

Ocio entre pares en la era digital: percepción del ocio conectado juvenil

Ana Viñals Blanco* y Jaime Cuenca Amigo*

LEISURE BETWEEN THE DIGITAL AGE PAIR: PERCEPTION YOUTH CONNECTED LEISURE

KEYWORDS: Leisure, Young people, Digital leisure, Leisure perceptions.

ABSTRACT: Online communication tools have substantially modified leisure practices among young people in the last years. Many traditional leisure activities have been transformed by the effect of digital mobile devices, while Internet connectivity became a leisure space in itself. Qualitative studies dealing with how young people perceive these new forms of leisure are scarce. The present study intends to explore these perceptions by means of focus groups and in-depth interviews, which were administered to 88 students of first and second grade of Bachillerato in the province of Bizkaia. Results confirm the everyday presence of digital leisure in the lives of young people, but also present some doubts regarding their appreciation of it, showing even how it is associated with terms with a negative connotation.

En los últimos años, las tecnologías digitales y el uso de Internet han modificado sustancialmente el tiempo libre y el ocio de los jóvenes en las sociedades más prósperas. Además de posicionarse como nuevo soporte de algunas actividades practicadas tradicionalmente, las herramientas de comunicación *online* se han convertido en sí mismas en un espacio en el que disfrutar del ocio. Los jóvenes españoles continúan destacando como actividades de ocio preferentes salir con sus amigos, escuchar música, o ver la televisión (INJUVE, 2010), pero, de una u otra manera, estas prácticas de ocio han acusado la influencia de la tecnología digital. Así, por ejemplo, a la hora de salir con los amigos los jóvenes se comunican en la Red previamente (Fundación Telefónica, 2013), y continúan utilizando dispositivos digitales móviles una vez se han reunido; del mismo modo, se observa un traslado del visionado de la televisión convencional a la televisión online (INJUVE, 2012). Para tratar de introducir cierta claridad conceptual en el ámbito del ocio digital, seguiremos la distinción propuesta por Viñals-Blanco, Abad-Galzacorta y Aguilar-Gutiérrez (2014), por la cual cabe diferenciar entre las prácticas de ocio preexistentes que han sido digitalizadas (como, por ejemplo, la lectura en formato *e-book*) y aquellas nuevas actividades de ocio que exigen de una conexión a Internet. Aquí nos centraremos especialmente en estas últimas, que podemos llamar, sencillamente, ocio conectado.

Es esperable que la actitud de los jóvenes hacia esta forma de ocio sea mayoritariamente positiva, ya que, en términos generales, muestran una extendida aceptación ante las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y consideran que son un motor de cambio social. El 69% de los jóvenes españoles entre 18 y 24 años considera que las tecnologías digitales han cambiado

mucho la sociedad; mientras que el 47% afirma que han cambiado mucho su propia vida cotidiana. Respecto a la valoración de los diversos dispositivos tecnológicos, el 91% considera el teléfono móvil como “bastante o muy necesario para la vida cotidiana”, seguido por la conexión a Internet (87%; Megías y Rodríguez, 2014: 41). Este dato sugiere la conectividad portátil como el rasgo más definitorio del ocio conectado: la mayoría de los jóvenes considera Internet muy o bastante útil para la vida cotidiana, pero mucho más la disponibilidad de teléfono móvil (Observatorio de la Juventud, 2012).

La revisión bibliográfica nos muestra cómo una gran parte de las investigaciones se centran en analizar este tipo de ocio conectado atendiendo a factores relativos al equipamiento tecnológico, el tipo de acceso y conexión a Internet, la localización y temporalización de las conexiones, la compañía en la navegación, el número y tipo de contactos establecidos, los usos específicos de las TIC e Internet, etc. (Aranda, Sánchez-Navarro y Tabernero, 2009; INJUVE, 2011; Observatorio de la Juventud, 2012; Bringué y Sádaba, 2009; GIE, 2009; Busquet, Ballano, Aranda, Medina, Morón y Ruano, 2012). Este tipo de estudios desarrolla un acercamiento objetivo al fenómeno que no acaba de hacer justicia a aquello que podría considerarse su núcleo más definitorio: la peculiar experiencia que suscitan en los practicantes. De acuerdo con Nimrod y Adoni (2012), aquí consideraremos que esta experiencia está determinada por cuatro dimensiones específicas: la sincronización, la interactividad, el anonimato y la realidad virtual. Para conocer el modo en que estas dimensiones conforman la experiencia del ocio conectado de los jóvenes es necesario atender a sus actitudes y significados. Sin embargo, son escasos los estudios que se han ocupado de analizar la vertiente más subjetiva del ocio

conectado, sus percepciones, motivaciones, beneficios o valoraciones asociadas (Observatorio Vasco de Juventud, 2012; Colás, González y De Pablos, 2013). Es necesario contribuir a esta literatura, aún escasa, si quiere entenderse cómo es el ocio conectado juvenil o, incluso, antes de nada, hasta qué punto valoran como ocio estas prácticas los propios jóvenes. Sólo así será posible ir más allá de las impresionantes cifras de acceso a Internet y de uso de dispositivos móviles entre los jóvenes y establecer algunas conclusiones, siquiera preliminares, acerca del significado que atribuyen a sus actividades de ocio conectado.

Método

La necesaria mediación tecnológica del ocio conectado pone a disposición de los investigadores un enorme caudal de datos cuantificables, tales como la frecuencia o la duración de las conexiones, los contenidos de la navegación en Internet o las interacciones en plataformas sociales *online*. El tratamiento cuantitativo de este tipo de datos puede aportar información muy valiosa sobre cómo son las prácticas de ocio conectado, pero difícilmente puede aportar luz sobre la percepción que los propios sujetos tienen de las mismas o los significados que les atribuyen. Estos aspectos, sin embargo, aparecen como cruciales desde el momento en que se extiende la definición experiencial del fenómeno, necesariamente dependiente de la valoración del sujeto (Cuenca Amigo, 2012a, 2012b). De ahí que este estudio opte por una metodología de corte cualitativo basada en grupos de discusión y entrevistas en profundidad, con el objetivo de explorar los significados construidos por los jóvenes en torno a sus prácticas *online* y, específicamente, la percepción que tienen de su ocio conectado.

Participantes

Los grupos de discusión se caracterizan por estar constituidos por personas que poseen ciertas características en común que proveen información de naturaleza cualitativa mediante su participación en una discusión enfocada (Krueger, 1991). Estos deben ser lo suficientemente pequeños como para permitir a cada participante la oportunidad de compartir su discernimiento de las cosas, y a la vez lo suficientemente grandes como para proveer diversidad de percepciones. Se aconseja que los conformen entre 9 y 12 personas.

En este caso, los participantes en el estudio fueron jóvenes estudiantes de Bachillerato de diversos centros educativos de Bizkaia. Se celebró un grupo de discusión en cada uno de los nueve centros educativos seleccionados por sus distintas características (en función de su naturaleza -pública, privada o concertada- y de su nivel de madurez tecnológica). Fueron 88 los jóvenes que participaron, en total: 49 varones y 39 mujeres; 53 estudiantes de primero de Bachillerato y 35 de segundo. La gran mayoría tenían entre 16 y 18 años. A 10 de los participantes, seleccionados por sus aportaciones en los grupos de discusión, se les realizó una entrevista individual en profundidad.

Instrumentos

Los grupos de discusión exploran los mundos semánticos que habitan los participantes y se centran, por tanto, en actitudes y percepciones personales que pueden ser más fácilmente explicitados a través de la interacción controlada (Krueger, 1991). En este estudio se desarrolló un guión de discusión que pretendía favorecer la expresión grupal de las percepciones que los jóvenes

tenían de su ocio conectado, así como los riesgos y beneficios asociados a esta práctica y su evaluación de las acciones desarrolladas por el centro educativo en este ámbito. Aunque el guión en su conjunto consta de 17 preguntas, el presente artículo se centrará en las respuestas a una de las preguntas, que atañen a la percepción del ocio conectado. Tras preguntar a los participantes acerca de sus actividades de ocio, en general, se les proponía la siguiente cuestión: "¿Consideráis que navegar por Internet es también ocio? ¿Podríamos hablar entonces de que existe un ocio en Internet?".

Procedimiento

El proceso de recolección de los datos del estudio se llevó a cabo a lo largo de un año, a partir de enero de 2014. Tras el diseño del guión de los grupos de discusión y las entrevistas, se realizó un pretest con alumnos de primero de Grado de la Universidad de Deusto que confirmó la idoneidad de la herramienta. Posteriormente, se contactó con los centros educativos seleccionados y se concertaron los grupos de discusión en sus instalaciones. Las aportaciones de algunos de los participantes los identificaban como representativos de los 10 perfiles de usuarios de Internet que distingue Horrigan (2009), por lo que se les administró una entrevista individual en profundidad. Las respuestas de estas 10 entrevistas se usaron como información complementaria a los datos extraídos de los grupos de discusión para profundizar en las experiencias de ocio de ciertos perfiles de usuarios que realizan usos concretos de Internet. Tras la finalización del trabajo de campo, todo el material registrado fue transcrito con ayuda del programa de transcripción f4 y se procedió a su análisis mediante el *software* Atlas.ti, siguiendo las fases habituales de revisión de los datos, categorización y codificación, y estructuración.

Resultados

La mayoría de los participantes en los grupos de discusión se conecta a menudo a Internet para buscar información relacionada con sus estudios. De ahí que distingan nítidamente entre un uso utilitario de Internet y otras formas de uso más lúdicas, sociales o creativas. Solo este segundo tipo de uso es identificado como ocio.

PU1 18 O: La parte de conseguir información no [es ocio], porque, por una parte, es obligación. Es ocio cuando quiero desconectar y juego, por ejemplo, o, yo que sé, miro vídeos de risas o alguna película... en ese caso, claro que es mi ocio, todo el tema de... Yo no estoy enganchado, pero todo el tema de redes sociales es todo ocio, al fin y al cabo no es obligatorio, digamos que no es una preocupación...

De igual modo que existe un acuerdo amplio en torno a esta distinción entre un uso libre y un uso mediado por las obligaciones escolares, aparecen numerosos matices compartidos en lo que se refiere a la valoración que merece ese uso libre en cuanto forma de ocio. Por regla general, los participantes tienden a mostrar reservas frente al ocio conectado, especialmente cuando lo comparan con otras actividades de ocio que practican de forma presencial.

PU3 17 A: A ver: es ocio, pero no es algo de decir "buh"...

PU2 16 A: Sí, me aporta cosas diferentes. Internet no es un hobby porque, no sé, yo no lo considero hobby; está ahí, pero ya está.

PU1 17 A: No sé... no lo pondría a la misma altura que mis otras actividades. Y si ahora me quitaría [sic] Internet, tampoco sería un disgusto o así.

No sorprende, entonces, que el ocio conectado aparezca claramente descrito como una "segunda opción", sobre la cual parece preferirse cualquier otra actividad presencial:

U3170: Internet es como una segunda opción, si no tienes nada más que hacer. Pero si tienes algo mejor que hacer... ¡pues no!

Esta menor valoración relativa del ocio conectado parece estar en relación con una percepción de menor entidad. Así, por ejemplo, un participante hace depender la percepción de la conexión a Internet como ocio de la prolongación de sus contenidos en el mundo presencial. Desde este punto de vista, el ocio conectado, por sí mismo, carecería de la entidad suficiente como para ser tomado en serio como forma de ocio y necesitaría el refrendo de unas consecuencias en la cotidianidad no virtual. Es significativo que el participante no se limite, simplemente, a negar la condición de ocio de las prácticas *online*, sino que afirme que estas "no llega[n] a ser ocio". Aquellos contactos o experiencias que se restringen a Internet se perciben en este caso como menos reales.

PU2 16 O: Yo creo que es ocio si luego lo llevas a la vida real; si se queda en Internet no llega a ser ocio. Hablas con un chico por Internet; si luego no lo ves en la vida real... Yo creo que es verdadero ocio cuando le das una utilidad real. Yo creo que es ocio si luego lo llevas a la vida real; si se queda en Internet no llega a ser ocio.

La atribución de una mayor entidad a las actividades de ocio no virtuales frente al resto parece deberse principalmente a dos motivos: por un lado, la intensidad de ciertas actividades físicas asociadas a sensaciones de libertad y disfrute; y, por otro, la co-presencia de los pares. Las siguientes citas enfatizan aquellas vivencias físicas que no pueden lograrse a través de Internet, tales como el deporte y la danza.

PU2 17 O: Ya... a ver cómo me explico... El deporte es algo que lo haces en un momento puntual y que en ese momento lo disfrutas mucho y te deja ya con ese disfrute y el Internet en vez de darte gusto en un momento concreto es más continuo. Entonces, no sé, el deporte... tú no vas a estar haciendo todo el rato deporte, en cambio, en Internet, sí; pero igual haces deporte tres días a la semana y es suficiente, pero si te dan Internet sólo tres días a la semana pues igual quieres más, entonces...

C 17 A: Hombre, divertido, divertido no es estar con un móvil o enfrente del ordenador; jugando a fútbol o en el frontón me divierto y no sé... es que con un ordenador puedo estar tranquilamente sentada en el sofá sin hacer nada; en cambio estoy más activa jugando, me da más...

PU2 16 A: Pues, por ejemplo, bailando en mi caso yo me siento un poco libre, cómo decirlo... suelto la rabia que tengo y me libero bastante. Es una muy buena terapia, bailar y eso, y me gusta mucho. Internet no me llena del mismo modo, pero si hablas con alguien si te libera, pero no en sentido físico.

Asimismo, varios participantes consideran que la presencia física de los pares no puede suplirse a través de herramientas de comunicación digital.

PU2 17 A: Yo lo hago [=me conecto] sin más, por costumbre, porque me preguntan algo y contesto. Para mí no es lo mismo la relación que tienes o lo que hablas con una persona por WhatsApp que luego al estar cara cara...

PU1 16 O: Digamos que es diferente manera de relacionarte con la gente. Cuando estás con los amigos es muy diferente que [sic] estar delante de la pantalla tú solo.

Ahora bien, la valoración secundaria que se hace respecto del ocio conectado no tiene que ver exclusivamente con la mayor

entidad o diversión asociada a las actividades presenciales. Se expresan también juicios negativos sobre algunas dinámicas propias de ciertas herramientas de comunicación *online*, tales como las redes sociales virtuales. Al menos un participante describe el comportamiento de los usuarios de redes sociales como atravesado de una competencia fútil.

PU1 18 O: Estar en Internet me satisface, pero no tanto como estar con otra persona. Es mucho más productivo salir e irte a correr hasta San Ignacio o hasta el Ayuntamiento que estar en Internet, en plan "pues ahora voy a esperar a que este escriba", y hay mucha gente que se queda esperando a ver si este manda un tweet y a ver qué dice y están pendiente de esto. Para mí es una pérdida de tiempo, una cosa estúpida. Que la gente compite por ejemplo por a ver quién tiene más seguidores, y eso es una chorrada, no es beneficioso para ti porque no vale para nada y no sé... y pierdes el tiempo en vez de trabajar o irte con tus amigos a hacer algo; es mucho más productivo que pensar porque unos te siguen y por qué no...

De igual modo, la posibilidad de estar disponible en cualquier momento para la comunicación con los pares a través de herramientas *online*, se valora también como algo que puede resultar excesivo y a lo que debe accederse por su utilidad:

PU2 16 A: Yo, de hecho, al principio fui la última casi de la cuadrilla en tener WhatsApp y me lo tuve que poner porque no me enteraba de los planes, porque, si no, no me hubiese puesto.

PU1 17 O: Yo eso lo veo más [como] esclavitud. Yo no tengo Internet en el móvil y de momento no quiero tener, porque yo Internet lo utilizo en casa para estar en Youtube y poner música. Pero en la calle, para estar con el WhatsApp "¿Dónde estás? ¿Qué haces?"... pues, no sé, ¡déjame en paz!

Es notorio el uso de expresiones con connotaciones claramente negativas para referirse al ocio conectado. Puede afirmarse que son los propios jóvenes quienes enjuician sus prácticas de ocio de un modo negativo, y esto en tres sentidos distintos: en referencia al excesivo tiempo de conexión, al aislamiento que traería consigo y a la distracción que ocasiona. Es significativo que el excesivo uso de Internet sea descrito con términos como "vicio" u "obsesión":

PU2 17 A: Yo es que, más que nada, estoy tanto en Internet porque tengo vicio. Igual tengo que estudiar o así y me meto en Twitter aunque sea para cotillear o cualquier tontería. Pero es como que lo tengo que hacer; si no, no puedo ponerme a estudiar. Aunque esté 5 minutos sólo, ya es que me tengo que meter. Y eso ya no es ocio, eso es vicio.

PU2 16 O: Yo lo que veo es que sí tenemos un ocio en Internet, pero que para la mayoría de los jóvenes no existe ocio en Internet, sino obsesión en Internet.

Asimismo, varios participantes consideran que el uso de Internet en el tiempo libre incita al aislamiento, haciendo hincapié en su condición de actividad solitaria que motiva a quedarse en casa con la única compañía del ordenador.

PU1 16 A: Al final te cierras y te quedas tú sólo. Tú cuando haces extraescolares y así, estás con otra gente, te comunicas.

PU1 17 A: Porque para mí Internet no es tan importante, no sé, no... Para mí el deporte o las actividades que hago son actividades en las que me relaciono con gente, compañerismo y así... pero Internet al final es un mundo en el que estás tú solo y que, por mucho que estés hablando con otras personas, al final estás tú solo, y es como que te aíslas del mundo y yo no lo veo así.

Finalmente, un participante se refiere también al ocio conectado como una fuente de distracciones que lleva a postergar actividades asociadas al estudio, sustituyéndolas por otras más agradables.

PU2 17 O: Yo me doy cuenta porque a veces digo: he pasado toda la tarde, he estado delante del libro y no he pasado ni una página; porque igual estás así, pero de repente te vibra el móvil, [lo] sacas, tal... estás así y ya, como te has distraído, pues igual ves una cosas y te pones a ver esa cosa. Además, yo, que me distraigo muy fácil y que puedo estar horas pensando sobre una cosa y estar ahí dándole vueltas, dándole vueltas, aunque sea una tontería...

En definitiva, del análisis de las expresiones de los participantes se concluye la presencia de numerosos matices que vienen a condicionar la percepción que los jóvenes tienen del ocio conectado en un sentido más bien negativo o, en todo caso, como una opción secundaria respecto de actividades de ocio en entornos no virtuales

Discusión

Los grupos de discusión apuntan claramente a un ocio conectado notablemente extendido entre los participantes, en consonancia con lo que señalan los estudios de usos de las herramientas de comunicación *online* (INJUVE, 2012; Fundación Telefónica, 2013) Tal y como muestran las estadísticas generales, los jóvenes participantes también se conectan con frecuencia a Internet con objeto de divertirse, entretenerse y socializar, y distinguen con claridad estos usos de otros más estrechamente relacionados con sus obligaciones escolares. Ahora bien, pese a esta distinción, que concita notable acuerdo, son reseñables las dudas que se presentan a la hora de preguntarles si ellos perciben como ocio estos usos lúdicos de Internet. Mientras que buena parte de los estudios reseñados parten de una definición previa de lo que se considera ocio conectado, el presente estudio, en consonancia con una comprensión experiencial del ocio que concede un papel central a las valoraciones del sujeto, pregunta a los propios jóvenes por los significados y valoraciones que adscriben a sus prácticas. Sus respuestas resultan menos entusiastas de lo que cabría esperar a tenor de las estadísticas de conexión a Internet e implantación de dispositivos móviles entre los jóvenes españoles.

Las prácticas de ocio conectado son descritas por los participantes como una segunda opción, fácilmente disponible cuando no hay a mano una alternativa mejor. Los jóvenes expresan con claridad importantes diferencias percibidas entre las prácticas de ocio conectado y las prácticas presenciales, tales como la intensidad física de la actividad o la proximidad de sus pares. Esta percepción diferencial es coherente con las dimensiones específicas del ocio conectado, que afectan al tiempo, el espacio y la forma de la actividad: sincronidad, interactividad, anonimato y realidad virtual (Nimrod and Adoni, 2012). En su conjunto, el cúmulo de diferencias señaladas parece motivar una percepción de cierta "irrealidad" asociada al ocio conectado, al que también se vinculan algunas connotaciones claramente negativas como las de obsesión, soledad o distracción.

Estos resultados deben contribuir a una mayor cautela en los juicios acerca del cambio en los patrones de ocio de la población joven. Aunque la irrupción de las herramientas de comunicación *online* es insoslayable tanto en los usos del tiempo libre como en los contenidos de las actividades de ocio de los jóvenes, resulta muy significativo que en el nivel de las percepciones se produzca esta cierta minusvaloración relativa. Se requieren más investigaciones de índole cualitativa que ayuden a incorporar nuevos matices en las percepciones del ocio conectado que se hallan presentes en este colectivo, así como a indagar sobre los posibles factores que intervienen en su construcción. Cabría preguntarse, por ejemplo, si esta minusvaloración relativa del ocio en entornos virtuales entre los jóvenes se debe a una sensación generacional de sobreexposición mediática u obedece, en cambio, a sesgos valorativos que los nativos digitales heredan de la generación de sus progenitores y docentes. Asimismo, estudios de naturaleza comparativa o longitudinal podrían contribuir a aclarar hasta qué punto la valoración de la proximidad presencial de los pares o la intensidad física de ciertas actividades está relacionada con necesidades propias de la adolescencia o, por el contrario, son compartidas por colectivos en otras fases de su desarrollo psico-social.

OCIO ENTRE PARES EN LA ERA DIGITAL: PERCEPCIÓN DEL OCIO CONECTADO JUVENIL

PALABRAS CLAVE: Ocio, Jóvenes, Ocio digital, Percepción del ocio

RESUMEN: Las herramientas de comunicación *online* han modificado sustancialmente las prácticas de ocio juvenil en los últimos años. Mediante la incorporación de dispositivos digitales portátiles, muchas actividades de ocio tradicionales se han visto transformadas, mientras que la conexión a Internet se convertía, en sí misma, en un espacio de ocio. No abundan los estudios de corte cualitativo que se ocupen de las percepciones de los jóvenes en torno a estas nuevas formas de ocio. Este estudio quiere explorarlas a través de las técnicas del grupo de discusión y la entrevista en profundidad, aplicadas a una muestra de un total de 88 estudiantes de primero y segundo de Bachillerato de Bizkaia. Los resultados confirman la presencia cotidiana del ocio digital en la vida de estos jóvenes, pero presentan ciertas dudas respecto de su valoración, mostrando incluso su asociación con expresiones de connotación negativa.

Referencias

- Aranda, D., Sánchez-Navarro, J., y Tabernero, C. (2009). *Jóvenes y ocio digital. Informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España*. Barcelona: Editorial UOC.
- Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2009). *La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Pamplona: Ariel. Consultado en <http://goo.gl/FIXezM>
- Busquet, J., Ballano, S., Aranda, D., Medina, A., Morón, S., y Ruanao, L. (2012). *El uso de las TIC y la brecha digital entre adultos y adolescentes. Primer esbozo del estado de la cuestión*. Grupo de investigación CONInCOM (Conflicto, Infancia y Comunicación) de la Facultat de Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull de Barcelona. Consultado el 28/03/2013 en <http://goo.gl/FXrAD>
- Colás, P., González, T., y de Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40, 15–23.
- Cuenca Amigo, J. (2012a). *El valor de la experiencia de ocio en la modernidad tardía. Génesis y condiciones de posibilidad. Documentos de Estudios de Ocio*, 48. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Amigo, J. (2012b). Génesis de la comprensión experiencial del ocio en la modernidad tardía: transformaciones del concepto de vivencia. *ARBOR. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188(754), 315–325.
- Fundación Telefónica (2013). *Informe de Sociedad de la Información en España 2012*. Madrid: Ariel.
- Gabinete de Prospección Sociológica del Observatorio Vasco de la Juventud (2012): *Medios de Comunicación*. Araba: Gobierno Vasco. Consultado el 20/06/2012 en <http://goo.gl/oNIA9E>
- Horrigan, J. (2009). *The Mobile Difference*. Washington, DC: Pew Research Center Internet & American Life Project.
- Krueger, R. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica de la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.
- Megías, I. y Rodríguez, E. (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: CRS-FAD.
- Moreno, A. y Rodríguez, E. (2013). *Informe de la Juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE. Consultado el 22/05/2012 en <http://goo.gl/eFGKX1>
- Nimrod, G. y Adoni, H. (2012) 'Conceptualizing leisure', *Loisir et Société / Society and Leisure*, 35(1), 31–56.
- Observatorio de la Juventud. (2012). *Informe Juventud 2012 en España*. Madrid: INJUVE. Consultado el 22/05/2012 en <http://goo.gl/eFGKX1>
- Observatorio Juventud de España y Centro de Investigaciones Sociológicas (2011): *Cifras y jóvenes. Sondeo de opinión. Jóvenes y Tic*. Madrid: INJUVE. Consultado el 05/05/2012 en <http://goo.gl/T9pB15>
- Observatorio Vasco de la Cultura (2010). *Informe del Observatorio Vasco de la Cultura sobre Jóvenes, Cultura y Nuevas Tecnologías 2010*. Araba: Gobierno Vasco. Consultado el 11/04/2012 en <http://goo.gl/OU2ly8>
- Viñals-Blanco, A., Abad-Galzacorta, M., y Aguilar-Gutiérrez, E. (2014). Jóvenes conectados: Una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. *Communication Papers*, 3(4), 52–68.