet_Ad_Barometer_2008.pdf)
- Evans WN, Neville D & Graham JD (1991). General Deterrence of Drunk Driving: Evaluation of Recent American Policies. *Risk Analysis*; 11 (2): 279–289.
- Facer K, Furlong J, Furlong R, Sutherland R (2003). Screen Play. Children and Computing in the Home. London: RoutledgeFalmer.

- Federación de Planificación Familiar Estatal (2008). La anticoncepción de urgencia en España. Madrid: FPFE.
- Feixa C & Porcio L (2004). Los estudios sobre culturas juveniles en España. *Revista Estudios de Juventud*; 64: 9-28.
- Feixa C, Costa C, Pallarés J. (eds) (2002). *Movimientos juveniles. Grafitis, grifotas, okupas*. Barcelona, Ariel.
- Fernández Ballesteros R (1992). *Dimensiones en la evaluación de la calidad de vida*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en: <http://www.google.es/search?hl=es&q=ocio.+fernandez+ballesteros+1992&meta=&aq=f&oq=>
- Fernández Hermida JR & Secades Villa R. (2003). *Guía de referencia para la evaluación de programas de prevención de ocio alternativo*. Madrid: Colegio Oficial de Psicólogos y Plan Nacional sobre Drogas.
- Ferrara S D, Zancaner S, & Giorgetti R. (1994). Low blood alcohol concentrations and driving impairment. *International Journal of Legal Medicine*, 106, 169-177.
- Foro "La sociedad ante las drogas" (s/f) Grupo de Trabajo "Juventud". Escenarios de acción prioritaria para el desarrollo de políticas de prevención. Disponible en: <http://www.pnsd.msc.es/Categoria3/prevenci/Juventud.htm#escen>
- Foro La sociedad ante las drogas (2008). III Reunión del Foro "La Sociedad Ante Las Drogas". Grupo de Trabajo "Juventud ". 20 de Febrero. Disponible en: <http://www.pnsd.msc.es/Categoria3/prevenci/pdf/Juventud2008.pdf>
- Friedrich, W. N., Lysne, M., Sim, L., & Shamos, S. (2004). Assessing sexual behavior in high-risk adolescents with the adolescent clinical sexual behavior inventory (ACSBI). *Child Maltreatment:Journal of the American Professional Society on the Abuse of Children*; 9: 239-250.
- Fundación Auna (2002). e-España 2002, informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Fundación Auna (2003). e-España 2003. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Fundación Auna (2004). e-España 2004. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Fundación Auna (2005). e-España 2005. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Fundación France Telecom España (2005). *La Generación e*. Disponible en: [http://www.fundacionauna.com/areas/25\\_publicaciones/10\\_eGeneracion.pdf](http://www.fundacionauna.com/areas/25_publicaciones/10_eGeneracion.pdf)
- Fundación Orange. (2007). e-España 2007 Informe Anual Sobre el Desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Fundación Orange. (2008). e-España 2008 Informe Anual Sobre el Desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>

- Fundación Retevisión (2001). e-España 2001. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Disponible en: <http://www.fundacionorange.es/fundacionorange/analisisprospectiva.html>
- Galbraith JK (1969). The affluent society. Cambridge: Riverside Press.
- Galland O (2001). Adolescence, post-adolescence, jeunesse : retour sur quelques interprétations. *Revue Française de Sociologie*; 42(4): 611-640.
- Gamella JF, Álvarez-Roldán A, Romo N (1997). La "fiesta" y el "éxtasis". Drogas de síntesis y nuevas culturas juveniles. *Revista de Estudios de Juventud*;40:17-36.
- Gentilello LM, Ebel BE, Wickizer TM, Salkever DS, Rivara FP (2005). Alcohol interventions for trauma patients treated in emergency departments and hospitals: A cost benefit analysis. *Annals of Surgery*; 241(4): 541-550.
- Gil Juarez A, Feliu J, Lajeunesse S (2006). Miedos paternos a la adicción y a la violencia en las TIC. Comunicación presentada al III Congreso online-Observatorio para la Cibersociedad. Disponible en:<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=881>
- Gil Juarez A, Feliu J, Lajeunesse S (2006). Miedos paternos a la adicción y a la violencia en las TIC. Comunicación presentada al III Congreso on-line del Observatorio para la cibersociedad. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=881>
- Giró J (2007). Adolescentes, ocio y consumo de alcohol. Madrid: Entinema.Fernández Steinko (2002). *País*. Tribuna: El ocio de los jóvenes (14 de feb. 2002).
- González Molina A (2008). Perspectivas y tendencias del ocio y la recreación en el siglo XXI. Ponencia VI Simposium Internacional: Educación física, Deporte y Recreación. Disponible en: <http://www.ipef.edu.ar/investigacion/nucleo/ulpgc/pon12b.pdf>
- Gorbeña Etxebarria S (2000). Ocio y salud mental, Documentos de Estudios de Ocio, núm. 14, Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto.
- Gordo López AJ. (2006). Jóvenes y cultura Messenger. Tecnología de la información, la comunicación en la sociedad interactiva. Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), el INJUVE y la Obra Social de Caja Madrid.
- Gordo, J (2006). Jóvenes y cultura Messenger. Injuve, Fundación de Ayuda contra la drogadicción, Caja Madrid. Disponible: [http://www.fad.es/sala\\_lectura/Messenger.pdf](http://www.fad.es/sala_lectura/Messenger.pdf)
- Gratton C & Taylor P (2004). The economics of work and leisure. En: Haworth JY & Veal AJ. Eds. *Work and Leisure*. London: Routledge
- Gros, B. 2005. «Pantallas y juegos: de la observación de modelos a la participación», en *Revista de Juventud*, 68, pp. 61-71.
- Gullone E & Moore S (2000). Adolescent risk-taking and the five-factor model of personality. *J Adolesc.*;23(4):393-407.
- Harlem Brundtland G (2002). Conference on Innovation for Sustainability. Amsterdam 13 March. Disponible en: [http://www.who.int/director-general/speeches/2002/english/20020313\\_sustainabilityconfamsterdam.html](http://www.who.int/director-general/speeches/2002/english/20020313_sustainabilityconfamsterdam.html)

- Hawkins DJ, Catalano RF, Miller JY. (1992). Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: implications for substance abuse prevention. *Psychological Bulletin*; 112:64–105.
- Haworth JT, Jarman M, Lee S (1997). Positive psychological states in the daily life of a sample of working women. *Journal of Applied Social Psychology*; 27: 345-370.
- Haworth J, Lewis S (2005). Work, leisure and well-being. *British Journal of Guidance & Counselling* 2005; 33 (1): 66-79.
- Haworth JY & Veal AJ. Eds. (2005). *Work and Leisure*. London: Routledge
- Henry IP (1993). *Leisure: modernity, postmodernity and lifestyles*. Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Henry IP (2001): *The Politics of Leisure Policy*. 2nd edition. Hampshire, Palgrave.
- Hernán, Ramos y Fernández (2001). *Salud y juventud*. Madrid: Consejo de la Juventud.
- Herrero Yuste, N (2003). Adolescencia, grupo de iguales, consumo de drogas, y otras conductas problemáticas. *Revista Estudios de Juventud*; 62: 81-91.
- Holloway SL & Valentine G. (2003) *Cyberkids: children in the information age*. Routledge Falmer. London.
- IFPI (2009). *Digital Music Report 2008. New Business Models for a Changing Environment*. Disponible en: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2009.pdf>
- Iglesias Lozano I (2001). Situación actual del sector de la música en España. *ICE. Economía de la Cultura*; 792: 139-150.
- INE (2001). La encuesta industrial de empresas. *Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadística*; 5.
- INE (2008). El ocio en cifras. *Cifras INE. Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadística*; 4.
- INE (2009<sup>a</sup>). Cifras de negocio en España. Nota prensa 4 de febrero de 2009.
- INE (2009<sup>b</sup>). Indicadores del sector TIC. Nota de prensa de 18 de junio.
- Institut Municipal de la Salut (2009). *Pla d'Acció sobre Drogues de Barcelona 2009-12*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible en: <http://www.aspb.es/quefem/docs/PAB2009-12.pdf>
- Instituto de la Juventud (2001). *Sondeo periódico de opinión y situación de la gente joven. Segundo trimestre 2001*. Madrid: Observatorio de la Juventud en España.
- Instituto de la Juventud (1996). *Informe Juventud en España, 1996*. Martín Serrano M & Velarde Hermida O. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (1998). *Calidad de vida en los jóvenes*. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2000). *Informe Juventud en España 2000*. Martín Serrano M & Velarde Hermida O. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

- Instituto de la Juventud (2001). EJO63. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2002). EJO77. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2003). EJO93. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2004). EJ100. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2005). Informe Juventud en España 2004. López Blasco A, Cachón L, Comas D, Andreu J, Aguinaga J, Navarrete L. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2007). EJ124. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Instituto de la Juventud (2008<sup>a</sup>). Informe 2008 Juventud en España. Tomo 2: Moreno A. Economía, empleo y consumo. Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Igualdad.
- Instituto de la Juventud (2008<sup>b</sup>). Informe 2008 Juventud en España. Tomo 3. Comas D. Madrid Estado de salud de la juventud. Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Igualdad.
- Instituto de la Juventud (2008<sup>c</sup>). EJ132 Madrid: Observatorio de la Juventud en España. Ministerio de Igualdad.
- Iso-Ahola SE & Mannell RC (2004). Leisure and health. En: Haworth, J.T. & Veal, A.J. (Eds). Work and Leisure. London: Routledge: 184-198.
- Javaloy F, Páez D, Cornejo JM, Besabe N, Rodríguez A, Valera S, Espelt E. Bienestar y felicidad de la juventud española. Madrid: Instituto de la Juventud, 2007.
- Jeammet P (1994). Adolescence et processus de changement. En D. Widlöcher (Ed.) Traité de psychopathologie. Paris: Presses Universitaires de France.
- Jha, Prabhat and Chaloupka, Frank (1999), *Curbing the Epidemic. Governments and the Economics of Tobacco Control*, The World Bank, Washington D.C.
- Jones RK & Lacey JH (2000). State of Knowledge of Alcohol-Impaired Driving: Research on Repeat DWI Offenders. Winchester, MA: Mid-America Research Institute.
- Juan M, Calafat A, Fernández C, Becoña E. (2007). La necesidad de profesionalizar la prevención de los riesgos por consumo de drogas en el ámbito recreativo. Revista de servicios sociales y política social, 79: 49-62.
- Justibó R & Muñoz M (2008). Los jóvenes, la tecnología y el móvil. 1º Observatorio de tendencias. Madrid: Nokia.
- La Rose R, Lin C, Eastin MS (2003). Unregulated Internet Usage: Addiction, Habit, or Deficient Self-Regulation? Media Psychology, 5, 225-253.
- Lacoste JA. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Los trastornos de las sociedades modernas*. Psiquiatría Noticias (Revista electrónica):9. Disponible en: <http://www.psiquiatria.com/boletin/num9/>.

- Lacourse E et al. (2006). Prediction of Early-Onset Deviant Peer Group Affiliation: a 12-Year Longitudinal Study. *Arch Gen Psychiatry*; 63: 562-568.
- Laespada Martínez T (2009). Consumir para ser «normal». Congreso Hablemos de drogas. CosmoCaixa Barcelona, 3, 4 y 5 de junio de 2009. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Disponible en: [http://www.congresohablemosdedrogas.es/userfiles/pdf/C2009\\_MR6\\_Teresa\\_La\\_espada.pdf](http://www.congresohablemosdedrogas.es/userfiles/pdf/C2009_MR6_Teresa_La_espada.pdf)
- Lafargue P. (1988). El derecho a la pereza. Madrid: Fundamentos.
- López Franco E (1993). El ocio. Perspectiva pedagógica. *Revista Complutense de Educación*; 4(I): 69-88.
- López Franco E (1993). El ocio. Perspectiva pedagógica. *Revista Complutense de Educación*; 4(I): 69-88.
- Lorenzo J (2005). La lectura en la Generación de la Red. Jóvenes, lectura e Internet. *Revista de Estudios de Juventud*; septiembre, 70 : 65- 79
- Lowman C (2004) Developing effective evidence-based interventions for adolescents with alcohol use disorders. *Addiction*; 99 (s2): 1-4.
- Lowman C. (2004) Developing effective evidence-based interventions for adolescents with alcohol use disorders. *Addiction*; 99 (s2): 1-4
- Mankiw NG (1998). *Principles of Economics*. The Dryden Press: Harcourt Brace & Company, 1998.
- Marina MR (2005). Ni ciborgs ni robots. ¿Cuáles son los nuevos iconos de la literatura juvenil? *Revista de Estudios De Juventud*; Septiembre, 70: 47-55.
- Marquet J (2004). Normes et conduites sexuelles. Approches sociologiques et ouvertures pluridisciplinaires. Bruxelles: Academia-Bruylant.
- Martín González E. & Moncada Bueno S. (2003). Programas de prevención de ocio alternativo. *Adicciones*; 15(Supl 2) : 327-346.
- Martín J (2009). IC Loogic. Disponible en: <http://loogic.com/tuenti-factura-mas-de-600000-€-en-2008-y-espera-facturar-10-veces-mas-en-2009/>
- Martin SE (Ed.). (1995). The effects of the mass media on the use and abuse of alcohol. National Institute in Drug Abuse. Research Monograph -28.
- Martín Serrano M. & Velarde Hermida O (2001). Informe de Juventud en España 2000. Madrid: Instituto de la Juventud, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2001. Disponible en: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=605169259>
- Martínez Rodríguez S & Gómez Marroquín I (2005). El ocio y la intervención con personas mayores. En S. Pinazo y M. Sánchez (Dir.) *Gerontología*. Madrid: Pearson Educación.
- Martínez X, Plasenciab A, Rodríguez-Martos A, Santamariña E, Martí J, Torralba L (2004). Características de los lesionados por accidente de tráfico con alcoholemia positiva. *Gac Sanit.*; 18(5):387-390.
- Matallanes B & Goytia A. Familia y relaciones sociales. Ocio y tiempo libre. Crecimiento económico ¿Mejora en las condiciones de vida y en la inclusión social? Universidad del País Vasco - EUSTAT Curso de Verano, 208.

- McVie S & Holmes L (2005). "Family Functioning and Substance Use at Ages 12 to 17". The Edinburgh Study of Youth Transition and Crime (No. 9). Edinburgh: The University of Edinburgh, Centre for Law and Society.
- Megías E & Elzo J (Codirect.) (2006). Jóvenes, Valores y Drogas. Madrid: FAD, Ministerio de Sanidad y consumo, Caja Madrid.
- Megías Quirós I (2001). Información disponible sobre la economía del ocio juvenil: rastreo bibliográfico. Revista Estudios de Juventud; 54: 7987.
- Megías, E. (Dir.) (2001). Valores sociales y drogas. Madrid: FAD.
- Merino Merino B (Coord.) (2008). Nuevas Recomendaciones sobre Salud Sexual y Reproductiva, consumo de Alcohol y Salud Mental, del grupo de Trabajo de Promoción de la Salud a la Comisión de Salud Pública del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud. Aprobado en la XX Reunión de Promoción de la Salud, celebrada en Sevilla el 15 de mayo de 2008. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo, Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, INJUVE, Consejo de la Juventud de España. Disponible en: [http://www.msps.es/ciudadanos/proteccionSalud/adolescencia/docs/jovenes\\_2008.pdf](http://www.msps.es/ciudadanos/proteccionSalud/adolescencia/docs/jovenes_2008.pdf)
- Ministerio de Cultura y Fundación Autor (2005). Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Madrid.
- Ministerio de Sanidad y Consumo (2006). La interrupción voluntaria del embarazo y los métodos anticonceptivos en jóvenes. Madrid: Dirección General de la Agencia de Calidad del Sistema Nacional de Salud y Observatorio de Salud de la Mujer.
- Ministerio de Sanidad y Consumo (2008). Nota de prensa de la campaña para evitar embarazos no deseados entre las más jóvenes. Madrid: 9 de diciembre de 2008.
- Ministerio de Sanidad y Consumo. (2000<sup>a</sup>). La Evidencia de la Eficacia de la Promoción de la Salud. Parte Uno. Documento Base. Madrid: Subdirección General de promoción de la Salud. Dirección General de Salud Pública.
- Ministerio de Sanidad y Consumo. (2000<sup>b</sup>). La Evidencia de la Eficacia de la Promoción de la Salud. Parte Dos. Libro de Evidencia. Madrid: Subdirección General de promoción de la Salud. Dirección General de Salud Pública.
- Monteagudo MJ (2004). Una breve aproximación a los beneficios del ocio. Boletín ADOZ. Rev. de Estudios de Ocio; 28: 63-72.
- Montes de Santiago J & Lado Castro-Rial M (2009). Prevención del alcoholismo e inversiones publicitarias en España: una lucha de David contra Goliath. Adicciones; 21 (3 ): 203-206.
- Moreno MC, Muñoz MV, Pérez P, Sánchez-Queija I (2002). Los adolescentes españoles y su salud. Resultados del estudio "Health Behaviour in School Aged Children (HBSC-2002). Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Moreno Rodríguez MC, Muñoz Tinoco V, Pérez Moreno PJ, Sánchez Queija MI, Granada Alcón MC, Ramos Valverde P, Rivera de los Santos FJ (2008). Desarrollo adolescente y salud. Resultados para España del Estudio Health Behavior in School Children HBSC-2006 con chicos y chicas de 11 a 17 años. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.

- Munné F & Codina N. (1996). Psicología social del ocio y del tiempo libre. En A. Garrido, J.L. Alvaro i R. Torregrosa (eds.). Psicología social aplicada. Madrid: McGraw-Hill.
- Munné F & Codina N. (2002). Ocio y tiempo libre: consideraciones desde una perspectiva psicosocial. *Revista Licere*; 5 (1): 59- 72.
- Munné, F (1979). Grupos, masas y sociedades: introducción sistemática a la sociología general y especial. Barcelona: Hispano Europea, D.L.
- Munné, F. (1992). *Psicosociología del tiempo libre: un enfoque crítico*. México DF: Trillas.
- Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por la Resolución de la Asamblea General 217 A (III) del 10 de diciembre de 1948.
- Núñez V (2000). Informe sobre la investigación "Evaluación de las necesidades de la infancia en la provincia de Barcelona. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*; 5 (2ª época): 255 – 271.
- Observatorio de la Juventud en España (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. Madrid: INJUVE. Ministerio de Igualdad.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (2009<sup>a</sup>). *Informe Anual la Sociedad en la Red 2008*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (2009<sup>b</sup>). *Informe Sobre el Sector de las Tecnologías de la Información en España 2008 (Edición 2009)*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Oksman V & Rautianen P (2002). Toda mi vida en la palma de mi mano. La comunicación móvil en la vida diaria de niños y adolescentes en Finlandia. *Revista Estudios de Juventud*; 52: 25-32.
- ONTSI (2009). *Libro blanco de contenidos digitales en España 2008*. Madrid: Ministerio de Industria Turismo y Comercio.
- Organización de Consumidores y Usuarios (2002) *¿Whisky o garrafón?* *Revista OCU-Compra Maestra*, 266.
- Organización Mundial de la Salud (2000). *Plan Europeo de Actuación Sobre Alcohol 2000 – 2005*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo y Oficina Regional de la OMS para Europa
- Paulson J (1988). The epidemiology of injuries in adolescents. *Pediatr Ann*;17:89–96.
- Pérez C, Cirera E, Borrell C, Plasencia A, en nombre del Grupo de Trabajo de la Sociedad Española de Epidemiología sobre la Medida del Impacto en la Salud de los Accidentes de Tráfico en España. (2006). Fallecidos a 30 días por lesiones producidas por accidentes de tráfico en España. *Gac Sanit*; 20:1-7.
- Pieper J (1998). *El ocio y la vida intelectual*. Madrid: Ediciones Rialp Madrid.
- Rawson E (1975). *Ciceron, a portrait*. London: Allen Lane.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. Vigésima segunda edición. Madrid: RAE.

- Regidor E, Barrio G, De la Fuente L, Rodríguez C (1996). Nonfatal injuries and the use of psychoactive drugs among young adults in Spain. *Drug Alcohol Depend* 1996; 249-59.
- Reyes F, Vigara AM. (2002). Graffiti, pintadas y hip-hop en España. En: Rodríguez (ed). *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel.
- [Ritter A](#) & [Cameron J](#). (2006). A review of the efficacy and effectiveness of harm reduction strategies for alcohol, tobacco and illicit drugs. [Drug Alcohol Rev.](#); 25 (6):611-624.
- Ritter A & Cameron J. (2006). A review of the efficacy and effectiveness of harm reduction strategies for alcohol, tobacco and illicit drugs. *Drug Alcohol Rev.*; 25 (6):611-624.
- Roberts K (1999). *Leisure in Contemporary Society*. Wallingford: CAB International Publishing.
- Robinson TN, Killen JD (1995). Ethnic and gender differences in the relationships between television viewing and obesity, physical activity, and dietary fat intake. *J Health Educ.*; 26 (2 Suppl):S91-98.
- Robledo T. Políticas institucionales de prevención de los problemas de salud generados por el consumo de bebidas alcohólicas en España y Europa. *Adicciones*. 2004;14 Supl 1:303-15.
- Rodríguez E, Megías I, Sánchez E (2002). Jóvenes y relaciones grupales: dinámica relacional para los tiempos de trabajo y de ocio. Madrid: INJUVE - FAD.
- Rodríguez E, Megías I, Sánchez E. (2003). Jóvenes y relaciones grupales: dinámica relacional para los tiempos de trabajo y de ocio. Madrid: INJUVE - FAD.
- Rodríguez E. (coord.) (2002). Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y conflictos. Madrid: INJUVE - FAD.
- Rodríguez E. (coord.) (2002). Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y conflictos. Madrid: INJUVE - FAD.
- Rodríguez J, Agulló E, Agulló MS (2003). Jóvenes, fin de semana y uso recreativo de drogas: evolución y tendencias del ocio juvenil. *Adicciones*; 15 (SUPL. 2): 7-33.
- Rodríguez-Martos A, Castellano Y, Salmeron JM, Domingo G. (2007). Simple advice for injured hazardous drinkers: an implementation study *Alcohol and Alcoholism*; 42(5): 430 - 435.
- Rodríguez-Martos A, Plasència A, Escayola M, Martí J, Torralba L (2001). Intervención breve sobre accidentados con alcoholemia positiva desde un centro de traumatología. *Adicciones*; 3 (Supl 1): 47-8.
- Rodríguez-Martos, A, Santamaría, E, Torralba, L., Escayola M, Martí J, Plasència A (2005). Efectividad a corto plazo de las intervenciones breves realizadas en pacientes lesionados por accidente de tráfico con alcoholemia positiva. *Gaceta sanitaria*; 19 (1): 45-49.
- Roman Viñas B, Serra Majem L, Ribas Barba I, Pérez-Rodrigo C, Aranceta Bartrina, J. (2006). Actividad física en la población infantil y juvenil española en el tiempo libre. *Estudio enKid (1998-2000)*. *Apunts. Medicina de l'Esport.*; 41: 86-94.

- Romaní O & Feixa C. (2002). De Seattle 1999 a Barcelona 2002. Moviments socials, resistències globals. *Revista d'Etnologia de Catalunya*; 21: 72-95.
- Rubio Gil (Dir.) (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. Madrid: Observatorio de la Juventud, INJUVE.
- Ruiz, J.I. (ed). 1998. *La juventud liberta: Género y estilos de vida de la juventud urbana española*. Madrid: Fundación BBV.
- Rul-lán Buades G (1997). Del ocio al negocio... y otra vez al ocio. *Papers*; 53: 171-193. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n53p171.pdf>
- Rutter M, Giller H, Hagell A (1998). *Antisocial Behavior by Young People*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Salvador Llivina T (2006). Redefinir el control de la oferta: políticas de protección y control en prevención del abuso de drogas. En: Congreso Sociedad familia y Drogas. Libro de ponencias. Mesa Redonda 4: Exigencias Estratégicas I. Madrid: FAD: 257-270. En: [http://www.fad.es/sala\\_lectura/Congreso2006\\_Madrid.pdf](http://www.fad.es/sala_lectura/Congreso2006_Madrid.pdf)
- Salvador Llivina T & Silva A (En prensa). Guía de buenas prácticas para el desarrollo de programas de prevención del abuso de drogas. Murcia: Región de Murcia.
- Salvador Llivina T, Suelves Joanxich JM, Puigdollers Muns E (2008). Criterios de calidad para el desarrollo de proyectos y actuaciones de promoción y educación para la salud en el sistema educativo. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo. Disponible en: [http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/promocion/saludJovenes/docs/criteriosCalidad2MSC\\_MEC.pdf](http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/promocion/saludJovenes/docs/criteriosCalidad2MSC_MEC.pdf)
- San Salvador del Valle R (2000). Políticas de ocio. Cultura, turismo, deporte y Recreación. Documento de Estudios de Ocio, 17. Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto.
- San Salvador del Valle R (2006). El ocio nos consume. *ADOZ Revista de Estudios de Ocio*; 29: 9-12.
- San Salvador del Valle R. et al. (2000). Los centros cívicos ante el nuevo milenio. Nuevos retos de participación, descentralización y territorio. Madrid: Miraguano.
- Sánchez Bayle M, Aranguren Jiménez A, Cabello Gómez P, Huertas Sevillano C. (1998). Estudio longitudinal de la práctica de ejercicio físico en niños. Influencia de la edad, el género y el nivel socioeconómico. *Ann Esp Pediatr.*;48:25-7.
- Sánchez-Pardo L (2003). Políticas reguladoras de la accesibilidad, disponibilidad y promoción de bebidas alcohólicas y tabaco. *Boletín IDEA-Prevención*; 27: 88-101.
- Sandbæk, M (2009) Family Income and Children's Perception of Parental Support and Monitoring. *Social Policy and Society* 8(4): 515-526
- Secretaria de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Comunicación (2009). *La Sociedad en Red 2008. Informe anual*. Madrid: Ministerio de Industria y Comercio.
- Séneca (1991). *Diálogos Sobre la felicidad. Sobre el ocio*. Madrid: Alianza Editorial.
- Serapio A (2006). Realidad psicosocial: La adolescencia actual y su temprano comienzo. *Revista de Estudios de Juventud*; 73: 11-23.

- Serra Majem L, García-Closas R, Ribas L, Pérez Rodrigo C, Aranceta J. (2001). Food patterns of Spanish schoolchildren and adolescents. The enKid study. *Public Health Nutr.*; 4:1433-8.
- Setién ML & López A (Eds.) (2002). *Mujeres y ocio. Nuevas redes de espacios y tiempos*. Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto.
- SGAE (2009). *Informe de Gestión y Responsabilidad Social Corporativa 2008*. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores.
- Shaps E, DiBartolo R, Moskowitz J, Palley CS, Churgin S (1981). A Review of 127 Drug Abuse Prevention Program Evaluations. *Journal of Drug Sigues*;11:1 7-43.
- Siegel J & Driscoll P (1996). Recent developments in an animal model of visual evoked potential augmenting/reducing and sensation seeking behavior. *Neuropsychobiology.*;34 (3):130-5.
- Silicon News (2008). Comunicado de prensa. Disponible en: [http://www.siliconnews.es/es/news/2008/12/10/las\\_redes\\_sociales\\_moviles\\_generaran\\_211\\_millones\\_de\\_€\\_en\\_2013](http://www.siliconnews.es/es/news/2008/12/10/las_redes_sociales_moviles_generaran_211_millones_de_€_en_2013)
- Skara S & Sussman S. (2003). A review of 25 long-term adolescent tobacco and other drug use prevention program evaluations. *Preventive Medicine*; 37(5): 451-474.
- Small SA & Luster T (1994). Factors Associated with Sexual Risk-taking Behaviors Among Adolescents. *Journal of Marriage and the Family* 56: 622-632.
- Smith C, Lizotte AJ, Thornberry TP, Krohn MD (1995). Resilient youth: Identifying factors that prevent high-risk youth from engaging in delinquency and drug use. In: Hagan, J., ed. *Delinquency and Disrepute in the Life Course*. Greenwich, CT: JAI Press:217-247.
- Steinberg L. (1996). *Adolescence*, 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Subdirecció General de Drogodependències (2008). *Llibre Blanc de la Prevenció a Catalunya. Consum de drogues i problemes associats*. Cap. 4. Barcelona: Departament de salut. Generalitat de Catalunya.
- Suess D, Suonien A, Garitaonadia C, Juaristi P, Koikkalainen R, Oleaga JA (1998): Media Use and the Relationship of Children and Teenagers with their Peer Groups. A Study of Finnish, Spanish and Swiss Cases. *European Journal of Communication*; 13 (4):521-538.
- Sussman S, Pokhrel P, Ashmore RD, Brown BB (2007). Adolescent peer group identification and characteristics: a review of the literature. *Addict Behav.*;32(8):1602-27.
- Sussman S, Pokhrel P, Ashmore RD, Brown BB. (2007). Adolescent peer group identification and characteristics: a review of the literature. *Addict Behav.*;32(8):1602-27.
- Tapscott D (1996). *The digital Economy: Promise and Peril*, in *The Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Tapscott D (1998): *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: Mc Graw Hill.

- Tobler NS. (1997). Meta analysis of adolescent drug prevention programs: results of the 1993 meta analysis. En: Bukoski, W. (ed.), Meta-analysis of Drug Abuse Prevention Programs. Bethesda, MD: NIDA.
- Touraine A (1969). La société postindustrielle, naissance d'une société. París: Ed. Denoël.
- Touraine A. (1973). La sociedad post-industrial. Barcelona: Ariel.
- Trilla Bernet J (1991). Revisión de los conceptos de tiempo libre y ocio. El caso infantil. Infancia y sociedad; 8: 17-32.
- Turkle S. (1997). La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Paidós.
- Turrow J & Nir L (2000): The Internet and the Family: The View from Parents, the View from Kids. Philadelphia: Annenberg Public Policy Center.
- Valverde Gefaell C, Pi González J & Colom Farran J (2003). Programas de reducción de daños en uso/abuso de drogas recreativas. Adicciones; 15(Supl. 2): 353-361.
- Verdú E. (2001). Adultescentes. Autorretrato de una juventud invisible. Madrid: Temas de Hoy.
- Vittgerso J, Akselsen S, Evjemo B, Julsrud T.E, Yttri B, Bergvik S (2003). Impacts of home-based telework on quality of life for employees and their partners: quantitative and qualitative results from a European survey. Journal of Happiness Studies; 4: 201-33.
- Vogel H (2004). La industria de la cultura y el ocio: un análisis económico. Madrid: Fundación Autor, 2004.
- Williams S, Andersen J, McGee R, Silva PA (1990). Risk factors for behavioral and emotional disorder in preadolescent children. Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry 29:413-419.
- World Health Organization (2000). Global Tobacco Control Law: Towards a WHO Framework Convention on Tobacco Control New Delhi
- World Health Organization (2004). Global Status Report on Alcohol 2004. Geneva: Department of Mental Health and Substance Abuse. Disponible en: [http://www.who.int/substance\\_abuse/publications/global\\_status\\_report\\_2004\\_overview.pdf](http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_status_report_2004_overview.pdf)
- World Leisure and Recreation Association (1993). International Charter for Leisure Education. ELRA (European Leisure and Recreation Association), Summer: 13-16.
- World Leisure and Recreation Association. (2000). World leisure international position statement on leisure education and community development. Drafted and approved at the WLRA/ELRA International Seminar on Leisure Education and Community Development. Jerusalem, Israel September 1998. Ratified by the World Leisure Board, February, 2000. Disponible en: <http://www.intersindical.org/stepv/peirp/jornada/manuelcuencacp349.pdf>
- Zesar Martínez García Z, Miren Hernández García J, Berrio-Otxoa de Angiozar K (2000). Demanda de ocio de padres, madres y adolescentes. En: El ocio organizado para niños/as y adolescentes en Gipuzkoa. Cap. 3. Gipuzkoa: Diputación Foral de Gipuzkoa. Departamento de Cultura, Euskera, Juventud y Deportes.

- Zuckerman M & Kuhlman DM (2000). Personality and risk-taking: common biosocial factors. *J Pers.*; 68 (6): 999-1029.