

# 3

## OCIO, REDES SOCIALES Y ESTUDIANTES ESPAÑOLE<sup>1</sup>

(LEISURE, SOCIAL NETWORKS AND SPANISH STUDENTS)

Eva Sanz Arazuri  
Rosa Ana Alonso Ruiz  
Magdalena Sáenz de Jubera Ocón  
Ana Ponce de León Elizondo  
M. Ángeles Valdemoros San Emeterio  
*Universidad de La Rioja*

DOI: 10.5944/educXX1.19538

### Cómo referenciar este artículo/How to reference this article:

Sanz Arazuri, E.; Alonso Suiz, R.A.; Sáenz de Jubera Ocón, M.; Ponce de León Elizondo, A. y Valdemoros San Emeterio, M. A. (2018). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. *Educación XX1*, 21(2), 59-78, doi: 10.5944/educXX1.19538

Sanz Arazuri, E.; Alonso Suiz, R.A.; Sáenz de Jubera Ocón, M.; Ponce de León Elizondo, A. & Valdemoros San Emeterio, M. A. (2018). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. [Leisure, social networks and spanish students]. *Educación XX1*, 21(2), 59-78, doi: 10.5944/educXX1.19538

## RESUMEN

Las redes sociales se constituyen en modelo de comunicación de referencia para la juventud española y se erigen como la actividad de ocio digital juvenil preferente. El objetivo de este estudio fue determinar las actividades principales de ocio más publicadas en las redes sociales por los jóvenes españoles, identificando las características sociodemográficas asociadas. La muestra estuvo constituida por 1764 estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria que representaron a todas las áreas territoriales del estado español. Se registraron sus actividades de ocio más importantes, el número y tipo de estas publicadas en las redes sociales, el sexo del estudiante y las áreas territoriales a las que pertenecían los participantes. El 64.2% de los estudiantes españoles de secundaria postobligatoria publica en las

redes sociales la práctica de al menos una de sus tres actividades de ocio principales. Las fiestas y celebraciones se erigen como el ocio más difundido. Existen diferencias significativas en cuanto al sexo y área geográfica de residencia. Las mujeres comparten más su ocio prioritario en las redes sociales. Quienes dan importancia relevante al turismo, las fiestas y las actividades digitales, son los que más publican su ocio. Las conclusiones ofrecen claves de intervención educativa en un escenario social prioritario para la juventud y resultan de gran utilidad para los agentes implicados en la promoción del ocio entre los jóvenes españoles.

## **PALABRAS CLAVE**

Redes sociales; educación secundaria; jóvenes; ocio; sexo; información; interactividad; interacción social.

## **ABSTRACT**

Social networks are a reference model of communication for the Spanish youth and the preferred digital youth leisure activity. The objective of this study was to determine the most important leisure activities published on social networks by Spanish youths, identifying the associated sociodemographic characteristics. The sample consisted of 1,764 post-compulsory secondary education Spanish students. All territorial areas of the Spanish state were represented by the participants. The most important leisure activities, the number and type of the most important leisure activities shared on social networks, the sex of the student and the territorial area of each young person were measured. 64.2% of Spanish post-compulsory secondary school students share the practice of at least one of their three main leisure activities on social networks. Festivals and celebrations were the most shared leisure activity. There were significant differences related to the sex and geographical area of residence. Women share more on social networks than men. The students who give more importance to tourism, festivals and digital activities are those who most share their leisure. The conclusions offer keys to educational intervention in social networks as a priority model of communication for post-compulsory secondary education Spanish students. This study is very useful for agents involved in the promotion of Spanish youth leisure.

## **KEY WORDS**

Social networks; secondary education; youth; leisure; gender; information; interactivity; social interaction.

## INTRODUCCIÓN

Es una realidad que, en los últimos años, Internet se han convertido en un fenómeno de actualidad indiscutible. Sin lugar a duda, las redes sociales y su gran capacidad de conectar a personas atravesando barreras espaciales, temporales y culturales han revolucionado el desarrollo social, generando nuevas oportunidades en todos sus ámbitos: económico, cultural, tecnológico, informativo, educativo, etc. Abundante literatura científica ha puesto en evidencia el acceso, la importancia, los beneficios y el impacto social del uso de Internet (Cloquell, 2015; Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011; Ruiz-Corbella y de Juanas, 2013), identificando su alto impacto en el desarrollo tecnológico (Cavdar y Aydin, 2015), económico (Geber, Scherer y Hefner, 2016), cultural (Jiménez, 2008) e incluso educativo (Qahri-Saremi y Turel, 2016).

No obstante, las recientes tendencias científicas también se preocupan y analizan los riesgos que supone el uso de Internet (Guedes et al., 2016) tanto a nivel físico como psicológico, tales como adicciones (Echeburúa y Corral, 2010), conflictos en el establecimiento de escala de valores y de formación de la personalidad (Llamas y Pagador, 2014), acoso cibernético (Río, Sábada y Bringué, 2010) o problemas de identidad (Subrahmanyam y Smahel, 2011), lo que exige de una seria reflexión social sobre los compromisos pedagógicos que han de adoptarse desde los diferentes agentes que intervienen en la educación del joven.

En referencia al profesorado se constata su valor en la educación del ocio juvenil, dada su capacidad de influencia en los valores, actitudes, hábitos o comportamientos del alumnado (Dewhirst et al.; 2014; Sansanwal et al., 2015; Valdemoros, Alonso y Sanz, 2017), si bien recientes investigaciones (Fernández, Fernández y Rodríguez, 2017) ponen de manifiesto que los docentes aún no poseen las competencias digitales necesarias para trabajar adecuadamente esta área en los centros educativos.

Asimismo, investigaciones actuales incluso tratan de explicar la relación entre el funcionamiento familiar y los comportamientos digitales de riesgo, descubriendo que cuando los jóvenes no consideran las actividades digitales entre sus preferencias de ocio, el funcionamiento familiar es más saludable (Valdemoros, Sanz y Ponce de León, 2017). Dando un paso más allá, Lin y Chen (2016) revelan que el control y la restricción por parte de los padres, así como la cohesión familiar, son fuertes predictores de las conductas digitales de riesgo. Es fundamental que la familia eduque adecuadamente la identidad digital de sus hijos e hijas, dado que se vincula fuertemente al crecimiento personal y profesional (Ruiz-Corbella y de Juanas, 2013).

Tal es su impacto social que las redes sociales se constituyen en nuevos modelos de comunicación, que no eliminan ni sustituyen los ya existentes,

pero sí los complementan. En este escenario, las poblaciones de jóvenes y adolescentes ocupan un lugar privilegiado como sujetos de interés científico, dado que se muestran como los principales creadores y editores de sus propios espacios, así como consumidores de sistemas de comunicación virtual y de utilización de las redes sociales (Espinar y González, 2009; Llamas y Pagador, 2014; Subrahmanyam, Greenfield y Michikyan, 2015), de manera que esta implicación en su uso les permite disponer de un espacio de encuentro y mantener el contacto con su entorno y con la sociedad.

Tal y como expone el Instituto Nacional de Estadística (2015), en el año 2014 el 76.3% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet, frente al 92% entre los menores con edades comprendidas entre los 10 y los 15 años. Por su parte, el Ministerio del Interior publicó en 2014 los resultados del estudio «Encuesta sobre hábitos de uso y seguridad de Internet en menores y jóvenes en España», en el que se entrevistaron a 1506 menores y jóvenes con edades comprendidas entre los 10 y los 17 años. Se destaca que, entre los mayores de 15 años, el 83% usaba Internet todos los días, mayoritariamente para trabajos escolares, buscar información y ver vídeos, aunque su uso para Messenger y WhatsApp también estaba muy extendido. En cuanto al uso de redes sociales y del email en los mayores de 15 años se situaba cerca del 90%. Dos de cada tres entrevistados subían fotos, veían vídeos, compartían música a través de Internet, además de tener un perfil propio en redes sociales, porcentaje que se eleva por encima del 80% en el caso de los mayores de 15 años.

En los últimos años, algunas investigaciones científicas se han interesado por el ocio juvenil vinculado a las redes sociales. Así, Kahne, Lee y Timpany (2011) señalan el ocio como uno de los ámbitos predominantes de participación *online* y estudios como el de Valdemoros, Sanz y Ponce de León (2017) indican que las redes sociales constituyen la actividad de ocio digital principal de los estudiantes españoles de secundaria postobligatoria, ya que le otorgan más importancia que a los videojuegos o a navegar por Internet. Los jóvenes, a su vez, perciben las redes sociales como una oportunidad de mostrar a los demás sus hobbies, sus gustos e, incluso, de mostrar su imagen a los demás, pretendiendo la aceptación de sus iguales (Martín, Pazos, Montilla y Romero, 2016). Respecto a posibles diferencias por cuestión de sexo, en referencia al uso y disfrute de las redes sociales, estudios como el de Sánchez y de Frutos (2012) constatan que no son del todo evidentes.

Algunos autores se aproximan al uso de las redes sociales y sus experiencias llegando a describir cómo los jóvenes configuran sus perfiles: identificación (nombre y foto), información del perfil, con quién se relacionan, grupos y aplicaciones que utilizan, así como gustos indicados (Almansa, Fonseca y Castillo; 2013). Otros cuantifican el tiempo libre

dedicado a esta actividad (Muros, Aragón y Bustos, 2013) e identifican los usos principales en las redes sociales: chatear, compartir fotos y jugar.

Investigaciones como las de Espinar y González (2008), Gandasegui (2011) o Tabernero, Aranda y Sánchez-Navarro (2010) aseveran que la motivación juvenil para el uso de las redes sociales se sitúa en la diversión, la necesidad de estar en contacto con sus amistades, incluso en aquellos casos en los que existe imposibilidad de contacto personal, o en la convicción de que el propio futuro depende del progreso tecnológico y, por ende, de su nivel de competencia frente a estas herramientas. Ródenas (2013) argumenta que compartir imágenes se convierte en una nueva forma de delimitar el presente y de reconstruir el espacio social, dando protagonismo al ciudadano anónimo. Tanta es la importancia que van adquiriendo las redes sociales en la cotidianidad de los jóvenes que evidencias científicas ya señalan que las características de las amistades de las redes sociales se asocian con los comportamientos personales e individuales de ocio juvenil (Marks, de la Haye, Barnett y Allender, 2015).

La reflexión suscitada a partir de este estado de la cuestión sugiere que son numerosos los estudios previos que constatan que las redes sociales son un importante elemento de referencia para la participación juvenil (García, Alonso y del Hoyo, 2013), si bien apenas se descubre literatura científica centrada en la difusión que la juventud lleva a cabo en las redes sociales de sus actividades de ocio, lo que lleva a plantear algunos interrogantes: ¿publican los jóvenes españoles sus vivencias de ocio más importantes en las redes sociales?, ¿de qué actividades principales de ocio se publican más experiencias?, ¿la publicación de las actividades de ocio más importantes se asocia con características sociodemográficas del joven?

El presente artículo pretende dar respuesta a estas cuestiones, para ello se plantea como objetivo determinar las actividades principales de ocio más publicadas en las redes sociales por los jóvenes españoles de educación secundaria postobligatoria, identificando las características sociodemográficas asociadas. El alcance de este objetivo permite comprender en mayor medida los nuevos modelos de comunicación social de los jóvenes españoles, favorece recopilar otro indicador que permita identificar las actividades de ocio socialmente más valoradas por la juventud y, al mismo tiempo, proporciona nuevas claves para la intervención en y para la educación del ocio.

## **MATERIAL Y MÉTODOS**

La población estuvo constituida por un total de 1.055.532 jóvenes, cifra que se corresponde con todos los alumnos de Educación Secundaria

Postobligatoria del estado español censados durante el curso 2013-2014, según la estadística de las Enseñanzas no universitarias de la Subdirección General de Estadística y Estudios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Ante las dificultades para acceder al conjunto de la población objeto de estudio, se realizó un muestreo probabilístico estratificado mediante afijación proporcional según el número de alumnos/as de cada uno de los estratos. Se consideran estratos cada una de las áreas Nielsen delimitadas por el instituto de investigación de mercados Nielsen (tabla 1). Fijando un error muestral de  $\pm 2,3$ , un nivel de confianza del 95% y dado el supuesto de  $p = q = 0,5$ , el tamaño muestral ascendió a 1764 participantes.

La media de edad fue de 17,60 años ( $SD = 1,60$ ), el 50,1% fueron mujeres ( $n = 885$ ) y el 49,9% hombres ( $n = 879$ ). La gran mayoría era de nacionalidad española (89,6%;  $n = 1581$ ).

Se realizó un muestreo aleatorio simple de la población, tratando de mantener una afijación proporcional en cada una de las 6 áreas en las que se dividió al territorio español, más Ceuta y Melilla. Las 6 áreas fueron las siguientes:

Tabla 1  
*Agrupación territorial para la muestra*

Denominación/ Localización	Comunidades y/o provincias
A1-Noreste	Cataluña, Aragón (excepto Teruel) y Baleares
A2-Levante	Comunidad Valenciana, Murcia y Albacete
A3-Sur	Andalucía, Islas Canarias, Ceuta y Melilla
A4-Centro	Madrid, Castilla-La Mancha (excepto Albacete), Castilla-León (excepto León, Palencia y Burgos), Cáceres y Teruel
A5-Noroeste	Galicia, Asturias y León
A6-Norte	Cantabria, País Vasco, La Rioja, Navarra, Burgos y Palencia

Fuente: elaboración propia

Asimismo, a la hora de seleccionar las unidades muestrales últimas se siguen unos criterios de proporcionalidad dentro de cada uno de los estratos en función de aspectos como provincias, sexo, tipo de estudios, centros (públicos/privados), número de aulas.

Se establecen 3 variables instrumentales que definen el ocio publicado en redes sociales y 2 variables que especifican las características sociodemográficas de los jóvenes.

- Actividades de ocio más importantes: Esta variable pretende identificar las actividades de tiempo libre que ocupan un lugar primordial en el ocio de los estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria. Está compuesta por 8 categorías:
- Actividades de Televisión o Radio, que incluyen ver la TV (en general), ver en la TV programas de entretenimiento (series, concursos, etc.), programas deportivos, programas culturales (documentales, debates, etc.) u oír la radio.
  - Actividades Digitales, donde se categorizan las siguientes acciones: buscar información concreta en Internet; navegar por Internet sin un objetivo concreto; escribir mi propio blog o página web; compartir información (vídeos, fotos, presentaciones etc.); participar en chats, foros de discusión o comunidades virtuales; redes sociales (Facebook, Tuenti, Twitter, etc.); jugar a videojuegos; y apuestas y juegos de azar online.
  - Actividad Física y Deporte, que incluye actividades físicas artísticas y expresivas como bailes o gimnasia artística; actividades físicas en el medio natural como senderismo, excursiones a pie, en bicicleta, o escalada; actividades físicas de cooperación y oposición como baloncesto, voleibol o fútbol; actividades de oposición uno contra uno como actividades de lucha o tenis; y actividades individuales como pasear, correr, patinaje o natación.
  - Turismo o Excursionismo, entre las que se pueden encontrar viajar, hacer turismo, ir de campamentos, hacer excursiones al campo, a la montaña o a la playa, cazar o pescar.
  - Actividades Culturales, como escuchar música, ver películas en el cine o en casa, leer libros que me gustan, ir al teatro, ir a museos, galerías o exposiciones, ir a conciertos o festivales, asistir a espectáculos deportivos, hacer alguna actividad artística, musical o literaria como tocar un instrumento, pintar, escribir, etc.
  - Fiestas o celebraciones donde tienen cabida actividades como ir de copas, «marcha» o a discotecas; salir a tomar algo con las amistades; ir a las fiestas tradicionales de mi barrio o de mi ciudad; ayudar en la organización y desarrollo de las fiestas de mi barrio o fiestas tradicionales.
  - Juegos (que no sean en el ordenador) como juegos de mesa (cartas, dominó, parchís, ajedrez, etc.); billar, fútbolín u otros juegos de salón; juegos de rol; otros juegos.
  - Otras actividades como cuidar animales; ir de compras; cuidar plantas; hacer manualidades; coleccionismo; asociacionismo o voluntariado.

- Número de actividades de ocio más importantes publicadas en las redes sociales: registra cuántas de las tres actividades de ocio más importantes para el joven se publican en las redes sociales.
- Tipo de actividades de ocio más importantes publicadas en las redes sociales: identifica cuáles de las 8 categorías de actividades de ocio señaladas en la primera variable son las que más se publican en las redes sociales.
- Sexo del estudiante: variable dicotómica con dos categorías, hombre o mujer.
- Áreas territoriales: dividiendo el territorio español, más Ceuta y Melilla, en 6 zonas, lo que permite señalar el área residencial de los encuestados. Las 6 categorías, definidas en la tabla 1, son: A1-Noreste; A2-Levante; A3-Sur; A4-Centro; A5-Noroeste; A6-Norte.

Para este estudio se analiza la información recogida con los ítems 1, 21 y 28 del cuestionario elaborado ad-hoc para el estudio «De los tiempos educativos a los tiempos sociales: la construcción cotidiana de la condición juvenil en una sociedad de redes. Problemáticas y alternativas pedagógico-sociales». Este instrumento, compuesto por 45 ítems agrupados en 8 bloques temáticos, recoge información sobre características del alumno, vida en el centro escolar, vida familiar, tiempo libre, salud y calidad de vida, estudios y mercado laboral en el futuro, emprendimiento y funcionamiento familiar. Antes de su aplicación definitiva se efectuó su validación a través de una prueba piloto en la que participaron 248 estudiantes de ocho Comunidades Autónomas y de diferentes tipos de estudios de educación secundaria postobligatoria. Asimismo, se desarrolló un juicio de expertos en el que participaron catorce investigadores de siete universidades españolas.

Esta investigación se centra en cuatro variables, la información de tres de ellas se obtiene de tres preguntas del cuestionario (1, 21 y 28). La información de la cuarta variable no proviene del cuestionario sino de la hoja de registro que empleaba el investigador para recoger el área territorial de residencia (área Nielsen).

La pregunta 1 registraba el sexo del encuestado. Por su parte, el ítem 21 era una pregunta cerrada en la que el estudiante debía indicar, por orden, las tres actividades de ocio más importantes de todas aquellas que practicaba, para lo que se le facilitó un listado de actividades de ocio agrupadas en las ocho temáticas descritas en la primera variable. Finalmente, en la cuestión 28 el estudiante debía indicar si cada una de las actividades señaladas en la pregunta 21 las compartía o difundía a través de las redes sociales. Finalmente, se contempla también como variable de este trabajo el área Nielsen en el que reside el estudiante.

La aplicación del cuestionario se realizó de forma aleatoria entre el alumnado de los distintos centros educativos de cada una de las seis áreas geográficas del estado español. Previa aplicación del instrumento se solicitó permiso tanto al Director General de Educación de cada Comunidad Autónoma. Una vez obtenido el permiso, se contacta con los directores de diversos centros educativos de cada Comunidad Autónoma para, tras informarles sobre los objetivos del estudio, solicitar la posible participación de algunos de sus alumnos en la cumplimentación del cuestionario. Dos investigadores debidamente formados acudieron personalmente a cada centro, para informar directamente a los alumnos sobre la cumplimentación del cuestionario reduciendo así la mortalidad experimental.

En primer lugar, se llevó a cabo un análisis descriptivo de datos que permitió identificar las actividades de ocio más importantes para los estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria; cuántas de estas actividades principales se difunden en las redes sociales y cuáles son las más presentes en estos medios. En segundo lugar, con la T de Student para muestras independientes, se midió la relación entre las características sociodemográficas de los jóvenes y el número de actividades principales de ocio que difunden en las redes sociales. Finalmente, a través del análisis de tablas de contingencia, atendiendo a los coeficientes Phi y V de Cramer, se valoró la relación entre las características sociodemográficas de los jóvenes y el tipo de actividades principales de ocio que más publican. El nivel de significatividad considerado en todo momento fue  $p < 0.05$ .

## ANÁLISIS Y RESULTADOS

El 64.2% de los estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria publica la práctica de al menos una de sus tres actividades de ocio principales; el 33.2% comparte una, el 19.1% dos de tres y el 12% sube algún comentario o foto de sus tres experiencias de ocio principales.

Las fiestas o celebraciones se erigen como la práctica de ocio con más presencia en las redes sociales de los jóvenes españoles de secundaria postobligatoria, un 24.2% de los encuestados afirman compartir estas experiencias digitalmente. En segundo lugar, un 20.7% de los estudiantes difunden sus prácticas físicas y deportivas. Un 18.1% suben a la red sus actividades culturales y un 14.5% comparten su ocio digital en Internet. En el lado opuesto, jugar a juegos de mesa o de salón (0.3%), ver la televisión (2.8%) y hacer turismo (3.2%) es lo que menos se publica en las redes sociales (figura 1).

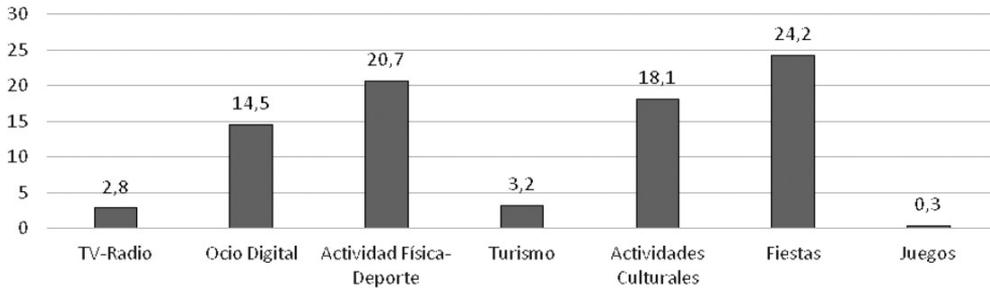


Figura 1. Frecuencia de jóvenes que publican cada tipo actividad de ocio principal en las redes sociales

Si se normalizan estos datos con la frecuencia de estudiantes que consideran cada tipo de actividad entre sus tres más importantes, se identifica que en torno a un tercio de quienes consideran el turismo (37.83%), las fiestas (36.22%) y las actividades digitales (33.46%) entre sus tres actividades de ocio más importantes, publican estas experiencias en las redes sociales. La actividad física (29.41%) y las actividades culturales (29.18%) son difundidas por 3 de cada 10 jóvenes que consideran fundamentales estas prácticas en su ocio (figura 2).

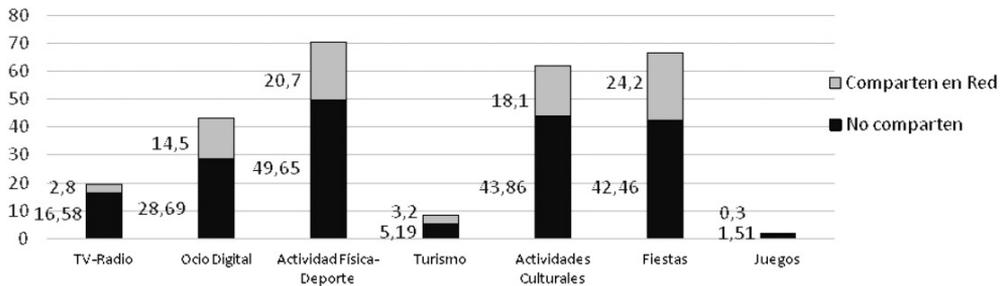


Figura 2. Porcentaje de estudiantes que consideran cada tipo de actividad entre sus tres ocios más importantes

En cuanto al género, las mujeres dan a conocer en las redes sociales algo más de una actividad de ocio principal mientras que los hombres no llegan a una actividad de media ( $p = .001$ ;  $\bar{x}_m = 1.15 \pm 1.0249$  vs  $\bar{x}_h = 0.99 \pm 0.9914$ ).

Profundizando en los distintos tipos de prácticas de ocio, el análisis inferencial revela que las actividades de televisión o radio ( $p = .376$ ;  $m = 2.5\%$  vs  $h = 3.2\%$ ), las digitales ( $p = .317$ ;  $m = 13.4\%$  vs  $h = 15.8\%$ ) y las turísticas ( $p = .183$ ;  $m = 3.7\%$  vs  $h = 2.6\%$ ) son publicadas por igual por hombres y mujeres, no mostrando diferencias significativas. Sin embargo, la práctica de actividad física y deporte ( $p = .001$ ;  $m = 23.9\%$  vs  $h = 17.5\%$ ) y los juegos

no digitales ( $p = .025$ ;  $m = 0.0\%$  vs  $h = 0.6\%$ ) son significativamente más difundidos por los hombres ( $p = .001$ ;  $m = 23.9\%$  vs  $h = 17.5\%$ ). En el sentido opuesto, compartidas por un porcentaje significativamente mayor de mujeres, se encuentran las actividades culturales ( $p = .014$ ;  $m = 20.4\%$  vs  $h = 15.8\%$ ), las fiestas ( $p = .000$ ;  $m = 29.9\%$  vs  $h = 18.6\%$ ) y otras actividades ( $p = .000$ ;  $m = 18.8\%$  vs  $h = 12.2\%$ ).

En cuanto al área territorial en que residen los jóvenes estudiantes de secundaria postobligatoria, las actividades de televisión o radio, las físicas y deportivas, las turísticas y los juegos no digitales son publicadas por igual en todas las áreas residenciales. En cambio, sí se detectan diferencias significativas débiles entre áreas territoriales en cuanto al ocio digital (V de Cramer = .093;  $p = .001$ ), las actividades culturales (V de Cramer = .132;  $p = .000$ ), las fiestas (V de Cramer = .102;  $p = .002$ ) y otras actividades (V de Cramer = .135;  $p = .000$ ).

Los jóvenes del sur se erigen como los que más suben sus prácticas digitales a las redes sociales (21%), seguidos a 4.4 puntos porcentuales por los levantinos (16.6%) y a 5.3 puntos de los del noroeste (15.7%). A algo más de 9 puntos se sitúan los estudiantes del noreste (11.9%) y de la zona centro (11.9%). Los norteños son los que menos informan de estas prácticas en Internet (6.9%).

Los jóvenes levantinos, en esta ocasión, se constituyen en los que más informan de sus experiencias culturales en las redes sociales (27.8%), seguidos a 5.2 puntos porcentuales por los del noroeste (22.6%) y a 9 puntos de los del sur (18.7%). A más de 13 puntos se encuentran los estudiantes de las zonas norte (13.9%), noreste (14.1%) y centro (14.1%).

Más de la cuarta parte de los jóvenes del sur, centro, noroeste y norte publican sus actividades de ocio festivo en las redes sociales, frente a menos de una quinta parte de los de las áreas del noreste y levante (tabla 2).

Tabla 2  
*Tabla cruzada ocio festivo compartido en las redes sociales por áreas territoriales*

Ocio festivo compartido en las redes sociales	A1- Noreste	A2- Levante	A3- Sur	A4- Centro	A5- Noroeste	A6- Norte
<b>No</b> Recuento	224	237	270	359	119	128
% dentro de áreas	80.9%	82.3%	69.9%	74.6%	74.8%	74.0%
<b>Sí</b> Recuento	53	51	116	122	40	45
% dentro de áreas	19.1%	17.7%	30.1%	25.4%	25.2%	26%

V de Cramer = .102;  $p = .002$ .

Los estudiantes de la zona norte son los que más difunden otras actividades por las redes sociales (26%). Les siguen a 6.7 puntos porcentuales los del centro (19.3%) y después los de la zona noreste (14.1%). Los jóvenes levantinos (10.1%) y los del noroeste se encuentran en el extremo de quienes menos comparten estas prácticas (10.1%).

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dos de cada tres estudiantes españoles de educación secundaria postobligatoria publican en las redes sociales las experiencias de sus actividades de ocio más importantes, lo que refuerza las conclusiones emanadas de estudios previos (Almansa et al., 2013; Espinar y González, 2009; Llamas y Pagador, 2014; Subrahmanyam et al., 2015) que constatan que las redes sociales se constituyen en un medio de comunicación de gran importancia entre los jóvenes actuales, ya que significan un punto de encuentro fundamental para este colectivo.

Claramente, este estudio identifica que unas experiencias de ocio son más publicadas que otras en las comunidades virtuales, que no necesariamente han de coincidir con las que personalmente consideran más importantes. El hecho de que el joven tenga la necesidad de mostrarse en la red de la forma más original posible (Almansa et al., 2013), la necesidad de mantener vínculos sociales (Muros et al., 2013) o la búsqueda del reconocimiento de su actividad ante sus iguales (Martín et al., 2016) pudiera justificar esta discriminación entre los ocios más vivenciados y los más compartidos con los amigos digitales y explicar, por ejemplo, que la información sobre su participación en fiestas y celebraciones sea más difundida que su práctica de actividad física, a pesar de ser estas últimas experiencias más esenciales para el colectivo objeto de estudio.

Este trabajo refuerza la idea de Ródenas (2013) de que la imagen compartida es un nuevo modo de definir el presente y reconstruir el espacio social, lo que da protagonismo al colectivo juvenil, y ofrece, como contribución de interés, que es más probable que compartan virtualmente fotos o mensajes de su ocio quienes dan importancia relevante al turismo, las fiestas y las actividades digitales, convirtiéndose este sector de la población en grandes publicistas y promotores de estas prácticas de ocio y de todos los recursos externos e internos que envuelven, acompañan y complementan a estas experiencias. Estos jóvenes imprimen mayor valor, si cabe, a las redes sociales en su poder de influencia sobre los hábitos y comportamientos de ocio de los estudiantes españoles de educación secundaria obligatoria; evidencias científicas constatan cómo los iguales virtuales inciden en el

consumo de ocio de los alumnos de educación secundaria (Bramoullé, Djebbari y Fortin, 2009).

En esta misma línea, conocer que los jóvenes del sur de España son los que más difunden su ocio digital y festivo resulta de gran interés a la industria digital y a las asociaciones de ocio nocturno y familiar. La primera no debe olvidarse tampoco de la influencia en su sector de los jóvenes de las zonas noreste y centro del estado; las segundas deberán también tener muy en cuenta a los estudiantes de las áreas centro, noroeste y norte del país. Por su parte, la industria cultural puede obtener grandes apoyos de los jóvenes de levante, noroeste y sur de España.

Las diferencias identificadas entre hombres y mujeres en cuanto al tipo de actividades más compartidas en red apoyan los hallazgos de investigaciones como las de Rubio (2010) al indicar un interés más social, estético y relacional en el caso de las chicas, que se manifiesta en su preferencia por publicar en la red actividades relacionadas con el ocio cultural y turístico.

Entre las limitaciones del presente estudio se destaca que no permite distinguir si se difunde más información sobre ocio de manera visual, a través de fotos o vídeos, o de forma escrita, por medio de mensajes. Este dato permitiría comprobar si el canal más potente de comunicación de las experiencias de ocio en las redes sociales coincide con la actividad más empleada por los usuarios entre las funciones posibles que ofrecen las comunidades virtuales, que según el estudio de Espinar y González (2009) es compartir fotos, seguida por escribir mensajes.

Finalmente, el presente estudio revela que, si bien en los últimos años existe una preocupación considerable por el riesgo de adicción juvenil a las nuevas tecnologías, identificando hasta un 98% de jóvenes españoles de entre 11 y 20 años como usuarios regulares de Internet (Echeburúa y de Corral, 2010), el ocio digital no se posiciona entre las tres actividades de ocio de mayor importancia para los estudiantes de educación secundaria postobligatoria, donde la actividad física (70.35%), las actividades festivas (66.66%) y las culturales (61.46%) ocupan esos tres primeros puestos. Cuestión esperanzadora que relaja la preocupación sin reducir el seguimiento y la prevención.

Si ya ha sido constatado por otros estudios que las redes sociales son un escenario excelente para colocar anuncios que garanticen que la información llegue a los adolescentes (Schwinn, Hopkins, Schinke y Liu, 2017), conocer qué experiencias de ocio son las más compartidas en las redes sociales por los jóvenes estudiantes de secundaria postobligatoria, y las características personales y geográficas de quienes publican esta

información, abre la puerta a la construcción de nuevas oportunidades de intervención educativa en un escenario social prioritario para la juventud actual. Por todo ello, las conclusiones del presente trabajo resultan de gran utilidad para los agentes implicados en la promoción del ocio entre los jóvenes españoles.

Se plantean algunas propuestas para la acción educativa, resultado de la reflexión científica que nos proporciona este trabajo:

- Confirmado que el colectivo juvenil es principal consumidor de las redes sociales (Espinar y González, 2009; Llamas y Pagador, 2010; Subrahmanyam et al., 2015) y que las redes sociales se erigen como principal medio para comunicar sus experiencias de ocio, es necesario que se tome conciencia de las nuevas realidades que exige nuestra Sociedad Red: adaptación a los espacios virtuales, adquisición de competencias mediáticas, así como formación en el uso sistemático y responsable de las redes sociales, debiendo participar en este cometido el conjunto de agentes educativos y sociales que intervienen en la formación del joven, y en especial la familia.
- En este sentido, constatada la importancia de la familia en la educación de la identidad digital de sus niños y jóvenes (Ruiz-Corbella y de Juanas, 2013) se propone dotar, no solo a los padres sino también a los abuelos como pieza clave de la dinámica familiar, de recursos formativos, mediante acciones regladas y accesibles, que tiendan puentes entre nativos digitales —niños y jóvenes— e inmigrantes digitales —padres y abuelos—.
- Argumentado el valor del profesorado en la educación del ocio digital juvenil, por su capacidad de influencia en los valores, actitudes, hábitos o comportamientos del alumnado (Dewhirst et al.; 2014; Sansanwal et al., 2015; Valdemoros, Sanz y Ponce de León, 2017) se propone sensibilizar a este colectivo tanto sobre el potencial educativo de las redes sociales como sobre los riesgos de un uso inadecuado de las mismas, mediante la formación en buenas prácticas que fomenten un uso positivo y responsable de este recurso. Asimismo, la investigación reciente (Rodríguez et al., en prensa) apunta la necesidad de que en la formación permanente de este colectivo se incluya una mayor atención a las competencias digitales, y que se ofrezca a la institución educativa los recursos materiales y humanos necesarios para garantizar la coordinación tecnológico-pedagógica, así como un uso metodológico que parta del currículo, desde un liderazgo que facilite el beneplácito de los dispositivos digitales como mecanismo para la innovación educativa lo que, por ende, repercutirá en la formación integral del joven.

- Justificada la multidimensionalidad del ocio juvenil y la idiosincrasia globalizadora de las redes sociales, que han generado nuevas oportunidades en los ámbitos económico, cultural, tecnológico, informativo y educativo (Cloquell, 2015; Geber et al., 2016; Jiménez, 2008; Ochaita et al., 2011; Qahri-Saremi y Turel, 2016) se exige que las políticas sociales incluyan en los programas de educación del ocio digital la atención a competencias comunicativas, sociales, actitudinales, de búsqueda de información, de iniciativa personal y de reflexión crítica.
- Comprobado que un uso inadecuado de las redes sociales puede derivar en diferentes riesgos para la población juvenil vinculados a las adicciones, los problemas de identidad o el acoso cibernético (Echeburúa y Corral, 2010; Guedes et al., 2016; Llamas y Pagador, 2014; Río et al., 2010; Subrahmanyam y Smahel, 2011) se considera fundamental invertir recursos para la alfabetización digital, intensificada en los jóvenes más vulnerables, ofreciéndoles estrategias de empoderamiento que les permitan tomar iniciativas y hacerlas visibles mediante las redes sociales, con el fin de minimizar las posibilidades de participación en contextos de riesgo.

## NOTAS

- 1 «El texto que presentamos se vincula al Proyecto de Investigación «De los tiempos educativos a los tiempos sociales: la cotidianidad familiar en la construcción del ocio físico-deportivo juvenil» (EDU2012-39080-C07-05), y configura los inicios del proyecto de I+D+I «Ocio y bienestar en clave intergeneracional: de la cotidianidad familiar a la innovación social en las redes abuelos-nietos» (EDU2017-85642-R); ambos cofinanciados en el marco del Plan Nacional I+D+I con cargo a dos ayudas del Ministerio de Economía y Competitividad, y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)».

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 40(20), 127-135. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Bramoullé, Y., Djebbari, H. y Fortin, B. (2009). Identification of peer effects through social networks. *Journal of Econometrics*, 150, 41-55. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeconom.2008.12.021>
- Cavdar, S.C. & Aydin, A.D. (2015). An Empirical Analysis about Technological Development and Innovation Indicators. In S. Sener, E. Saridogan y S. Staub (Coord.). *World conference on technology, innovation and entrepreneurship*. 1486-1495. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.449>
- Cloquell, A. (2015). Usos sociales de Internet entre los adolescentes españoles. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 8, 1-14. [doi.org/10.4995/reinad.2015.3649](https://doi.org/10.4995/reinad.2015.3649)
- Dewhirst, S., Pickett, K., Speller, V., Shepherd, J., Byrne, J., Almond, P., Grace, M., Hartwell, D. & Roderick, P. (2014). Are trainee teachers being adequately prepared to promote the health and well-being of school children? A survey of current practice. *Journal of Public Health*, 36(3), 467-475. <http://doi.org/10.1093/pubmed/fdt103>
- Echeburúa, E. y de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes un nuevo reto. *Adicciones: Revista de psicología*, 22(2), 91-96.
- Espinar, E. y González, M. (2008). Jóvenes conectados. Las experiencias de los jóvenes con las nuevas tecnologías. *Revista Española de Sociología*, 9, 109-124.
- Espinar, E. y González, M. J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 14, 87-105.
- Gandasegui, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma social*, 6, 1-26.
- García, M.C., Alonso, J. y del Hoyo, M. (2013). La participación de los jóvenes en las redes sociales: finalidad, oportunidades y gratificaciones. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 48, 95-110.
- Geber, S., Scherer, H. & Hefner, D. (2016). Social capital in media societies: The impact of media use and media structures on social capital. *International communication gazette*, 78(6), 493-513. <http://dx.doi.org/10.1177/1748048516640211>
- Guedes, E., Sancassiani, F., Carta, M.G., Campos, C., Machado, S., King, A.L.S. & Nardi, A.E. (2016). Internet Addiction and Excessive Social Networks Use: What About Facebook? *Clinical practice and epidemiology in mental health*, 12, 43-48. [10.2174/1745017901612010043](https://doi.org/10.2174/1745017901612010043)
- Jiménez, C. (2008). El desarrollo cultural a través de los nuevos soportes digitales. «Internet», Red de Redes. *Adoz: Revista de estudios de ocio*, 32, 115-124.
- Kahne, J., Lee, N. & Timpany, J. (2011). *The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures and Youth Transitioning to Adulthood*. San Francisco, CA.: DML Central Working Papers.
- Lin, H.T. & Chen H.J. (2016). Relationships Between Parental

- Internet Intervention, School Engagement, and Risky Online Behaviors Among Adolescents: The Moderating Role of Family Cohesion. *Journal of research in education sciences*, 61(4), 205-242. [http://dx.doi.org/10.6209/JORIES.2016.61\(4\).08](http://dx.doi.org/10.6209/JORIES.2016.61(4).08)
- Llamas, F. y Pagador, I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza y Teaching. Revista interuniversitaria de didáctica*, (32), 1, 43-57. <http://dx.doi.org/10.14201/et20143214357>
- Marks, J., de la Haye, K., Barnett, L.M. y Allender, S. (2015). Friendship Network Characteristics Are Associated with Physical Activity and Sedentary Behavior in Early Adolescence. *Plos One*, 10(12), e0145344. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0145344>
- Martín, A., Pazos, M., Montilla, M.V. y Romero, C. (2016). Una modalidad actual de violencia de género en parejas de jóvenes: las redes sociales. *Educación XXI*, 19(2), 405-429.
- Muros, B., Aragón, Y. y Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar*, 40(20), 31-39. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-03>
- Ochaita, E., Espinosa, M.A. y Gutiérrez, H. (2011). Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Revista de Estudios de Juventud*, 92, 183-192.
- Qahri-Saremi, H. & Turel, O. (2016). School engagement, information technology use, and educational development: An empirical investigation of adolescents. *Computers y Education*, 102, 65-78. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2016.07.004>
- Río, J., Sábada, C. y Bringué, X. (2010). Menores y redes ¿sociales?: De la amistad al cyberbullying. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 115-129.
- Ródenas, G. (2013). Capturar es compartir. Filosofía, redes sociales y fotografía 2.0. *Enrahonar. Quaderns de Filosofia*, 50, 59-72.
- Ruiz-Corbellá, M. y de Juanas, A. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre Educación*, 25, 95-113.
- Sánchez, M. y De Frutos, B. (2012). ¿Marca el género la diferencia?: adolescentes en las redes sociales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 92, 50-59.
- Sansanwal, R.M., Derevensky, J.L., Lupu, I.R. & Lupu, V. (2015). Knowledge and Attitudes Regarding Adolescent Problem Gambling: A Cross-Cultural Comparative Analysis of Romanian and Canadian Teachers. *International journal of mental health and addiction*, 13, 33-48. <http://doi.org/10.1007/s11469-014-9507-0>
- Schwinn, T., Hopkins, J., Schinke, S.P. & Liu, X. (2017). Using Facebook ads with traditional paper mailings to recruit adolescent girls for a clinical trial. *Addictive Behaviors*, 66, 207-213. <http://dx.doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.10.011>
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P. M. & Michikyan, M. (2015). Comunicación electrónica y relaciones adolescentes. Una actualización de las investigaciones existentes. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 9, 115-130.
- Subrahmanyam, K. & Smahel, D. (2011). *Digital youth: the role of media in development*. Nueva York: Springer.
- Tabernero, C., Aranda, D. y Sánchez-Navarro, J. (2010). Juventud y

tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 77-96.

Valdemoros, M.A., Alonso, R.A. y Sáenz de Jubera, M.A. (2017). Los centros de enseñanza y la educación del ocio. Percepción de los docentes españoles según áreas geográficas. *Revista*

*Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 89 (31.2), 103-116.

Valdemoros, M.A., Sanz, E. y Ponce de León, A. (2017). Ocio digital y ambiente familiar en estudiantes de Educación Postobligatoria. *Comunicar*, 50(25), 99-108. <http://dx.doi.org/10.3916/C50-2017-09>

## PERFIL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LOS AUTORES

Eva Sanz Arazuri. Profesora Titular del Departamento de Ciencias de la Educación (Universidad de La Rioja). Miembro del equipo de investigación Actividad Física y Deporte en el espacio y tiempo de Ocio (AFYDO) y de la Red OcioGune, Investigación en Estudios de Ocio. Investigadora en temas de Educación, Ocio, Familia, Valores y Actividad Física, 10 investigaciones de I+D+I financiadas, 10 tesis doctorales dirigidas, autora de 5 libros, 58 artículos indexados y capítulos de libro.

Rosa Ana Alonso Ruiz. Doctora en Bases Psicológicas y Actividad Físico-Deportiva. Acción y Desarrollo. Profesora del Departamento de Ciencias de la Educación en la Universidad de La Rioja desde 2010 hasta 2015. En la actualidad profesora contratada interina. Licenciada en Pedagogía por la UNED y en Psicopedagogía por la Universidad de Salamanca. Diplomada Maestra en Educación Infantil, con mención honorífica como reconocimiento al expediente académico. Maestra de Educación Infantil desde 2001 hasta la actualidad.

Magdalena Saenz de Jubera Ocón. Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad de Alcalá. Profesora en la Facultad de Letras y de la Educación de la Universidad de La Rioja. Investigadora en temas de Educación, Orientación para la carrera y Ocio, autora de varias publicaciones sobre ocio y educación, competencia digital docente, propuestas organizativas y de educación inclusiva que contribuyan a la mejora de la práctica educativa.

Ana Ponce de León Elizondo. Catedrática de la Universidad de La Rioja. Doctora en Ciencias de la Educación. Directora del Grupo de Investigación Actividad Física y Deporte en el espacio y tiempo de Ocio (AFYDO) miembro fundador de la Red de Investigación OcioGune. IP en 17 proyectos de I+D+I en temas de Educación, Ocio, Actividad Físico-deportiva y Familia; 11 tesis doctorales dirigidas; más de un centenar de libros, capítulos de libro y artículos indexados.

M. Ángeles Valdemoros San Emeterio. Profesora Titular en el Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de La Rioja. Miembro del equipo de investigación Actividad Física y Deporte en el espacio y tiempo de Ocio (AFYDO) y de la Red OcioGune, Investigación en Estudios de Ocio. Investigadora en Educación, Ocio, Familia, Valores y Actividad Física, participa en investigaciones de I+D+I, autora de 8 libros, y 50 capítulos de libro y artículos indexados.

Dirección de los autores: Universidad de La Rioja  
C/ Luis de Ulloa, s/n  
26004 Logroño  
E-mail: [eva.sanz@unirioja.es](mailto:eva.sanz@unirioja.es)  
[rosa-ana.alonso@unirioja.es](mailto:rosa-ana.alonso@unirioja.es)  
[m-magdalena.saenz-de-jubera@unirioja.es](mailto:m-magdalena.saenz-de-jubera@unirioja.es)  
[ana.ponce@unirioja.es](mailto:ana.ponce@unirioja.es)  
[maria-de-los-angeles.valdemoros@unirioja.es](mailto:maria-de-los-angeles.valdemoros@unirioja.es)

Fecha Recepción del Artículo: 05. Septiembre. 2017  
Fecha Modificación del Artículo: 26. Enero. 2018  
Fecha Aceptación del Artículo: 09. Febrero. 2018  
Fecha Revisión para Publicación: 22. Febrero. 2018