



sondeo de opinión

2ª encuesta 2007

CONCLUSIONES

Uso de TIC
Ocio y tiempo libre
Información



ÍNDICE

	Página
<i>Presentación</i>	3
<i>Así son nuestros jóvenes</i>	4
1. <i>Uso de TIC</i>	6
1.1. <i>Teléfono móvil</i>	6
1.2. <i>Internet y participación</i>	13
2. <i>Ocio y tiempo libre de los jóvenes</i>	15
2.1. <i>El ocio de los jóvenes</i>	15
2.2. <i>Noche y fin de semana</i>	21
3. <i>Información</i>	27
3.1. <i>Jóvenes e información</i>	27
3.2. <i>Conocimiento de los Servicios de Información Juvenil</i>	28



Presentación

El sondeo que aquí se presenta corresponde a las opiniones vertidas por los jóvenes en la segunda encuesta del año 2007. En esta consulta se han recogido sus opiniones sobre tres cuestiones que afectan estrechamente a los procesos de socialización juveniles.

1. Las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** se han afianzado como herramientas indispensables para el desarrollo social. Algunas de ellas como el **teléfono móvil** e **Internet** se han convertido en instrumentos imprescindibles en los procesos socializadores juveniles: social, relacional, lúdico, etc.
2. La segunda de las cuestiones remite a **las prácticas de ocio y empleo del tiempo libre** por parte de los/as jóvenes. La juventud es una etapa vital en la que el uso del tiempo libre resulta determinante para poder observar diferencias entre unas y otras generaciones juveniles. Los **fines de semana**, y concretamente sus **noches**, permanecen como exponentes de la forma de ocio predominante entre la mayor parte de los jóvenes en nuestro país.
3. Por último, se recogen algunos aspectos sobre Jóvenes e información. Las formas en las que se aprovisionan de información de actualidad y el conocimiento y uso que tienen de los **Servicios de Información Juvenil**. Dichos centros sirven como espacios de provisión de información necesaria para el desenvolvimiento de un buen número de jóvenes en España.



Así son nuestros jóvenes

El perfil de los/as jóvenes que han participado en esta consulta, y de cuyas opiniones damos cuenta a continuación, se puede concretar en torno a las siguientes características generales:

- Se trata de un número similar de hombres (51%) y de mujeres (49%).
- En cuanto a la edad, tienen más peso los grupos de mayor edad, especialmente el colectivo de los 25 a los 29 años.
- Con respecto a su situación de convivencia, la gran mayoría están solteros (73%) y un 27% están casados o viviendo en pareja.
- El lugar de residencia habitual de la mayor parte de ellos es el domicilio familiar (65%); un 28% vive en un hogar independiente de la familia de origen y un 7% comparte vivienda con otras personas.
- La situación económica personal que tienen los jóvenes muestra que la mayor parte (34%) vive exclusivamente de los ingresos propios. El grupo de quienes viven exclusivamente de ingresos de otras personas (generalmente de los padres) representa el 29%. Los que viven principalmente de sus ingresos pero reciben ayuda de otras personas suponen el 21%. Y por último, un 16% de jóvenes declara vivir principalmente de los ingresos de otras personas, aunque con algunos ingresos propios.
- La mayor parte de los encuestados en cuanto a su situación ocupacional se dedica únicamente a trabajar (48%). Quienes se dedican exclusivamente a estudiar suponen el 28%. Quienes compatibilizan trabajo y estudio representan el 14%. Y por último aparece un 8% de jóvenes que se encuentra en paro.
- La persona que aporta más ingresos en el hogar de los/as jóvenes consultados en la mayoría de los casos es el padre (59%), seguido del propio entrevistado (26%).
- La mayoría de los jóvenes cursó sus estudios primarios en un colegio público (74%). Un 18% lo hizo en un colegio religioso y un 7% cursó dichos estudios en un colegio privado laico.



- En cuanto al nivel de estudios alcanzado, un 12% tiene finalizada la enseñanza primaria, si bien un número mayor ha acabado la secundaria obligatoria (34%); un 27% tiene estudios de bachillerato o de Formación Profesional y un 27% ha finalizado estudios universitarios de nivel medio o superior.
- En materia de religión, la mayor parte de encuestados se declara católico no practicante (51%), los católicos practicantes son un 11% y los creyentes de otras religiones representan el 6% de los consultados. El grupo de los no creyentes (13%), indiferentes (9%) y ateos (8%) suma más del 30%.
- Ideológicamente, los/as jóvenes se ubican mayoritariamente en el centro político, con leve desplazamiento a la izquierda. Así, en la escala de izquierda a derecha, que va del 1 al 10, se sitúan en una media del 4,6.



I. USO DE TIC

1.1. TELÉFONO MÓVIL

1.1.1. POSESIÓN Y USO HABITUAL DEL TELÉFONO MÓVIL

DISPONIBILIDAD DE MÓVIL PARA USO PERSONAL

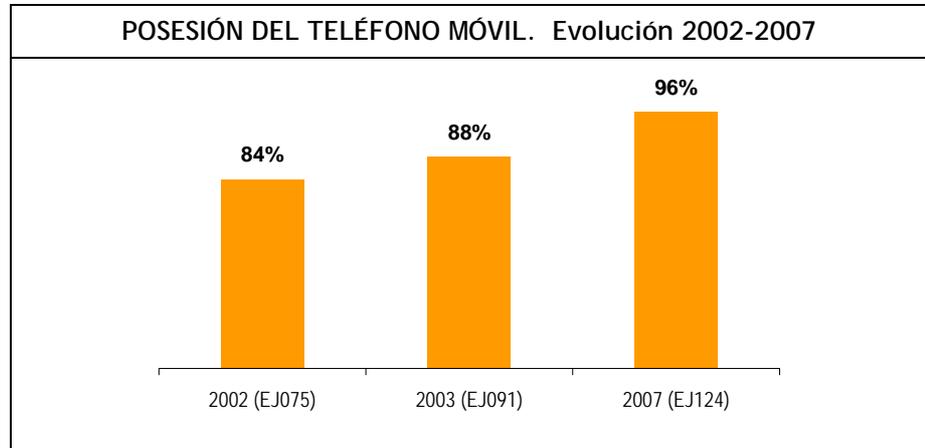
En los últimos años, el teléfono móvil se ha afianzado definitivamente en nuestra sociedad como una **herramienta imprescindible** para el discurrir social de las personas, y especialmente para el **desarrollo y socialización de la juventud**. Del 88% de jóvenes que en 2003 afirmaba disponer de teléfono móvil para uso personal, se ha pasado en 2007 al **96%**, lo que da muestra de la incorporación definitiva del móvil como un instrumento indispensable en la actividad, cultura e identidad juveniles.

**LA PRÁCTICA
TOTALIDAD DE
JÓVENES DE ENTRE 15
Y 29 AÑOS (96%)
DISPONE EN 2007 DE
TELÉFONO MÓVIL
PARA SU USO
PERSONAL**

Las **mujeres jóvenes** disponen ligeramente en mayor medida que los hombres de teléfono móvil. Por edades, los/as jóvenes pertenecientes al grupo de **mayor edad (25-29 años)** son los que declaran, en una ligera mayor proporción, disponer de él, así como quienes tienen un **mayor nivel de estudios** (a partir de secundaria).

Son los jóvenes cuya **situación económica depende únicamente de recursos ajenos** quienes tienen una ligera menor proporción de móviles para su uso personal (93%).

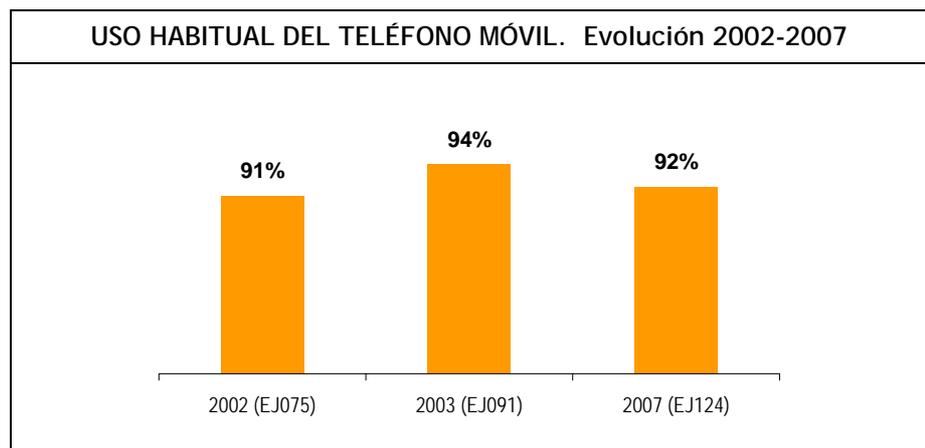
Los datos sobre la evolución de la posesión del móvil en los últimos años muestran el afianzamiento definitivo de este aparato tecnológico entre la juventud en España.



USO HABITUAL DEL MÓVIL

En 2003, más de nueve de cada diez jóvenes consultados afirmaban usar con asiduidad el móvil. En 2007, el porcentaje de quienes afirman hacer un uso frecuente se mantiene similar con respecto a cuatro años antes (92%); de dicho porcentaje, la inmensa mayoría declara tenerlo siempre conectado (83%) y un 9% dice conectarlo sólo unas horas al día.

En lo que sí parece existir una ligera variación es en cuanto al número de jóvenes que **no utilizan el móvil habitualmente**, cuyo número se viene reduciendo paulatinamente, quedando en el 5% en 2007.





QUIENES TIENEN SIEMPRE CONECTADO EL MÓVIL CORRESPONDEN EN MAYOR MEDIDA A MUJERES DE ENTRE 18 Y 29 AÑOS

Las mujeres jóvenes hacen un uso más asiduo del móvil que los hombres y lo tienen conectado siempre más habitualmente. Este uso constante del teléfono es más frecuente entre los 20 y los 29 años de edad que entre los más jóvenes (15-19 años).

Los/as jóvenes que tienen el móvil conectado todo el tiempo corresponden en mayor medida a mujeres de entre 18 y 29 años, a los jóvenes trabajadores y a quienes disponen de un mayor número de recursos propios.

Quienes usan el móvil sólo unas horas al día (usuarios moderados) son sobre todo jóvenes de ambos sexos de entre 15 y 17 años.

Los que no utilizan el móvil habitualmente corresponden ligeramente más al grupo de los más jóvenes (15-17 años), lo que hace suponer que todavía no disponen del mismo.

1.1.2 UTILIZACIÓN DEL TELÉFONO MÓVIL

Los principales usos que hacen del móvil los/as jóvenes en 2007 siguen siendo los relativos a las conversaciones con los amigos (71%), al envío y recepción de mensajes (67%) y a las conversaciones con los familiares. (66%).

Con respecto al uso que declaraban en 2003, el envío de mensajes ha perdido el puesto hegemónico que entonces ocupaba, en favor de las conversaciones con los amigos. Este cambio puede deberse a las ofertas y nuevas tarifas jóvenes ofertadas por las compañías de telefonía móvil que han supuesto un abaratamiento de las llamadas.

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%).

Es menos frecuente entre los jóvenes utilizar el teléfono para descargar música: cazar y descargar canciones, logos, tonos, etc. (16%) o para jugar (12%). La conexión a Internet a través del móvil, de momento, aparece como un uso excepcional entre los jóvenes (4%).

Las conversaciones con los amigos son más frecuentes entre quienes disponen de estudios superiores, y entre los/as jóvenes adolescentes

COMO YA SUCEDÍA EN 2003, EN 2007 SE MANTIENEN COMO USOS PREVALENTES DEL TELÉFONO MÓVIL AQUELLOS ASOCIADOS A SUS RELACIONES DE AMISTAD; Y EN SEGUNDO TÉRMINO A LAS RELACIONES FAMILIARES



LOS/AS JÓVENES
INMIGRANTES
PARECEN HACER UN
MAYOR USO DEL
TELÉFONO MÓVIL,
ESPECIALMENTE PARA
HABLAR CON LOS
FAMILIARES Y PARA
OTROS SERVICIOS
ADICIONALES (BUZÓN
DE VOZ, DESCARGA
DE MÚSICA, TONOS,
ETC.)

(solteros, dependientes económicamente y viviendo con la familia de origen).

Las conversaciones con familiares a través del teléfono móvil se dan en mayor medida entre **las mujeres** que entre los hombres, entre los **más mayores (25-29 años)**, entre quienes tienen un **mayor nivel de estudios**, entre los **jóvenes inmigrantes** y entre los **jóvenes adultos** (casados, emancipados económicamente y viviendo independientemente).

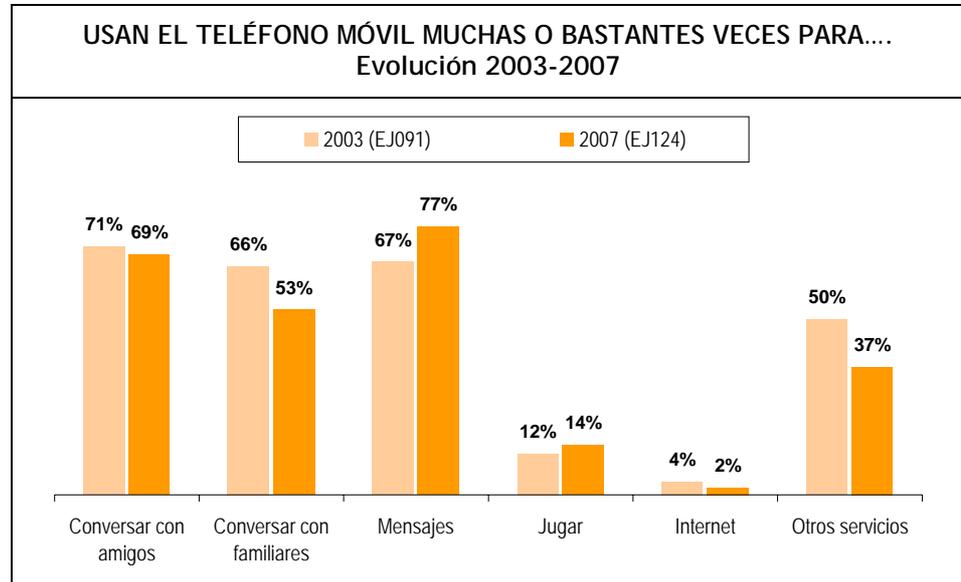
El envío de mensajes es una práctica más habitual entre **las chicas**, entre los **más jóvenes (15-17 años)**, entre los **estudiantes** y entre los **españoles**.

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 para descargar música: cazar y descargar canciones, logos, tonos, etc., corresponden en mayor proporción a los **más jóvenes (15-17 años)**, a los **extranjeros**, a quienes han alcanzado un **menor nivel de estudios** y a los **jóvenes adolescentes**.

Como se ha indicado anteriormente, en los **últimos cuatro años** se ha producido un **ligero aumento** en el uso del móvil para **conversar con amigos y familiares** y un **pequeño descenso** en el envío y recepción de mensajes.

Estos usos relacionales del móvil en las comunicaciones interpersonales de los/as jóvenes (con amigos y con familiares) se corresponden con los principios básicos prioritarios de sus procesos de socialización.



UNO DE CADA DIEZ JÓVENES CONSULTADOS DECLARA HABER PARTICIPADO EN ALGUNA CADENA DE LLAMADAS O MENSAJES DE MÓVIL PARA DIVULGAR ACTIVIDADES COLECTIVAS (MÍTINES, ACTOS DE PROTESTA O DE APOYO. ETC.)

Se les ha preguntado a los/as jóvenes si en alguna ocasión han utilizado el teléfono móvil para convocar o divulgar actividades o reuniones de carácter colectivo (manifestaciones, mítines, actos de protesta o de apoyo sobre algún tema que les interese). En torno al 10% de los jóvenes consultados declara haber participado en alguna cadena de llamadas o mensajes para divulgar actividades colectivas, frente al 89% que dice no haber utilizado nunca el móvil para este tipo de prácticas.

Quienes han utilizado con más frecuencia el móvil con estos fines movilizadores corresponden en ligera mayor proporción a hombres que a mujeres; a los jóvenes de entre 20 y 24 años, a quienes estudian y trabajan y a aquellos que viven en entornos urbanos (ciudades de más de 400.000 habitantes).

1.1.3 RESPONSABILIDAD DE LOS GASTOS DEL TELÉFONO MÓVIL

PERSONA QUE PAGA LOS GASTOS DEL MOVIL

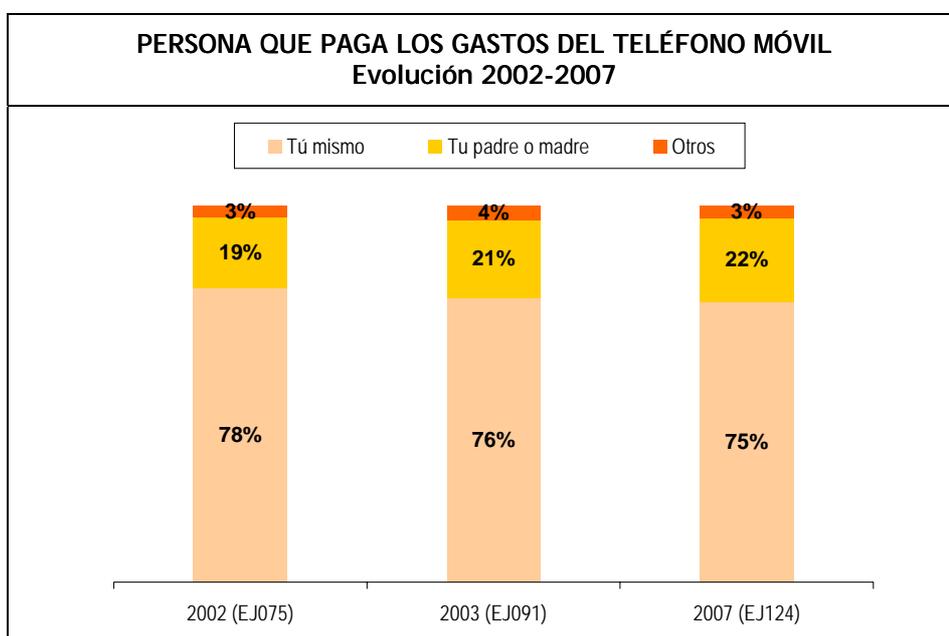
Como viene sucediendo en los últimos años, en 2007, la mayoría de los/as jóvenes (75%) incluye entre sus gastos el pago de la factura o la recarga del móvil, mientras que el 22% recurre a sus padres para pagar este gasto.



LA FACTURA DEL TELÉFONO MÓVIL (35 EUROS MENSUALES DE MEDIA) SE VIENE CONSOLIDANDO COMO EL PRINCIPAL DE LOS GASTOS CORRIENTES DE LOS/AS JÓVENES

Aquellos que se costean ellos mismos los gastos del móvil son más habituales a medida que van siendo mayores (especialmente a partir de los 20 años), entre los trabajadores y entre los jóvenes adultos.

Como sucedía en años anteriores, son los más jóvenes (15-19 años) quienes lógicamente recurren con más frecuencia a sus padres como financiadores de sus gastos de teléfono móvil (42%). Y especialmente los padres de las chicas más jóvenes (15 a 19 años) son quienes en mayor medida pagan las facturas del uso de móvil que hacen sus hijas.

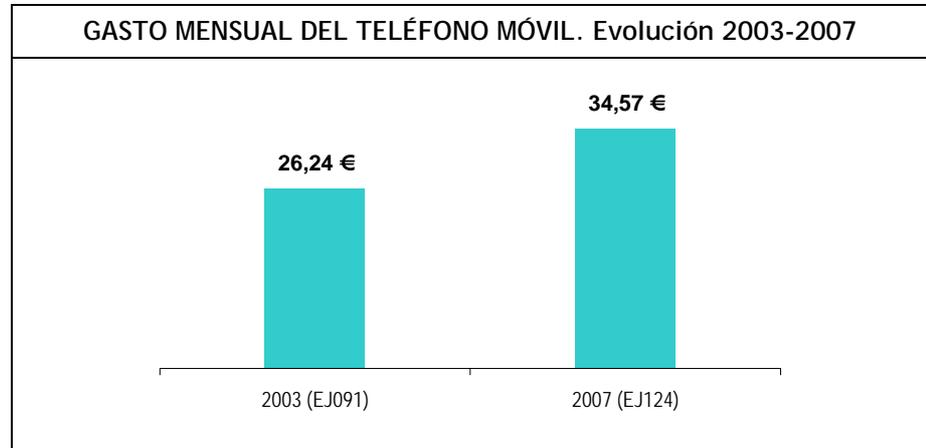


GASTO MENSUAL DEL MÓVIL

EL GASTO MEDIO MENSUAL EN TELEFONÍA MÓVIL HA PASADO DE 26 EUROS EN 2003 A 35 EUROS EN 2007

Los gastos juveniles en teléfono móvil representan una media de alrededor de 35 euros mensuales. Este gasto medio no varía entre hombres y mujeres; el aumento es especialmente significativo a medida que aumenta la edad y especialmente a partir de los 20 años.

Los jóvenes adultos y los inmigrantes son quienes destinan un mayor dinero mensual para gastos de telefonía móvil.



Con respecto a los datos de hace cinco años se ha producido un incremento mensual en los gastos de telefonía móvil de los jóvenes de más de ocho euros.

1.1.4 ALGUNAS ACTITUDES HACIA EL MÓVIL

LO QUE HARÍAN SI PIERDEN O SE LES ESTROPEA EL MÓVIL

La *dependencia* del móvil, de la mayor parte de los/as jóvenes, se constata en la inmediatez con la que declaran que se comprarían otro en caso de que se estropeará o perdieran el que tienen. El 58% declara que se compraría otro rápidamente, el 16% esperaría a que se lo regalasen o a comprárselo, un 13% cree que debería tener otro por si acaso y un 9% pediría un móvil prestado en caso de pérdida o rotura.

Esta *dependencia* del móvil está más acentuada a medida que aumenta la edad de los jóvenes; entre quienes viven en zonas rurales, entre los trabajadores y entre los jóvenes adultos.

Por el contrario, los más jóvenes (15-19 años), los estudiantes y los jóvenes adolescentes, son quienes declaran en mayor proporción que esperarían para comprarse un nuevo móvil o a que se lo regalasen.

LA DEPENDENCIA DEL MÓVIL DE LA MAYOR PARTE DE LOS/AS JÓVENES SE MANIFIESTA EN QUE SE COMPRARÍAN INMEDIATAMENTE OTRO TELÉFONO EN CASO DE PERDER O ESTROPEARSE EL QUE TIFNFN



EL PRINCIPAL USO DEL MÓVIL ENTRE LA JUVENTUD EN NUESTRO PAÍS TIENE QUE VER CON LA SENSACIÓN DE ESTAR PERMANENTE CONECTADO CON LA GENTE

MOTIVOS PARA USAR EL MÓVIL

El principal uso juvenil del móvil tiene que ver con la sensación de estar permanentemente conectado con la gente (44%). Esta opinión sobre el uso relacional es más frecuente entre el grupo de los más jóvenes (15-17 años).

Un 21% de jóvenes declara que “sólo les parece útil para situaciones de emergencia.” Esta utilidad restringida del móvil es señalada ligeramente más por los hombres que por las mujeres, y es destacada especialmente por el grupo de mayor edad (25-29 años).

Quienes asocian el uso del móvil a la sensación de libertad e independencia suponen un 18%. Esta opinión está más extendida entre las chicas que entre los chicos y entre los 18 y 25 años.

Por último aparece un 13% de jóvenes que afirma que le gusta tener móvil, aunque le hace sentirse demasiado dependiente. Esta opinión tiende a aumentar a medida que aumenta la edad.

1.2 INTERNET Y PARTICIPACIÓN

1.2.1. UTILIZACIÓN DE INTERNET

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE JÓVENES QUE UTILIZAN INTERNET, PASANDO DEL 51% EN 2003 AL 70% EN 2007

En los últimos cuatro años se ha incrementado considerablemente el porcentaje de jóvenes que utilizan los servicios de Internet, pasando del 51% en 2003 al 70% en 2007. Consecuentemente se ha reducido en la misma proporción el número de quienes no usan todavía Internet, situándose en la actualidad en torno al 30%

Parece reseñable que estén entre el grupo de los más jóvenes (15-19 años) quienes en mayor medida declaren usar los servicios de la red (76%), lo que se explica probablemente por la incorporación paulatina de los servicios de Internet en los procesos de formación a través de los centros educativos y en el seno de buena parte de las familias.

Esto contribuye a poner de manifiesto que Internet se ha afianzado como una nueva forma de comunicación en nuestra sociedad. Muchas de las prácticas sociales de la juventud se están transformando ante las nuevas potencialidades que ofrece la red.



1.2.2. PARTICIPACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE INTERNET

El uso de internet para la **comunicación política** es una de estas prácticas emergentes que parece irse consolidando paulatinamente. Los niveles de acuerdo de los/as jóvenes con algunas afirmaciones sobre comunicación política ponen de manifiesto la tendencia juvenil a aceptar estas nuevas formas de comunicación.

El 76% se muestra de acuerdo con la afirmación de que internet sirve para “**comunicarnos con personas que defiendan ideas similares a las nuestras**”.

Ligeramente por debajo aparece el porcentaje de jóvenes que cree que la red es un buen medio para “**informar a los ciudadanos de las decisiones de los políticos**” (65%), para “**ampliar la participación de la gente en la toma de decisiones**” (61%), para “**facilitar que los ciudadanos puedan contar sus ideas a los políticos**” (60%) y para “**facilitar el voto a través de la red**” (58%).

Estas opiniones sobre los **usos políticos de internet** se encuentran más extendidas sobre todo a partir de haber cumplido **los 20 años**, entre quienes tienen **estudios superiores**, entre aquellos que **estudian y trabajan** y entre los/as jóvenes de **izquierdas**.

LA MAYORÍA DE
LOS/AS JÓVENES
CONSIDERAN
INTERNET COMO UN
MEDIO ADECUADO
PARA FOMENTAR LA
COMUNICACIÓN
POLÍTICA ENTRE LOS
USUARIOS

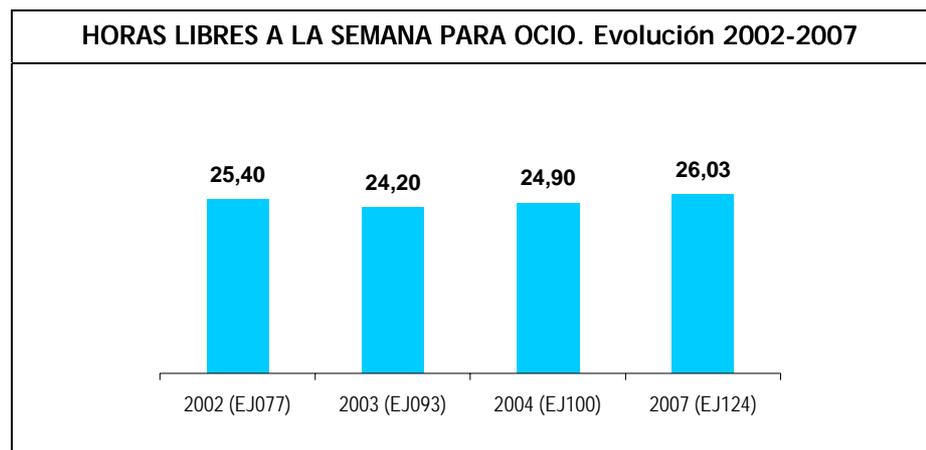


II. OCIO Y TIEMPO LIBRE

2.1. EL OCIO DE LOS JÓVENES

2.1.1. HORAS LIBRES SEMANALES PARA OCIO

Los/as jóvenes en nuestro país mantienen un buen número de horas semanales para su ocio o tiempo libre. En los últimos años se mantiene el número de horas libres en alrededor de 25 horas (en 2007, la media es de 26 horas 3 minutos).



LAS CHICAS VEN RECORTADO SU TIEMPO LIBRE EN COMPARACIÓN CON EL QUE DISFRUTAN LOS CHICOS, EN MÁS DE TRES HORAS SEMANALES

Las chicas siguen manteniendo un menor número de horas libres (tres horas menos) con respecto a los chicos. Este desajuste es especialmente significativo a partir de que las chicas cumplen los 20 años. La tradicional mayor implicación de las mujeres jóvenes en las tareas domésticas, junto con la mayor dedicación a su propia formación, pueden explicar que persista esta diferencia por género en cuanto al tiempo libre.

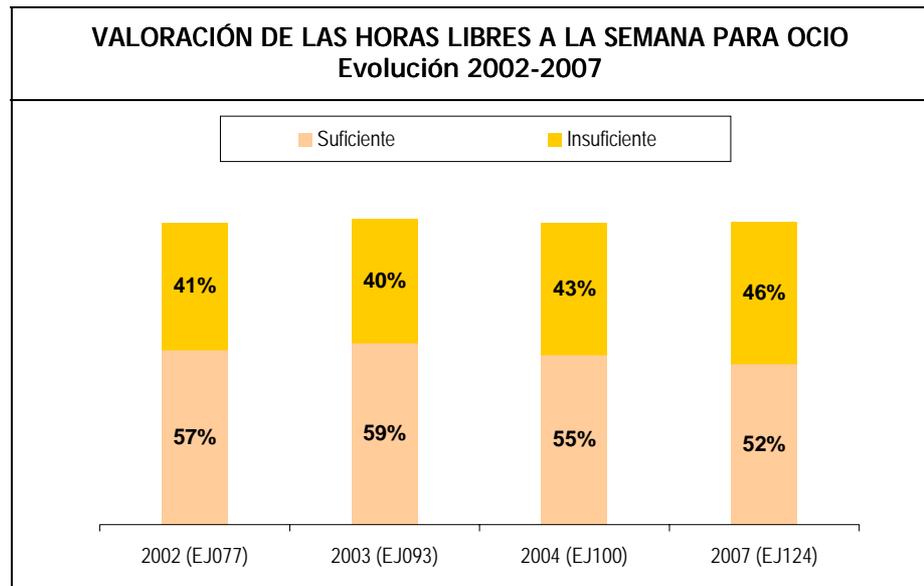
Como sucedía en años anteriores, lógicamente es a más temprana edad cuando se dispone de mayor tiempo de ocio, y es sobre todo a partir de los 25 años cuando se observa una pérdida de tiempo libre semanal, que coincide con las obligaciones que a partir de esas edades van adquiriendo los jóvenes.



Los denominados jóvenes adolescentes disponen de 3 horas y media más para ocio que los jóvenes adultos.

Más de la mitad de los consultados en 2007 (52%), valoran suficientemente la cantidad de tiempo libre de que disponen, mientras que en torno al 46% juzga insuficiente su tiempo de ocio y diversión.

AUNQUE SE HA INCREMENTADO EN ALGO MÁS DE UNA HORA EL TIEMPO MEDIO DE OCIO JUVENIL EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS, HA AUMENTADO EL NÚMERO DE JÓVENES INSATISFECHOS CON SU TIEMPO LIBRE



Las pautas de ocio parecen por el momento consolidadas en cuanto al tiempo libre del que disponen los jóvenes: en los últimos cinco años se mantiene en torno a las 25 horas semanales.

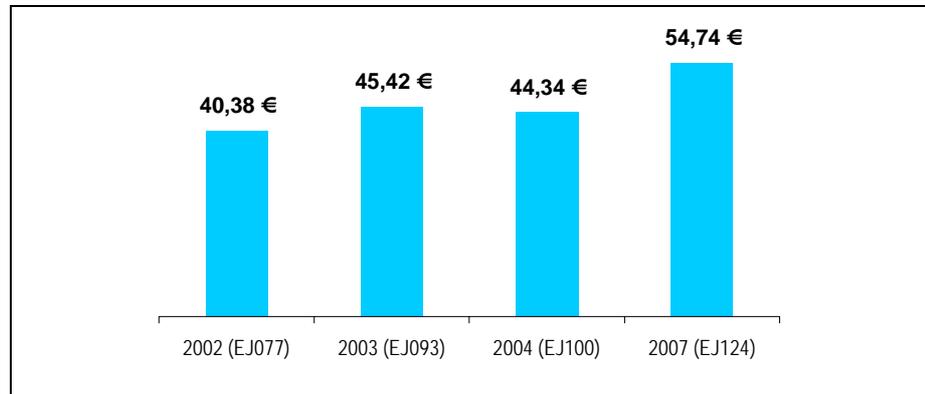
2.1.2. DINERO DISPONIBLE PARA GASTOS DE OCIO

LAS CHICAS DISPONEN DE 19 EUROS MENOS SEMANALMENTE QUE LOS CHICOS PARA SU OCIO

En 2007, la cantidad media de dinero de que disponen los/as jóvenes para su ocio ronda los 55 euros semanales, cantidad que se ha incrementando en algo más de diez euros desde 2004.

A pesar de este aumento en la cantidad media de dinero para ocio en los últimos años, han aumentado las diferencias entre la cantidad de dinero de que disponen los chicos y las chicas. En 2004, las mujeres disponían de 14 euros menos, en 2007 son 19 euros la cantidad de dinero más que tienen los chicos que las chicas.

DINERO DISPONIBLE A LA SEMANA PARA OCIO. Evolución 2002-2007



A medida que **aumenta la edad se incrementa la cantidad de dinero disponible para sus actividades de ocio. Así, los más jóvenes (15-19 años) disponen de 28 euros semanales, los que tienen entre 20 y 24 años cuentan con 60 euros y los mayores disponen de 71 euros de media para su ocio.**

Lógicamente, **los trabajadores y los jóvenes adultos** cuentan con una mayor cantidad de dinero (alrededor de 70 euros semanales) para gastar en sus actividades de tiempo libre.

2.1.3. ACTIVIDADES DE OCIO ENTRE LOS/AS JÓVENES

Se mantienen como actividades preferidas de los jóvenes en los últimos años, con un porcentaje en torno al 90%, **escuchar música (CDs, cintas, etc.), salir o reunirse con los amigos y ver la televisión.**

Les siguen como actividades principales de ocio, **oír la radio (70%), ir de compras (70%), estar con el novio o pareja (70%) y leer periódicos y revistas (68%).**

En cuanto a las actividades que menos les agradan también coinciden con las que menos practican: **realizar actividades asociativas y voluntarias (14%), asistir a conferencias (11%) e ir al teatro (10%).**

ESCUCHAR MÚSICA,
SALIR O REUNIRSE
CON LOS AMIGOS Y
VER LA TELEVISIÓN SE
MANTIENEN COMO
LAS ACTIVIDADES DE
OCIO PREFERIDAS
POR LOS/AS JÓVENES



ACTIVIDADES DE OCIO QUE PRACTICAN LOS JÓVENES EVOLUCIÓN 2002-2007				
	Sondeos INJUVE			
	2002 (EJ077)	2003 (EJ093)	2004 (EJ100)	2007 (EJ124)
Beber, ir de copas	54,2%	55,3%	56,3%	49,4%
Ir a discotecas, bailar	58,9%	61,3%	61,7%	51,8%
Salir o reunirse con amigos	92,2%	93,4%	94,5%	91,9%
Hacer deporte	57,2%	59,2%	58,7%	53,6%
Asistir a competiciones deportivas	27,9%	30,1%	31,5%	26,7%
Ir de excursión	46,4%	49,1%	45,8%	39,2%
Viajar	54,5%	52,5%	56,5%	47,7%
Ir al cine	74,6%	79,4%	77,2%	61,4%
Ir al teatro	15,8%	16,1%	15,9%	10,0%
Ir a conciertos	44,7%	46,4%	48,6%	40,4%
Escuchar música, CD, cintas	94,8%	96,6%	94,7%	92,3%
Ir a museos, exposiciones	26,1%	25,8%	28,0%	20,5%
Asistir a conferencias, coloquios	14,7%	16,2%	17,0%	11,0%
Leer libros	61,7%	61,3%	61,5%	52,0%
Leer periódicos, revistas	74,9%	77,2%	79,9%	67,7%
Ver la televisión	91,9%	91,5%	90,2%	88,2%
Oír la radio	78,0%	82,1%	79,7%	70,0%
Usar el ordenador	64,9%	70,6%	73,4%	73,6%
Jugar con videojuegos, consolas, etc	38,6%	40,2%	39,4%	36,1%
Descansar, no hacer nada	70,4%	68,8%	67,1%	63,8%
Ir de compras				69,9%
Actividades asociativas y voluntariado				14,0%
Estar con mi novio/a, pareja				69,6%

LOS CHICOS SE DECANTAN EN MAYOR MEDIDA POR IR DE COPAS, POR EL USO DE ORDENADORES Y VIDEOJUEGOS Y POR EL DEPORTE; MIENTRAS QUE ELLAS LO HACEN POR LAS ACTIVIDADES CULTURALES, POR IR DE COMPRAS Y POR ESTAR CON LA PAREJA

El sexo de los/as jóvenes sigue ofreciendo algunas diferencias en cuanto a las prácticas de ocio o tiempo libre: los chicos prefieren ir de copas, practicar y asistir a actividades deportivas y usar ordenadores y videojuegos; mientras que las chicas se decantan en mayor medida por las actividades culturales (leer, cine, teatro, exposiciones), por ir de compras y por estar con la pareja.

Sin embargo, en 2007 a diferencia de lo que sucedía en años anteriores, los jóvenes españoles no parecen excesivamente satisfechos con sus actividades de ocio y tiempo libre; al menos eso se desprende de los desajustes entre los deseos y las prácticas de tiempo libre.

Desde 2004 se ha producido un incremento considerable de las actividades de ocio que desean y no pueden llevar a cabo. En casi todas las prácticas mencionadas predomina esa diferencia entre lo que les gustaría hacer y lo que hacen. Posiblemente contribuya a ello una mayor di-



DESDE 2004 HASTA AHORA SE HA INCREMENTADO LA BRECHA ENTRE LOS DESEOS Y LAS PRÁCTICAS DE OCIO JUVENILES. LOS/AS JÓVENES MUESTRAN CLARAS DOSIS DE INSATISFACCIÓN CON RESPECTO A LA MAYOR PARTE DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO, AL NO PODER REALIZARLAS EN LA MEDIDA QUE LES GUSTARÍA

versificación en la demanda de ciertas actividades junto a una paulatina pérdida de poder adquisitivo que les impide realizar las actividades ociosas de su agrado al no poder costearse las.

Entre las actividades que no pueden realizar los jóvenes aún deseándolo destacan especialmente viajar (40%), ir de excursión (34%), ir a conciertos (33%) e ir al teatro (30%).

Estas discordancias en las prácticas de tiempo libre de los jóvenes muestran un escenario mejorable en los procesos de socialización relativos a los ámbitos y espacios de ocio y tiempo libre juveniles.

En 2007, aunque se mantiene con respecto a 2004 un modelo juvenil similar en cuanto a las prácticas y actividades de ocio, aparecen algunas diferencias muy significativas que merecen ser reseñadas.

- Ha descendido considerablemente la práctica de asistir a discotecas (del 62% al 52% en 2007) y la de ir de copas (del 56% al 49%). Estos descensos pueden explicarse por el rechazo que una buena parte de jóvenes muestra hacia un modelo de ocio nocturno excesivamente pautado y sobre todo inaccesible económicamente para un buen número de ellos. La práctica del botellón se está imponiendo como actividad alternativa a las anteriormente mencionadas.
- También ha disminuido enormemente el número de jóvenes que afirman asistir al cine (61%) con respecto a 2004 (77%). El uso de dispositivos tecnológicos de 'cine en casa' y el precio de las localidades en las salas comerciales inciden posiblemente en este descenso.
- Los hábitos de lectura clásicos parecen caer de manera significativa entre la juventud: la lectura de prensa y de libros en papel ha disminuido doce y seis puntos respectivamente con respecto a 2004. El acceso a la prensa y la lectura en Internet, podría explicar este brusco descenso del consumo clásico.
- Los viajes como actividad de tiempo libre juvenil también han descendido como práctica entre la juventud (del 57% al 48%) al tiempo que, paradójicamente, se incrementa su demanda.
- También se ha reducido la práctica deportiva, pasando del 59% al 54% en 2007.

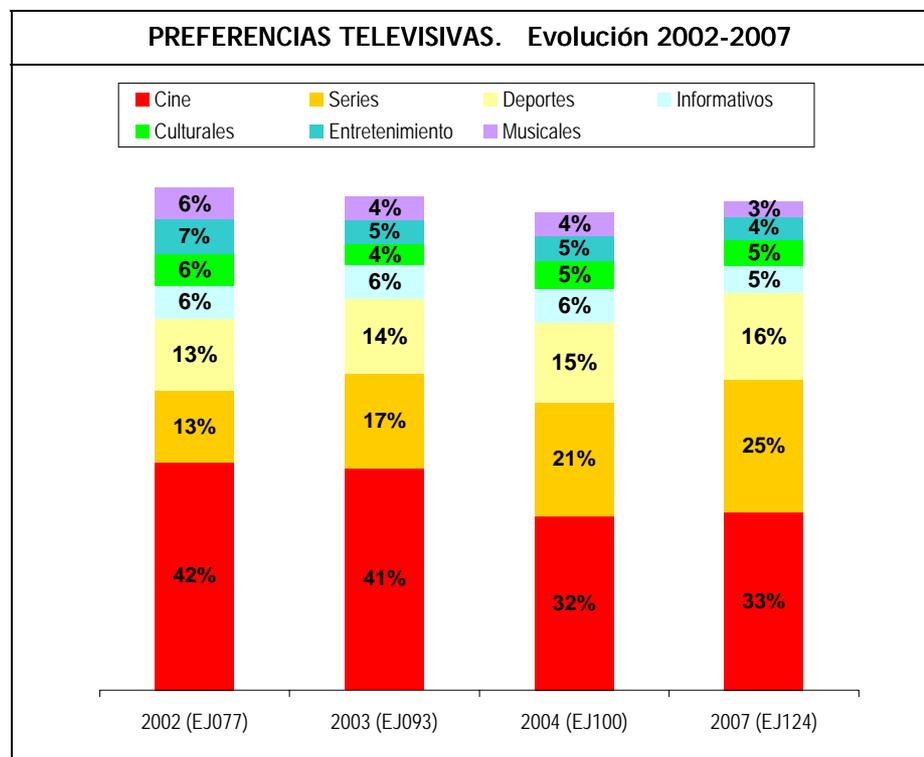
El considerable descenso generalizado que se observa en la mayoría de las actividades de ocio que practican los jóvenes en los últimos cuatro años, podría explicarse desde la emergencia de un nuevo modelo de ocio



juvenil centrado en nuevas actividades asociadas por ejemplo al uso de las TIC: Chats, foros, etc.

2.1.3. PREFERENCIAS TELEVISIVAS

Ver la televisión sigue siendo en 2007 una de las actividades juveniles favoritas en las que ocupar el tiempo de ocio. En torno a nueve de cada diez jóvenes señalan la televisión como una de las actividades preferidas durante su tiempo libre.



ADEMÁS DE LAS PELÍCULAS (CONTENIDOS PREFERIDOS POR EL CONJUNTO DE LOS JÓVENES), LOS CHICOS ELIGEN EN MAYOR MEDIDA DEPORTES EN TV Y LAS CHICAS PREFIEREN LAS TELESERIES

Los gustos televisivos en nuestro país no han variado en los últimos años. Los contenidos preferidos se mantienen en niveles similares a 2004: las películas se mantienen como los programas favoritos (33%), especialmente para los chicos y para los más mayores; le siguen las tele-series (25%) —preferidas en mucha mayor medida por las chicas—; y los deportes (16%) —contenidos de preferencia masculina—.

Los encuestados declaran menor interés por los programas de entretenimiento o magazines (4%), por los informativos (5%), y por los culturales



(5%). Hay un 5% de jóvenes que afirma gustarle toda la programación televisiva.

La edad se mantiene como un criterio claramente diferenciador de los gustos televisivos de los/as jóvenes; **los más jóvenes (15-19 años)** se decantan sobre todo por las teleseries, mientras que a medida que aumenta la edad (especialmente a partir de los 20 años) eligen en mayor medida como contenidos preferidos las películas.

2.2. NOCHE Y FIN DE SEMANA

2.2.1. LAS SALIDAS NOCTURNAS EN FIN DE SEMANA

En torno a siete de cada diez jóvenes (72%) afirman salir normalmente de noche los fines de semana (de los cuales, son mayoría quienes afirman salir todos los fines de semana).

Los chicos salen con más frecuencia de noche que las chicas: el número de varones que afirma salir todos los fines de semana (48%) es muy superior al de las mujeres (33%).

El perfil de los/as jóvenes que salen con más frecuencia las noches de los fines de semana corresponde en mayor medida a quienes tienen entre 18 y 20 años, a los estudiantes, a los jóvenes adolescentes y a aquellos que residen en entornos rurales (localidades de menos de 10.000 habitantes).

2.2.2. HORA DE REGRESO A CASA

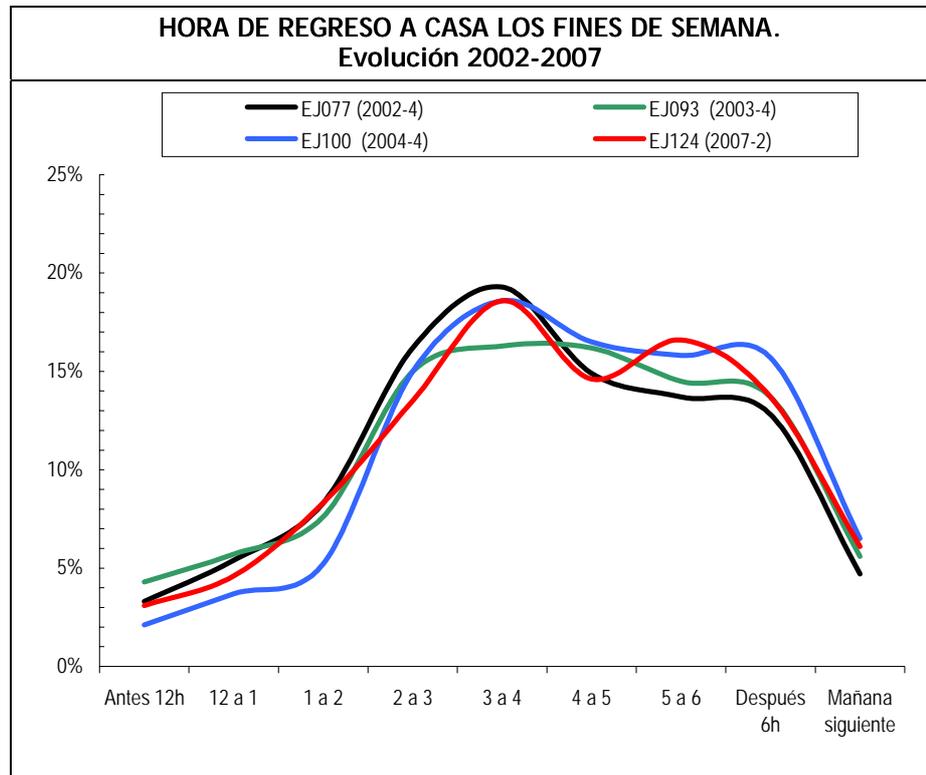
En cuanto a la hora de regreso a casa las noches de los fines de semana, en 2007 se mantienen sin apenas variaciones las pautas horarias de los jóvenes con respecto a los datos de años anteriores. El 16% de los jóvenes que salen a divertirse afirma volver antes de las dos de la mañana, el 32% regresa entre las dos y las cuatro, el 31% entre las cuatro y las seis, y el 14% lo hace después de las seis de la mañana. Un pequeño grupo de jóvenes (6%) declara no regresar hasta la mañana siguiente.

ENTRE LOS 18 Y LOS 20 AÑOS ES CUANDO LAS SALIDAS NOCTURNAS SON MÁS FRECUENTES ENTRE LOS/AS JÓVENES

EN 2007, LOS CHICOS MANTIENEN SU HORA DE REGRESO A CASA LOS FINES DE SEMANA ALGO MÁS TARDE DE LO QUE LO HACEN LAS CHICAS



Como sucedía en 2004, los más jóvenes (15-19 años) son quienes regresan antes a casa; y aquellos que tienen entre 20 y 24 años los que más apuran las noches de los fines de semana, regresando más tarde a casa.



2.2.3. SIGNIFICADO DE “SALIR DE NOCHE”

Tampoco ha variado en los últimos años el significado que tiene para los jóvenes “salir de noche”. Para la mayor parte (40%), el hecho de salir de noche ofrece 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 adolescentes. Les siguen quienes creen que la noche contribuye a liberarse y desinhibirse (22%): varones y jóvenes de entornos rurales y semirurales (hasta 50.000 hb.).

Por último aparecen quienes identifican la noche con la sensación de libertad (21%). Este significado se encuentra más extendido entre los varones y entre los más jóvenes (15-19 años).

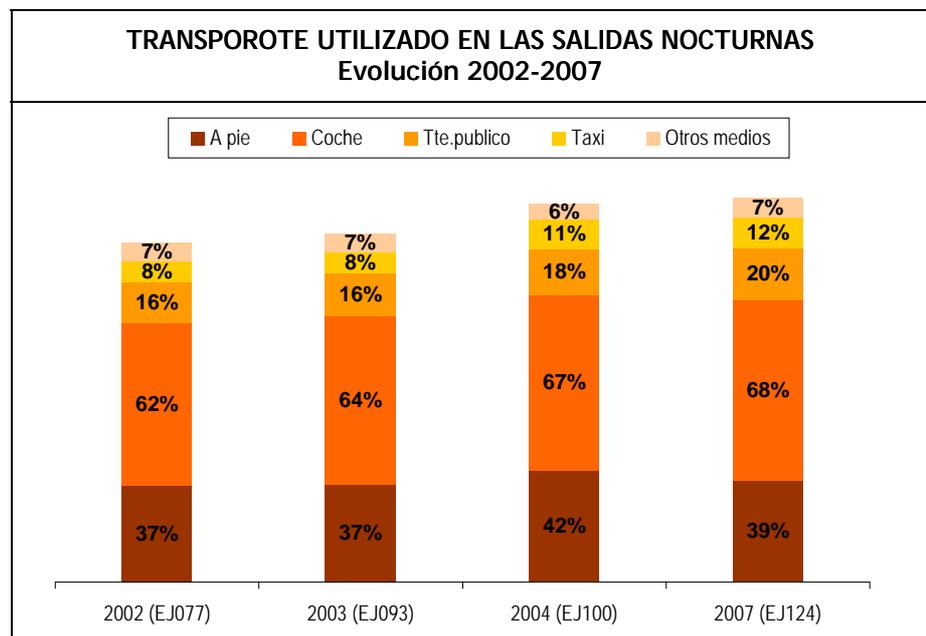
EN 2007, LOS CHICOS
MANTIENEN SU HORA
DE REGRESO A CASA
LOS FINES DE SEMANA
ALGO MÁS TARDE DE
LO QUE LO HACEN
LAS CHICAS



2.2.4. TRANSPORTE UTILIZADO EN LAS SALIDAS NOCTURNAS

EN 2007, EL COCHE SIGUE SIENDO LA MODALIDAD DE TRANSPORTE PREFERIDA POR LOS/AS JÓVENES PARA SALIR DE MARCHA, CON EL CONSIGUIENTE RIESGO POR LA COMBINACIÓN DE LOS FACTORES NOCHE - ALCOHOL - COCHE

En 2007, como sucedía en años anteriores, el medio de transporte al que recurren los/as jóvenes cuando salen de marcha los fines de semana es mayoritariamente el coche (68%) —propio o de amigos—. El 39% se desplaza a pie, un 20% utiliza el transporte público, un 12% el taxi y un 5% lo hace en moto.



Los más jóvenes (15-19 años) se siguen moviendo mucho más a pie que el resto, debido posiblemente a que su espacio de ocio nocturno se ubica en mucha mayor medida en el espacio cercano del barrio. También utilizan con más frecuencia el transporte público y la moto para salir los fines de semana.

Entre los varones en mayor medida que entre las mujeres y a medida que aumenta la edad y el nivel de ingresos, es más frecuente el uso del coche como medio de transporte para las salidas nocturnas.



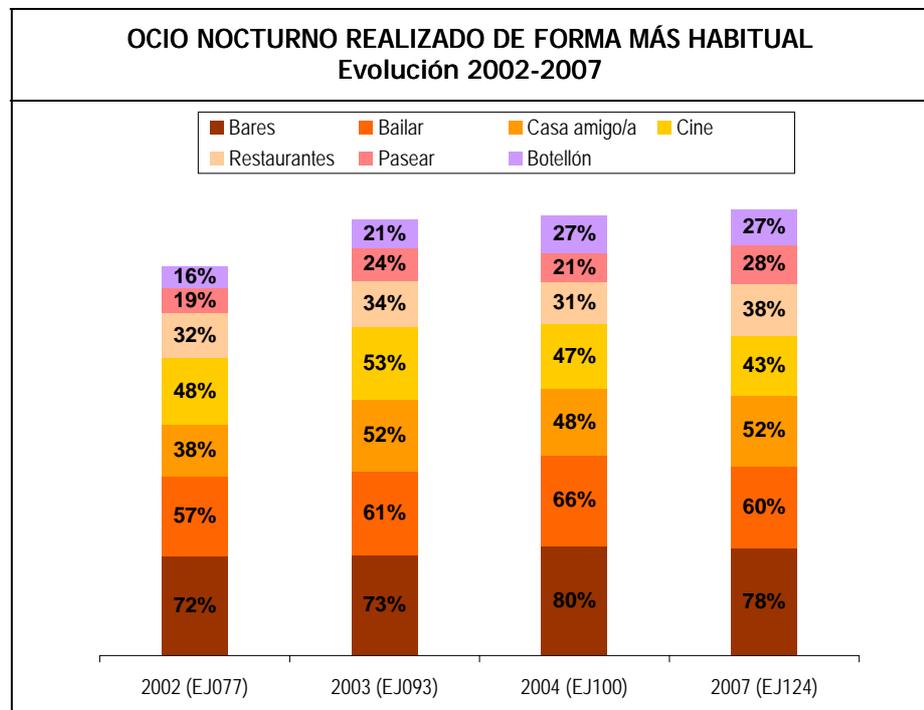
2.2.5. TIPO DE OCIO REALIZADO POR LA NOCHE

Con respecto a las prácticas de ocio nocturno los fines de semana, se mantienen como principales actividades aquellas que tienen que ver con los espacios privados destinados a la diversión: ir a bares, cafeterías, pubs (78%), ir a bailar, a discotecas (60%). 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%) —esta práctica de ocio ha descendido también en cuatro puntos con respecto a hace cuatro años—.

Estos ligeros cambios en las actividades del ocio entre 2004 y 2007 ponen de relieve la pérdida de poder adquisitivo de los jóvenes: aumentan las actividades que no requieren gastos y por el contrario descienden las que implican coste económico. En ese sentido apunta también el aumento del número de jóvenes que durante las noches de fines de semana se dedican a pasear, que han pasado del 21% en 2004 al 28% en 2007.

EN 2007 HAN AUMENTADO LAS PRÁCTICAS JUVENILES DE OCIO NOCTURNO QUE NO IMPLICAN GASTO Y HAN DESCENDIDO LAS QUE REQUIEREN UN COSTE ECONÓMICO

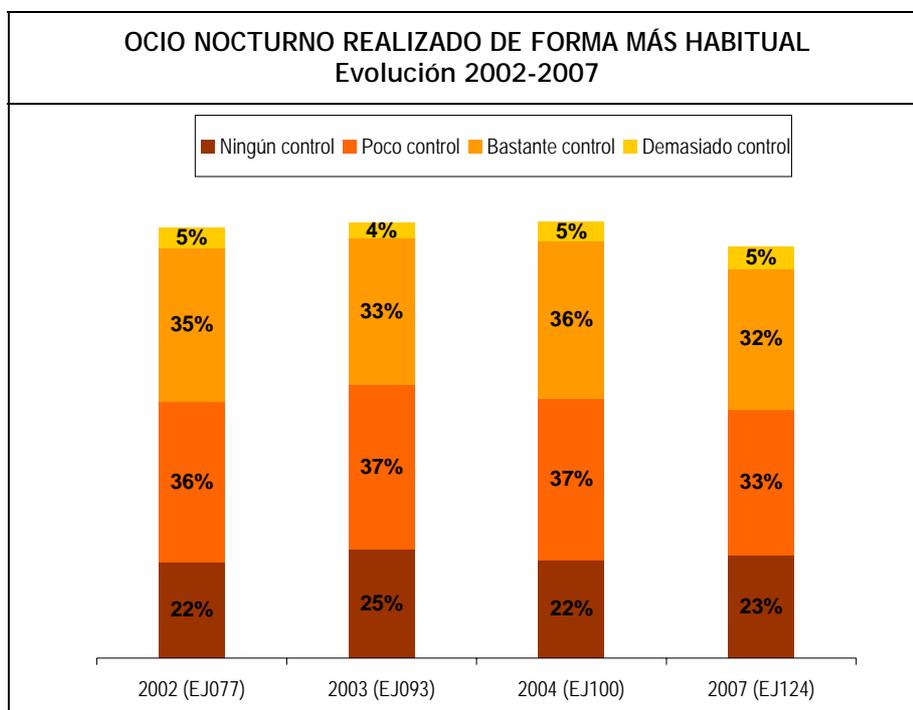




Como sucedía en años anteriores, también en 2007, a **mayor edad**, los jóvenes tienden a realizar **más actividades que implican gasto** (ir al cine, a restaurantes, a bares, pubs, o al teatro); mientras que a **menor edad** se llevan a cabo **más actividades que implican poco o ningún gasto** (hacer botellón, pasear, ir a casa de algún amigo, etc).

2.2.6. CONTROL EJERCIDO POR LOS PADRES EN LAS SALIDAS NOCTURNAS

Al igual que en años anteriores, en 2007, la **mayor parte de los jóvenes** considera que sus **padres son permisivos** en cuanto a sus **salidas nocturnas las noches de los fines de semana**. Así, cerca de seis de cada diez jóvenes (**57%**) afirman 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.





LOS PADRES SIGUEN
MANTENIENDO UN
MAYOR CONTROL
SOBRE SUS HIJAS QUE
SOBRE SUS HIJOS

Las chicas siguen percibiendo un mayor control por parte de sus padres del que perciben los chicos en cuanto a sus salidas nocturnas los fines de semana.

Lógicamente, los padres de los/as más jóvenes son quienes en mayor medida controlan los hábitos de ocio de fin de semana de sus hijos/as.

A partir de la mayoría de edad, los padres van dejando paulatinamente de controlar las salidas nocturnas de sus hijos/as.



III. INFORMACIÓN

3.1. JÓVENES E INFORMACIÓN

3.1.1. MEDIOS PARA ESTAR AL TANTO DE LA ACTUALIDAD

Los/as jóvenes declaran que **para estar al tanto de la actualidad** recurren principalmente a la **televisión como medio de información (82%)**, especialmente entre los más jóvenes (hasta los 20 años), entre quienes tienen un nivel de estudios no universitario y entre los jóvenes que viven en zonas rurales.

LA INMENSA
MAYORÍA DE
JÓVENES (82%) ELIGE
LA TELEVISIÓN COMO
MEDIO PARA
INFORMARSE O ESTAR
AL TANTO DE LA
ACTUALIDAD

El siguiente procedimiento informativo al que recurren es la **lectura de prensa (periódicos, diarios generales, etc.) (29%)**; corresponde en mayor medida a jóvenes adultos (con importante grado de emancipación), a quienes tienen un nivel de formación universitario y a quienes viven en entornos urbanos.

Los que declaran informarse de la actualidad a través de **Internet representan el 27%**, y son más habituales entre los más jóvenes, entre los adolescentes y entre quienes viven en grandes ciudades.

EN TORNO A UNO DE
CADA CUATRO
JÓVENES RECURRE A
INTERNET PARA
INFORMARSE DE LA
ACTUALIDAD

La **radio** es el medio informativo al que acuden el **22% de los encuestados** para estar al día. Corresponden sobre todo a los más mayores (25-29 años), a los adultos y a quienes residen en zonas rurales.

También hay que reseñar que un número relativamente importante de jóvenes (**15%**), está al tanto de la actualidad a través de **los amigos**. Se trata generalmente de chicos y chicas de entre 15 y 17 años, dependientes y con un menor nivel académico.

Como se puede observar, la edad ofrece algunas diferencias significativas en cuanto a los medios utilizados para estar informado. **Los más jóvenes recurren en mayor medida que el resto a la televisión, a Internet y a los amigos**; mientras que a medida que aumenta la edad, tienden a informarse a través de la radio y de la prensa escrita.



EL TRABAJO ES EL PRINCIPAL TEMA DEL QUE OBTENER INFORMACIÓN PARA LOS/AS JÓVENES, SEGUIDO DE LA EDUCACIÓN, LOS DEPORTES, EL OCIO Y LA SALUD.

3.1.2. TEMAS QUE MÁS LES INTERESAN

En cuanto a los temas que les resultan de mayor interés para obtener información, destaca especialmente el **trabajo (49%)**, interés que aumenta especialmente a partir de los 20 años y entre los jóvenes adultos.

Les siguen las cuestiones que tienen que ver con **educación (28%)**, señaladas en mayor proporción por las mujeres y los más jóvenes (15-19 años); con **deportes (22%)**, especialmente entre los varones más jóvenes; con **tiempo libre (21%)**, tema que pierde interés a medida que se van haciendo mayores; y con la **salud (18%)**, más importante entre las mujeres y a partir de los 20 años.

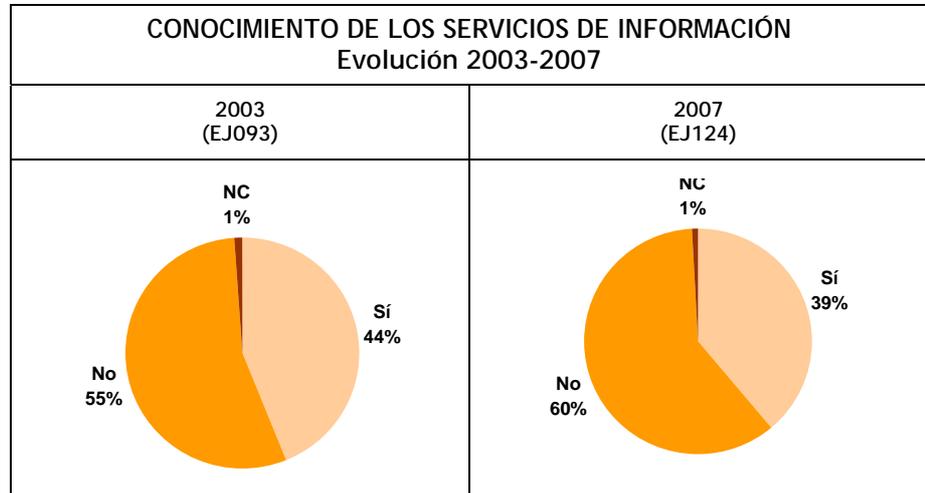
3.2. CONOCIMIENTO Y USO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL

Los **Servicios de Información Juvenil (SIJ)** en España surgieron en la segunda mitad de la década de los años 70 como servicios de orientación para los jóvenes. La función de dichos centros institucionales era proveer de información de interés acerca de las necesidades crecientes de dicho colectivo juvenil.

Desde entonces, la red de SIJ se ha multiplicado hasta superar los 3.000 centros en nuestro país. Un buen número de jóvenes tienen estos espacios como fuentes de contenidos especializadas desde las que cubrir numerosas demandas informativas que difícilmente podrían hacerlo por otras vías.

Los datos sobre el conocimiento de los SIJ en 2007 muestran que el **39% de jóvenes conoce de su existencia**, frente al 60% que declara desconocer estos servicios de información. La evolución en cuanto a su conocimiento muestra un descenso de más de cinco puntos con respecto a quienes afirmaban conocer dichos servicios en 2003 (44%).

EN TORNO A CUATRO DE CADA DIEZ JÓVENES EN NUESTRO PAÍS (39%) CONOCEN LA EXISTENCIA DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

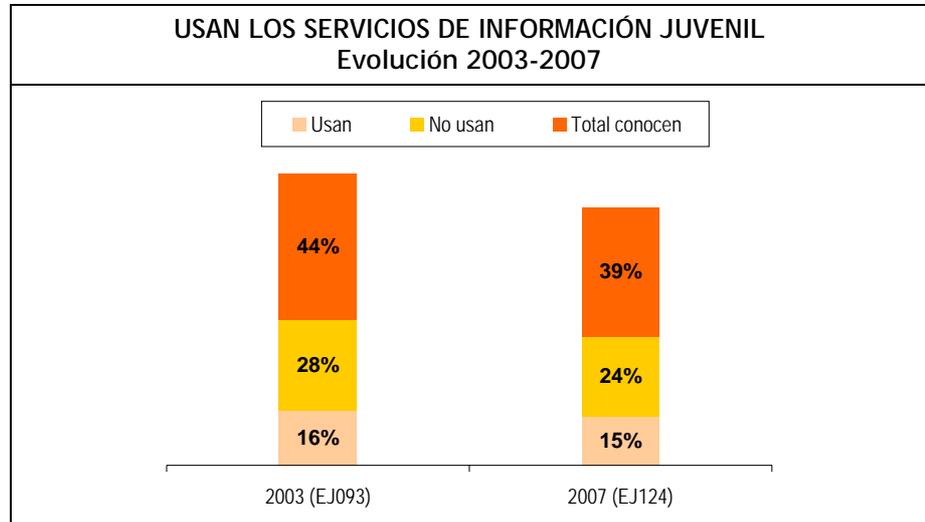


Los/as jóvenes conocedores de los SIJ corresponden en mayor medida a quienes tienen entre 21 y 24 años (en mayor medida hombres); a quienes tienen mayores niveles de estudios (especialmente los universitarios); a los que han estudiado en colegios concertados y privados; a aquellos que se dedican a estudiar y trabajar; a los jóvenes con un mayor nivel socioeconómico; y a quienes viven en entornos intermedios (ciudades de entre 10.000 y 100.000 habitantes).

Quienes no conocen estos servicios son más frecuentes entre los más jóvenes (especialmente hombres), entre quienes tienen un menor nivel de estudios, entre quienes han cursado sus estudios primarios en colegios públicos y entre quienes viven en entornos urbanos (ciudades de más de 100.000 habitantes).

Se trata de un colectivo de jóvenes que está en una situación de desventaja respecto de quienes conocen y usan los SIJ; este desconocimiento les impide informarse de las posibilidades que desde dichos centros se les ofrecen en campos de especial interés (trabajo, formación, tiempo libre, asesoramiento, etc.); supone por tanto una desventaja con respecto a los/as jóvenes que están al corriente de las iniciativas que se canalizan a través de estos servicios.

En cuanto al uso de los Servicios de Información Juvenil por parte de los que conocen su existencia (39%), son mayoría los que aun conociéndolos no los usan (24%) con respecto a los que los conocen y los usan (15%). Estos datos muestran un ligero descenso con respecto al uso de los SIJ que declaraban los jóvenes en 2003.



LOS USUARIOS REALES (CONOCEN Y USAN LOS SIJ) SUPONEN EL 15%, MIENTRAS QUE LOS USUARIOS POTENCIALES (CONOCEN PERO NO USAN LOS SIJ) REPRESENTAN EL 24%

El colectivo de usuarios reales (conocen y utilizan los SIJ) está compuesto en mayor medida por mujeres de entre 25 y 29 años, por jóvenes que compatibilizan estudio y trabajo, por quienes tienen estudios superiores (universitarios), por los que cursaron sus estudios primarios en colegios concertados y privados y por aquellos con nivel socioeconómico más alto.

Los usuarios potenciales (conocen los SIJ pero no los utilizan) son sobre todo jóvenes con un nivel de estudios universitario, de nivel económico más elevado y que viven en pueblos y ciudades de hasta 100.000 habitantes.